

Communication sur le progrès 2012

Paris, novembre 2012

I - Renouveau du soutien de PARISIENA au Pacte Mondial de l'ONU


Depuis 2007, PARISIENA et l'ensemble de ses collaborateurs respectent et promeuvent les 10 principes du Global Compact, relatifs aux droits de l'homme, aux conditions de travail, à l'environnement et à la lutte contre la corruption.

Nous prenons ce même engagement en 2012, en affinant encore notre stratégie RSE, ainsi qu'en intensifiant nos actions en termes de protection de l'environnement.

En tant que directeur général, je renouvèle mon soutien au Pacte Mondial des Nations Unies et par là-même ma volonté de contribuer toujours mieux à défendre des principes de commerce à la fois équitables et responsables.

Reconnue aujourd'hui pour son savoir-faire dans le domaine du conseil en communication interne et événementielle, PARISIENA s'oblige à se comporter en modèle dans sa sphère d'influence, notamment auprès de ses nombreux fournisseurs et clients et, mieux encore, à adopter auprès d'eux un comportement pro-actif et pédagogique pour leur faire vivre des expériences valorisant les principes du Pacte Mondial. En ce sens particulièrement, PARISIENA participe activement à la prise de conscience nécessaire autour des enjeux du Global Compact. Et de cela, nous sommes fiers et heureux.

Mike ROTHMANN





II - Actions entreprises par PARISIENA pour promouvoir le programme du Pacte Mondial en 2011 - 2012 et résultats obtenus :

1 - LES DROITS DE L'HOMME

Nous promouvons et respectons la protection du droit international relatif aux droits de l'homme et veillons à ne pas nous rendre complices de violations des droits de l'homme.

ET

2- LES CONDITIONS DE TRAVAIL

Nous contribuons à l'élimination de toute discrimination en matière d'emploi et de profession.

Compte tenu de la forte croissance de PARISIENA en 2010 et 2011 et de l'augmentation significative du nombre de collaborateurs, notre séminaire 2011 de fin d'année a consacré 2 heures à partager entre tous les collaborateurs nos valeurs fondatrices, essentielles pour garantir notre esprit d'équipe sur le long terme et intégrer de manière optimale les « nouveaux ». Ces valeurs, pour la première fois, ont été formalisées dans un document interne remis à chaque collaborateur et animées par nos 3 managers durant l'année 2012.

Les 3 valeurs relatives à l'humain que nous faisons vivre dans notre agence sont :

- **Le respect** de l'individu et de ses droits quels que soient sa race, sa couleur, son sexe, sa langue, sa religion, ses convictions politiques, ses origines... mais également son âge, sa formation, son lieu de résidence...

- **L'équité**, une valeur fondatrice chez PARISIENA et un principe managérial fondamental, qui assure à chacun(e) un traitement égal, sans qu'aucune croyance ou qu'aucun préjugé relatifs à sa personne n'interviennent dans la prise en compte de la situation

- **L'honnêteté** comme pierre angulaire des relations internes, relations clients et fournisseurs : une valeur fondamentale pour faire partie de l'équipe PARISIENA rigoureusement évaluée pendant la phase de recrutement et la période d'essai. La malhonnêteté est considérée chez PARISIENA comme la manifestation d'un manque total de respect envers l'autre et donc vécue comme une maltraitance pure et simple.

Comment ces valeurs s'animent-elles en interne ?

- Dans le cadre de nos recrutements, nous recherchons justement **un maximum de mixité** dans les profils des collaborateurs, pour une meilleure complémentarité des connaissances, des compétences, des cultures et des talents. Nous sommes convaincus que plus nous serons différents et complémentaires, plus nous saurons nous adapter à la complexité des demandes de nos clients et imaginer pour eux des solutions efficaces et innovantes. Non seulement nous respectons la différence, mais nous la recherchons. Nous avons eu depuis 2011 chez PARISIENA 8 collaborateurs d'origine étrangère, venant du monde entier (sur une équipe moyenne de 18 personnes)



- Nous prenons en compte sérieusement notre **devoir de formation** quand nous recrutons un stagiaire, quel qu'il soit, de manière à développer ses compétences et son employabilité, soit pour un futur poste chez PARISIENA, soit pour lui garantir un maximum de chances de trouver un emploi dans une autre entreprise le cas échéant. Nous nous opposons vigoureusement contre certaines pratiques abusives envers les stagiaires, recrutés pour effectuer des tâches incompatibles avec leur formation et ne leur permettant pas de développer leurs compétences, de surcroît sans rémunération et souvent peu ou pas encadrés.

- Nous sommes intransigeants quand ces valeurs ne sont pas respectées. Par exemple, 2 collaborateurs n'ont pas été confirmés durant ou à l'issue de leur période d'essai car ils ont volé, menti ou dissimulé des informations importantes à leur manager. Cette décision garantit également aux autres collaborateurs un **climat d'intégrité** au sein de la société.

- « L'équité sociale » est importante chez PARISIENA car le sentiment d'être traité(e) avec justice, en général et par rapport aux autres, est une condition sine qua non à la construction de l'esprit d'équipe et de la **solidarité**. C'est cette valeur qui nous permet d'avoir une équipe soudée, même dans les situations stressantes fréquentes dans l'événementiel.

Ces valeurs animées en interne et partagées nous valent un turn over extrêmement faible dans notre domaine d'activité. En effet, 30% de nos effectifs ont 4 ans d'ancienneté (PARISIENA a 6 ans) et 40 autres % ont entre 4 et 2 d'ancienneté.

Comment ces valeurs s'animent-elles en externe ?

Nous considérons que la relation client-fournisseur doit être basée sur le respect et l'honnêteté, et ce, de manière bilatérale. C'est pourquoi PARISIENA prend le plus grand soin à travailler dans le respect et la confiance avec tous ses sous-traitants, ce qui n'est pas la pratique la plus répandue dans le domaine événementiel. Nous exigeons ce même respect et cette même honnêteté de la part de nos clients qui malheureusement abusent parfois de leur position dominante d'acheteurs. Cela a impliqué les actions suivantes :

- **Référencement plus approfondi dès 2011 de nos sous-traitants récurrents** (environ 65, 100 autres sont plus ponctuels), intégrant la vérification formelle de leurs assurances d'une part et leur engagement à respecter leurs obligations légales en tant qu'employeurs d'autre part. Le fait d'intégrer ces 2 nouveaux points importants dans nos critères de référencement leur a permis de prendre conscience de la place prépondérante des **achats responsables** dans le secteur et par la même de leurs responsabilités en tant que fournisseur

- **Déréférencement de fournisseurs non respectueux** de leurs équipes, de nos équipes ou malhonnêtes envers nous ou nos clients (il y en a eu 2 en 2011, 3 en 2012)

- **Blacklisting de clients irrespectueux** de nos équipes ou malhonnêtes (il y en a eu 5 en 2011, 3 en 2012) : propos ou tons insultants, injures, menaces, manipulation, refus de paiement ou paiements tardifs systématiques mettant en péril la santé financière de l'entreprise et irrespectueux envers la qualité du travail accompli par les équipes.



3 – L'ENVIRONNEMENT

Nous prenons des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement

- Réduire l'empreinte environnementale de l'activité de PARISIENA, en interne :

En termes de tri et de recyclage :

Depuis plusieurs années déjà, PARISIENA a mis en place dans ses bureaux un espace de tri sélectif commun, au niveau de son espace photocopie : une poubelle papier et carton, une poubelle plastique, une poubelle canettes boissons, une poubelle divers. En 2011 et 2012, nous sommes allés plus loin en installant une poubelle papier dans chaque bureau, ainsi qu'un distributeur d'eau de ville purifiée dans l'espace commun. Nous avons également distribué des tasses pour éviter l'utilisation massive de verres et bouteilles en plastique.

En termes d'impression de papier :

Nous utilisons désormais du papier recyclé pour tous nos documents internes et avons mis en place **une politique d'impression qui systématise le recto-verso et le N&B**. Les impressions couleur et recto seulement doivent faire l'objet d'un paramétrage manuel de la part du collaborateur pour pouvoir être effectué, et uniquement quand les documents sont à destination d'un client.

En termes de déplacements professionnels :

Nous avons mis en place **une politique interne en 2011 visant à se déplacer le moins possible chez nos clients et sur les lieux des événements pour des repérages**. Nous avons mis en place un argumentaire dont dispose chaque chef de projet pour expliquer aux clients les raisons de cette politique : économiser du temps, de l'argent (dépense pour se déplacer + coût carbone) et par conséquent vendre des événements moins chers (bénéfice client). Cet argumentaire est bien accueilli dans 80% des cas environ. Les 20% d'événements de grande envergure nécessitent toujours des déplacements. Dans ces cas-là, nous favorisons systématiquement les transports en commun ou utilisons des **vélos ou voitures électriques** (velo-Lib, auto-Lib, eBike de la société ou voiture Twizy de Renault). Sur de plus longues distances, nous favorisons **le train ou TGV** jusque 4h de voyage. Au-delà, nous autorisons l'avion. Quand cela est possible, nous utilisons également les services **d'eco-taxi ou taxis verts**.

En termes de livraison :

Nous utilisons les **services de coursiers écologiques**, notamment la société Lungta sur la région parisienne.

En termes de communication :

Chez PARISIENA, nous n'avons jamais eu de plaquette papier ou de support de communication offline. Tous nos supports sont électroniques ou accessibles online. Depuis 2011, c'est le cas également pour les photos (nous avons créé pour nos clients une « twitty galery » qui est en fait une photothèque interactive de leur événement et évite ainsi de graver les photos sur des supports CD ou DVD extrêmement polluants), pour les questionnaires d'évaluation post-événement que nous avons remplacés par des questionnaires en ligne, pour les invitations aux événements devenus dans 90% des cas des e-invitations envoyées dans les boîtes mails des invités.



Concernant notre manière de communiquer, surprenante parfois pour les clients, nous pouvons donc dire que **nous favorisons ainsi la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement.**

- Réduire l'empreinte environnementale de l'activité de PARISIENA, dans l'organisation des événements vendus à nos clients, en externe :

En favorisant l'eco-conception : notre responsable marketing a mis en place une veille lui permettant de découvrir en permanence auprès de fournisseurs, éventuellement non référencés, de nouvelles techniques pour toujours davantage éco-concevoir nos événements. Après les badges et autres supports éphémères recyclables, les traiteurs bio, les espaces de séminaire HQE, nous travaillons désormais avec des prestataires de team building à vocation citoyenne, des scénographes et décorateurs intégrant un maximum d'éléments recyclables dans leur proposition, des équipes techniques qui limitent les consommations d'énergie, des spécialistes des web conférences pour parfois remplacer un événement présentiel en événement online et éviter ainsi tout déplacement (et réduire ainsi parfois la dépense carbone de 100% !).

En compensant carbone tous les déplacements liés aux événements : avec un discours plus accessible et percutant, nous conseillons à nos clients de se déplacer moins loin, en utilisant des transports émettant moins de carbone et de compenser cette pollution carbone par le paiement d'une taxe incluse dans nos devis. 30% des clients acceptent de compenser carbone leurs événements.

En créant et proposant à nos clients des événements, teambuildings et formations à vocation pédagogique sur le sujet de l'environnement : nous continuons depuis 2009 à développer de nouvelles offres sur les sujets RSE et développement durable, en France et à l'étranger. Ces offres sont postées sur notre site ou sont construites sur mesure en partenariat avec des fournisseurs également engagés dans l'environnement. Nous avons créé en 2011 et 2012 plus de 30 nouvelles offres de cette nature.

4 – LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

Nous agissons contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin.

A l'issue d'une année 2010 affichant de très bons résultats, nos fournisseurs référencés ont souhaité nous remercier et nous récompenser pour les avoir fait intensivement travaillé. De même, les autres sous-traitants non référencés ont souhaité se rendre visibles et ont développé des stratégies de « séduction » à notre rencontre en nous offrant des « cadeaux ». La pratique est courante dans le domaine de la communication et particulièrement de l'événementiel.

Nous avons organisé une réunion interne pour cadrer le sujet. Car bien que la démarche de ces fournisseurs ne puisse pas être apparentée à de la corruption, de l'extorsion de fond ou du pot de vin, elle est néanmoins à la limite de ce que nous pouvions accepter.

Il a donc été décidé et communiqué les consignes suivantes :



- les remerciements ou cadeaux de fin d'année (ou post événement) doivent être de « petits cadeaux » de moins de 50 euros, remis ou partagés entre tous les membres de PARISIENA, et non pas adressés à une seule personne
- les actions de promotion, notamment les invitations à visiter des lieux événementiels (souvent avec déjeuner et diner) ou à des soirées événementielles à destination des agences ne peuvent être proposées directement à un collaborateur en particulier. Elles doivent être adressées aux managers uniquement qui décident d'y envoyer ou non leurs collaborateurs
- les éducateurs (invitations à des séjours de découverte d'une région ou d'un pays, en compagnie d'autres agences) doivent être exceptionnels et chaque salarié confirmé chez PARISIENA doit pouvoir y participer à tour de rôle.

Des mesures qui favorisent une relation juste et durable avec les fournisseurs, ainsi que l'équité de traitement entre les membres de PARISIENA.

III - Nos objectifs pour 2013 :

- continuer à développer de nouveaux produits, de nouvelles méthodes et de nouvelles technologies pour promouvoir encore plus efficacement les principes du Pacte Mondial
- toucher et sensibiliser un nombre grandissant d'individus sur ces sujets (collaborateurs, clients, fournisseurs...), par l'intermédiaire de nos activités en France et à l'étranger, notamment, avec l'ouverture de notre filiale en Allemagne, pays à partir duquel, nous devrions découvrir et mettre en place de nouvelles pratiques en RSE et protection de l'environnement
- nous informer et nous former davantage encore sur l'environnement notamment (conférences, ateliers, magazines...)

IV - Contact PARISIENA :

Mike Rothmann
Chief Executive Officer
contact@parisiena.com