

# MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2010

Informes de progreso

## Media Planning Group – España

### Preámbulo – situación global

Media Planning Group ha iniciado en 2008 un trámite global hacia la Responsabilidad Corporativa, con objetivo de uniformizar y coordinar todas las prácticas desarrolladas desde años en cada agencia del grupo.

Para facilitar este impulso, hemos montado en 2009 una red local, constituida de una persona mínima en cada país, responsable de implementar nuevas acciones internas y evaluar el progreso para seguir mejorando nuestras prácticas de una manera proactiva. Todas las personas de esta red son empleados del grupo, voluntarios y con una determinación común: mejorar cada día más nuestras prácticas internas y nuestro negocio hacia la sostenibilidad.

Una primera evaluación de las prácticas existentes localmente, hecha en a finales de 2009, permitió la definición de las prioridades para cumplir con el Pacto Mundial y nuestros valores internos en un periodo de 5 años. Los compromisos formulados corresponden a los pilares del Desarrollo Sostenible relacionados con los retos del sector de la comunicación.

Definimos al nivel del grupo 6 compromisos de progreso.

#### Medioambiental

- 1) Bajar el impacto medioambiental de nuestras prácticas operativas internas – CO2, uso de papel y desechos.
- 2) Bajar el impacto medioambiental de nuestras campañas de comunicación – planes de medios, eco-concepción.

#### Social

- 3) Promover la diversidad en nuestros equipos y ampliar la cobertura social al nivel internacional.
- 4) Intensificar nuestras exigencias en cuanto a los derechos humanos y prácticas sociales de nuestros proveedores.

#### Comunidad

- 5) Promover la transparencia y la ética en la práctica de nuestra profesión.
- 6) Promover un modelo de comunicación responsable.

En 2010, establecimos a nivel interno una herramienta de reporting de RSC, llamada HARMONI, basada en los indicadores del GRI, el Pacto Mundial y el ISO 26000. El programa resulta de la cooperación entre nuestros expertos internos y la agencia ENABLON. Los datos recogidos incluyen 5 temas distintos:

- Ambiental (incluida una calculadora de carbono)
- Social
- Ética & Gobierno
- Economía de Compras
- Comunicación responsable

## 1. Carta de renovación del compromiso

D. Miguel Prieto Ares, con DNI 02635030N en calidad de COO de la empresa Media Planning Group, S.A. con NIF A78809662 y domicilio en Avda. General Perón, 38 planta 16 de Madrid CP 28020.

### DECLARA

que Media Planning Group, S.A. renueva el compromiso adoptado en el año 2002 con el Pacto Mundial y los Diez Principios.

Desde entonces hemos seguido comprometidos con el Medio Ambiente, continuando con la introducción de mejoras en nuestras oficinas encaminadas a reducir el consumo energético y fomentar el reciclaje entre nuestros empleados.

Este año se ha puesto en marcha el proyecto "El mundo al revés" que consiste en fomentar el voluntariado de los empleados de la empresa y su colaboración con diferentes proyectos solidarios y de ayuda al desarrollo de los países más desfavorecidos.

Al mismo tiempo, durante el 2010 se ha diseñado un plan de igualdad de género que se pondrá en marcha durante el 2011, aunque muchas de las acciones se han ido implantando durante el 2010.

Esperamos para el año 2011 seguir trabajando en esta línea e ir superando objetivos día a día.

Madrid a 21 de Diciembre de 2010



Miguel Prieto Ares  
COO

Como en el nivel global, Media Planning España es participante activo del Pacto Mundial, iniciativa internacional propuesta por Naciones Unidas. Así, nos comprometemos en la Responsabilidad Social Corporativa, por medio del respeto de los 10 principios basados en derechos humanos, laborales, medioambientales y de lucha contra la corrupción.

## **Principio 1 – Las empresas y los Derechos Humanos.**

Las entidades deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.

Promovemos los principios fundamentales de Derechos Humanos a través del Código Ético y de Conducta de HAVAS, accesible por el intranet del grupo y comunicado por email a todos nuestros empleados. La última actualización de este código data de diciembre de 2010.

El código incluye:

- el respeto de las leyes y regulaciones tanto internacionales como locales,
- el respeto de los demás, sus derechos y dignidad

## **Principio 2 – Vulneración de los Derechos Humanos.**

Las entidades deben asegurarse de que sus entidades no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.

El código Ético y de Conducta de HAVAS incluye:

- la promoción de condiciones de trabajo decentes y motivadores,
- la oposición a cualquier intimidación u hostigamiento

Formación obligatoria para todos los empleados en cuanto a la seguridad interna, salud y la ergonomía en el trabajo.

Uno de los objetivos del grupo es la evaluación más automática de nuestros proveedores en cuanto a sus prácticas sociales y las condiciones laborales de sus empleados a través de cuestionarios.

Además de asegurarnos que no seamos cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos, colaboramos con muchas ONGs que ayudan a restablecer dichos derechos para los menos afortunados.

En España, tenemos un proyecto totalmente voluntario para ayudar a las asociaciones con sus campañas de comunicación, “El Mundo al Revés”.

“El mundo al revés” es una iniciativa de los empleados del Grupo Havas.

Un grupo de comunicación formado por empresas de medios (Havas Media, MPG, Arena, Media Contacts, Havas Sports & Entertainment, Proximia y Havas Digital) y por agencias creativas (Euro RSCG).

Es una iniciativa voluntaria en la que pueden participar todos los empleados que lo deseen, con la única condición de hacerlo siempre fuera del horario laboral.

Es por esta razón que “El mundo al revés” cuenta entre sus voluntarios con creativos, planificadores, estrategas, gestores, programadores, administrativos, recepcionistas, altos ejecutivos, presidentes, etc. Todos somos voluntarios que aportamos desinteresadamente talento, tiempo, e ilusión para hacer de este mundo un lugar mejor para vivir.

Unas colaboraciones que tenemos incluyen:

- *Plan España*: fundada hace 73 años, es una de las organizaciones internacionales de desarrollo más grandes del mundo. Su objetivo es conseguir mejoras duraderas en la calidad de vida de los niños necesitados en países en vía de desarrollo.

- *Fundació Catalana Síndrome de Down*: es una entidad privada, sin ánimo de lucro que nació en 1984 como iniciativa de un grupo de padres y profesionales para profundizar en la Síndrome de Down a través de la investigación y la experiencia práctica en los campos de la pedagogía, la psicología, la medicina y el área social. El espíritu que quiere transmitir la FCSD es que las personas con SD tienen unas capacidades inherentes y un derecho a recibir los recursos adecuados a sus necesidades individuales, con el objetivo de optimizar su desarrollo.

- La casa de Pepe y Álvaro: Pepe y su hermano Álvaro nacieron con una enfermedad genética catalogada como rara. Los médicos no dieron esperanzas, su futuro era una silla de ruedas y un sistema de comunicación alternativo. Marta, su madre, no se resignó y tras años de búsqueda encontró un equipo médico que quiso darles una oportunidad. Marta, a través de la Fundación Cielo Abierto, ha creado “La casa de Pepe y Álvaro”, un centro de rehabilitación y terapia para ayudar a otros pepes y otros álvaros.

- *Projecte Home Balears*: es una fundación que dirige un entusiasta padre jesuita: Tomeu Català. Su objetivo es la prevención y rehabilitación de personas con drogodependencia o con riesgo de caer en ella. Se ubican en Mallorca y están haciendo todos los esfuerzos por captar donaciones que les ayude a la construcción de una nueva sede que se convierta en lugar de acogida y tratamiento.

- *Invest for children*: es la fundación sin ánimo de lucro del grupo internacional Invest Industrial. El objetivo de esta fundación es trabajar para conseguir una vida mejor para las personas con discapacidad intelectual.

- *Cesal*: es una organización no gubernamental española dedicada, desde 1988, a la cooperación internacional y hoy presente en 17 países de África, América Latina y

Europa del Este con proyectos de educación, salud, habitabilidad, agua y saneamiento, desarrollo productivo, microempresa y formación para el empleo.

- *Active África*: Es una ONG creada en el año 2004 en Barcelona, solidaria con la gente más pobre de Malawi y de Kenia. La misión principal de Active África es contribuir a mejorar la educación y el nivel de vida de los niños y niñas más pobres de Malawi y Kenia. También trabajan en el ámbito de la sanidad y promoción de la mujer.

- *Asociació Benestar i Desenvolupament*: ABD trabaja, desde la década de los ochenta, en el ámbito de la drogodependencia y el Sida, el desarrollo de la infancia y la familia, la promoción de la autonomía de las personas mayores y de aquellos con dependencia, la integración de los inmigrantes, la igualdad de género y la inclusión de los colectivos más vulnerables o en extrema marginalidad.

### **Principio 3 – Las empresas y la libertad de asociación.**

Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

El código Ético y de Conducta de HAVAS incluye:

- la libertad del asociación y promueve el dialogo social.

### **Principio 4 – Las empresas y el trabajo forzoso y coacción.**

Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Aunque el trabajo forzoso no sea un factor de riesgo en nuestra entidad, dado el tipo de actividad a la que nos dedicamos, este enfoque esta controlado con el nuevo programa HARMONI relacionando las horas de trabajado de cada empleado y los motivos de asentismo.

### **Principio 5 – Erradicación del trabajo infantil.**

Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Debido a nuestra actividad el trabajo infantil no es un riesgo

## Principio 6 – La discriminación en el empleo.

Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

HAVAS requiere desde años la evaluación profunda de los empleados, los tipos de contrato, responsabilidad, etc. para cumplir con la ley francesa NRE. Con el establecimiento del programa de reporting HARMONI, esta evaluación será aun más completa, demostrando la correlación entre los puestos, responsabilidades, género y edad de cada empleado. Integra temas como los números de personas con discapacitados, la evolución de carrera y formaciones.

En fin de 2009, MPG España cuenta 321 hombres y 595 mujeres. Estamos a punto de lanzar un plan de igualdad entre género en 2011 para garantizar la no discriminación en nuestras oficinas.

La gran mayoría tiene entre 30 y 40 años (60%), 23% tienen menos que 30 años y 3% más de 50.

Por último, gracias a nuestra colaboración con la Fundación Aura, contamos con un Centro Especial de Empleo que nos permite gestionar y asegurar el número de contrataciones de personas disminuidas (9 personas actualmente).

## Principio 7 – Las empresas y el medio ambiente.

Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Tenemos 3 prioridades en cuanto al enfoque medioambiental:

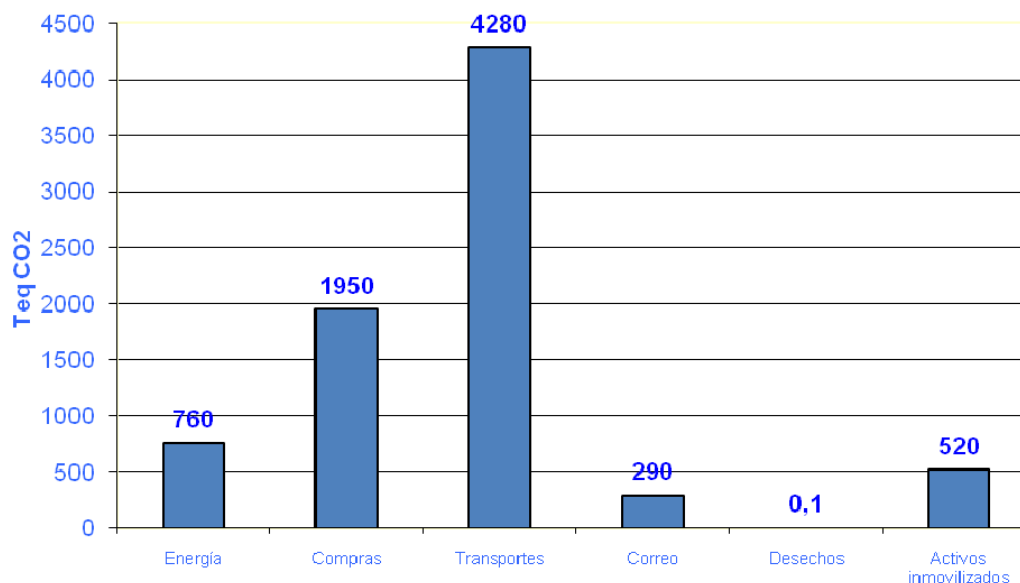
- las emisiones de CO<sub>2</sub>,
- el uso de papel, y
- los desechos.

En 2010, hemos montado un equipo de voluntarios para medioambiente. Está compuesta de 10 miembros en las dos ciudades más relevantes de MPG España, Barcelona y Madrid. Funciona como un comité voluntario, con objetivo de analizar, elegir e implantar acciones internas “verdes”.

### 1) Las emisiones de CO<sub>2</sub>

En 2009, Media Planning España ha hecho la evaluación de su huella de carbono relacionada con sus operaciones internas. En total, emitimos 7800 toneladas de CO<sub>2</sub> al año, 7.3 por persona.

## Emisiones - Teq CO2



El objetivo al nivel del grupo es de bajar un 10% estas emisiones de CO2 antes de 2015.

La gran mayoría de nuestro impacto es claramente relacionado con los viajes profesionales hechos por nuestros equipos. En consecuencia, hemos establecido una serie de acciones para bajar el número de viajes o cambiar los transportes:

- Campañas de comunicación digital para sensibilizar a los empleados del impacto de los transportes,
- Promoción de las teleconferencias entre oficinas
- Implantación de un sistema de videoconferencia de alta calidad entre las agencias españolas y con las ciudades más importantes del grupo (Londres, Paris, México, etc.),
- Sensibilización para viajar por tren entre Madrid y Barcelona en lugar del avión,
- Una nueva política de coche de empresas en 2010 para fomentar el alquiler de coches con bajo consumo.

En cuanto al consumo de energía, además de una campaña de sensibilización, compramos productos con bajo consumo (bombillas, ordenadores e impresoras con la etiqueta "EnergyStar", etc.)

## 2) El uso de papel

Todo el papel utilizado en nuestras agencias está reciclado en colaboración con la empresa "Ecològic". En 2009, hemos reciclado 16 toneladas de papel en España.

En 2010, todas las impresoras de nuestras agencias están programadas para controlar el uso de cada usuario interno. El objetivo es de concienciar a nuestros equipos de imprimir menos, práctica que desde este año va a estar controlado individualmente.

El uso de papel reciclado está en marcha para llegar a todas las oficinas españolas. La oficina ocupada por la gerencia quiere servir de ejemplo con un 50% del papel utilizado que es reciclado.

### **3) Los desechos**

Tiramos un total de 100 kilogramos en España en 2009.

Por la naturaleza de nuestra actividad, la gran mayoría de estos desechos son de papel, totalmente reciclado en todas las oficinas.

Además del papel y cartón, reciclamos al nivel nacional:

- tóneres,
- plástico y aluminio,
- botellas de vidrio,
- baterías, y
- bombillas.

## **Principio 8 – Iniciativas para el respeto medioambiental.**

Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Como suministrador de servicios, entendemos que la responsabilidad más evidente de Media Planning en cuanto al medioambiente viene de sus prestaciones relacionadas con los medios.

Estamos evaluando una iniciativa de Havas Media France, EcoPublicité, para extenderla en el mercado español. Esta iniciativa es una herramienta de medición de la huella de carbono de las campañas de medios de nuestros clientes.

Con el proyecto de ayuda voluntaria a las ONGs, “El Mundo al Revés”, colaboramos con una asociación dedicada a proyectos para la biodiversidad:

- Acció Natura: es la primera ONG catalana que trabaja en proyectos de biodiversidad, desarrollando iniciativas en países en vías de desarrollo, proyectos que combinan la conservación de la biodiversidad y el uso sostenible de los recursos naturales como base del bienestar económico de la población.

## **Principio 9 – Difusión de tecnologías ecológicas.**

Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

La prioridad de nuestro esfuerzo con respeto a las nuevas tecnologías es el desarrollo de videoconferencias para evitar viajes inútiles y descender el puesto con más emisión de CO2 que generamos.



## **Principio 10 – Las empresas y la corrupción, la extorsión y el soborno.**

Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

La lucha contra la corrupción, extorsión y soborno está promovida en el código Ético y de Conducta de HAVAS.