

Communication sur le progrès 2013 et 2014

Paris, novembre 2014

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

Je suis heureux de vous confirmer que PARISIENA renouvelle son engagement et son soutien aux dix principes du Pacte Mondial des Nations Unies concernant les droits de l'homme, les droits du travail, la protection de l'environnement et la lutte contre la corruption.

Depuis sa première adhésion en 2007, PARISIENA a mis en place une stratégie RSE à 360° qui concerne l'ensemble des acteurs de sa sphère d'influence, qu'il s'agisse de ses collaborateurs, clients, partenaires et fournisseurs, tous partageant des valeurs d'équité et de respect mutuel.

L'ensemble de la société PARISIENA souhaite plus que jamais agir dans le sens d'une mise en application systématique des principes du Pacte Mondial des Nations Unies dans nos domaines d'intervention que sont la communication et l'événementiel d'entreprise.

Nous pensons qu'une de nos missions consiste à faire évoluer les consciences et les pratiques dans des métiers événementiels où l'éphémère et les positions dominantes sont encore des habitudes malheureusement ancrées. Nous voulons être un modèle à notre échelle, en systématisant la pensée durable, les comportements éthiques, respectueux de l'environnement et des hommes.

Mike ROTHMANN



Nous nous étions fixés des objectifs pour 2013/2014, rappelons-les :

1. *continuer à développer de nouveaux produits, de nouveaux projets et de nouvelles technologies pour promouvoir encore plus efficacement les principes du Pacte Mondial*
2. *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*
3. *nous informer et nous former davantage encore sur l'environnement notamment (conférences, ateliers, magazines...)*

100% des objectifs fixés ont été atteints. Ils sont détaillés ci-dessous.

II - Actions entreprises par PARISIENA pour promouvoir le programme du Pacte Mondial en 2013 et 2014 et résultats obtenus ou attendus en bleu :

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 (Principes 1 et 2)

Depuis 2 ans maintenant, le contexte économique de nos clients, entreprises de toutes tailles et de tous secteurs, nationales ou internationales, s'est tendu de manière sensible. Quand ils nous confient l'organisation de leurs événements, les budgets sont réduits en moyenne de 20%. Cela implique pour nous de faire des efforts conséquents en termes d'achats de prestations et produits événementiels. De nombreux fournisseurs se sont tournés vers des références de produits fabriqués dans des pays où les droits de l'homme ne sont pas respectés : Chine, Bangladesh, Inde, etc.

Notre plus important engagement professionnel est de veiller strictement, à travers notre politique d'achats notamment, à ne pas acheter de produits issus de ces pays et à solliciter auprès de nos fournisseurs des preuves quant à l'origine de la fabrication des matières premières proposées (**également Principe n°4 et Principe n°5**).

Résultats :

- 3 fois entre 2013 et 2014, nous avons modifié la conception de nos événements pour contourner des montages de décors ou de mise en scène qui auraient impliqué l'utilisation de produits non conformes à nos principes
- 1 fois il a fallu revoir l'événement avec le client qui n'a pas compris notre point de vue. Nous avons donc acheté le produit français plus cher en prenant le surcoût sur notre marge
- nous avons interrogé nos collaborateurs sur le sujet lors du dernier séminaire (fin 2013) : comprennent-ils et soutiennent-ils notre position de dirigeants sur la politique d'achats ? 100% la soutiennent et 100% de nos chefs de projets et managers se disent fiers de défendre cette prise de position.



2 - LES CONDITIONS DE TRAVAIL

Nous contribuons à l'élimination de toute discrimination en matière d'emploi et de profession (Principe n°6)

Nous continuons à favoriser la mixité dans nos recrutements et cela a toujours été profitable pour l'entreprise et ses relations sociales.

Comme nous l'indiquions dans les différents COP, nos valeurs sont expliquées et partagées lors de l'intégration de nouveaux embauchés (1 en 2013) et pendant le séminaire annuel qui a généralement lieu en décembre ou janvier : respect, équité, honnêteté.

Nous avons recruté une directrice de pôle sri-lankaise, spécialiste de la relation commerciale par téléphone qui fait un travail remarquable chez PARISIENA.

Résultats :

Depuis son arrivée, nous gagnons 30% de projets supplémentaires. Sa maîtrise de l'anglais est également un gros + pour nos clients internationaux, en plus de stimuler notre équipe à s'améliorer également dans leur pratique de cette langue.

Nous continuons à développer les compétences de nos collaborateurs et relations de travail en leur proposant des formations innovantes.

Corinne Gondouin et Mike Rothmann viennent de compléter leur cursus de formation SDI dispensé par le Center for Human Emergence à Munich (Spiral Dynamics Integral, d'origine américaine, <http://www.humanemergence.org/>), un modèle intégratif permettant de comprendre les systèmes de valeurs des organisations comme des individus et de faire évoluer les consciences (formidable outil de développement de la tolérance envers autrui et d'initiation du changement).

The Center for Human Emergence is a new vehicle for initiating action for global transformation... It is designed to enable people to get directly involved, to create indigenous ownership and commitment in centers across the globe, and to integrate and align a coalition of organizations, communities and thinkers. It will utilize a synthesis of state-of-the art knowledge and technologies, to help enrich humanity for all" Don Beck.

Cette formation a été tellement impactante dans notre manière de vivre et de diriger notre entreprise (et permet d'ailleurs de comprendre en profondeur les enjeux du Pacte Mondial et des objectifs du Millénaire) que nous avons pris l'initiative de relayer cette formation en France auprès de dirigeants, managers et créateurs d'entreprise de notre cercle relationnel. La première formation aura lieu en février 2015 à Paris.

Résultats attendus :

Ce module de formation va permettre à ceux qui la suivent (10 personnes pour commencer) d'être acteur dans l'évolution des consciences humaines : (faire) comprendre les différences induites par des cultures humaines différentes et donc lutter contre tout type de discrimination, agir pour la paix, sensibiliser sur les enjeux environnementaux, etc.



Nous venons de lancer un nouveau projet dans l'événementiel sportif, en rupture avec les pratiques dans ce domaine et vertueux pour toutes les parties prenantes.

Il s'agit de proposer à des sportifs de haut niveau en fin de carrière de monétiser leur notoriété digitale (sur les réseaux sociaux) en construisant avec eux leur boutique personnelle sur internet. A chaque vente, le sportif gagne de l'argent, PARISIENA aussi et un pourcentage est reversé à une fondation qui s'occupe de la reconversion des sportifs en fin de carrière (formations diplômantes et coaching). La plupart de ces sportifs ne sont plus du tout pris en charge ou soutenus quand leur carrière sportive s'arrête. Ils n'ont évidemment pas développé leur employabilité dans le monde de l'entreprise qu'ils ne connaissent pas et tombent souvent en dépression faute de projets, d'argent pour certains, de compétences pour la plupart... Grâce à ce projet, nous voudrions leur proposer de gagner leur vie dans le commerce, de se former et se professionnaliser à nos côtés et de se construire un deuxième avenir après le sport.

Résultats attendus :

- on vise 200 sportifs aidés en 3 ans
- qui auront un complément de revenus grâce à PARISIENA via des ventes en e-commerce ou des interventions sur des événements d'entreprise (prévisions entre 10 à 30.000 €/an par sportif)
- qui suivront des formations diplômantes en partenariat avec de grandes écoles de commerce françaises (formations longues de 3 mois à 1 an)
- qui seront coachés individuellement dans le cadre d'un programme personnalisé de reconversion.

Ce projet a directement pour vocation de leur éviter des discriminations lors de leurs recherches d'emplois (quand celles-ci sont en dehors du sport), car on sait que compte tenu de leur non expérience en entreprise et de leur manque de formation, ils sont souvent catalogués et recalés à l'embauche (alors qu'ils ont des talents inestimables).

- la fondation soutiendra également 3 à 5 projets par an d'éducation et d'intégration par le sport.

3 - L'ENVIRONNEMENT

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

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

En termes de tri et de recyclage :

Notre dispositif de tri sélectif, d'utilisation d'eau de ville purifiée en accès libre pour tous les collaborateurs munis d'une tasse individuelle offerte par PARISIENA fonctionne très bien, les habitudes sont prises, toujours relayées par une formation annuelle sur les gestes responsables.

En termes d'impression de papier :

Notre politique d'économie (impression automatique en resto-verso N&B) a permis de réduire de 40% notre consommation depuis maintenant 3 ans.

En termes de déplacements professionnels :

Nous avons systématisé l'utilisation des transports en commun pour nous rendre chez nos clients. Sinon des taxis Greencab sont utilisés dans les cas d'urgence.

Ainsi 90% de nos déplacements sont optimisés contre 40% environ il y a 4 ans.

En termes de livraison :

Nous utilisons désormais systématiquement les services de nos coursiers écologiques (société Lungta) et avons donc déréférencé les autres fournisseurs.

Nous pouvons donc affirmer désormais assurer 100% des courses en mode écologique contre 10% il y a 4 ans et 0% en 2010.

En animant nos engagements en termes d'environnement avec des visuels pour sensibiliser nos collaborateurs et tous les visiteurs de PARISIENA :

Avec notre société partenaire DPA (Deyrolle pour l'avenir, spécialisée dans les outils et actions de sensibilisation au développement durable), <http://www.deyrollepoulavenir.com>, nous avons sélectionné et acheté en 2013 des planches pédagogiques sur différents sujets qui nous concernent plus directement comme les gestes responsables, le développement durable, le traitement des déchets et une dizaine d'autres. Elles décorent de manière pédagogique nos salles de réunion et notre open space.

Quelques exemples en photo ci-dessous :





b- 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 :

Nos chefs de projets étant formés régulièrement (au moins une fois par an) sur les problématiques écologiques (gestes responsables en interne, conseils et vente de prestations à impact environnemental limité, éco-conception...), nous avons calculé que 30% de nos événements vendus étaient désormais entièrement optimisés en termes d’impact sur l’environnement, contre moins de 10% il y a 3 ans. Nous faisons chaque année des progrès sur le sujet en étant en recherche permanente de nouveaux fournisseurs et en ayant une clientèle fidèle qui adopte de mieux en mieux l’éco-attitude que nous leur avons transmise en collaborant ensemble.

En compensant carbone les déplacements des clients :

Nous continuons à proposer à nos clients de manière proactive de réaliser leurs événements le + proche de chez eux et, si ce n’est pas le cas, nous leur devisons des trajets en train plutôt qu’en avion, en compensant carbone les kilomètres parcourus.

80% des clients désormais nous suivent dans cette démarche, au lieu de 50% il y a encore 2 ans, comme quoi notre discours de sensibilisation fonctionne.

Depuis début 2013, en organisant 2 fois par an, des tables rondes au sein de l’agence sur des innovations détectées par notre agence pour le compte des clients. A cette occasion, nous leur expliquons la démarche qui est celle de PARISIENA en termes de réduction de l’empreinte écologique des événements, leur exposons les moyens disponibles sur le marché et sélectionnés par nous et chiffrons le coût de la démarche en calculant un ROI à moyen terme.

90% de nos clients sont satisfaits de cette initiative que nous renouvelerons chaque année.



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.

Dans la lignée de ce que nous avons initié depuis 2010, nous continuons à être vigilent à ne pas bénéficier de traitement de faveurs en tant qu'agence faisant travailler de nombreux fournisseurs.

Les consignes internes sur le sujet sont toujours les mêmes :

- 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 qui décident d'y envoyer ou non leurs collaborateurs
- les éductours (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.

III - Contact PARISIENA :

Mike Rothmann
CEO
contact@parisiena.com