

# Pacte Mondial des Nations Unies

## Communication sur le progrès 2014



# Sommaire

RENOUVELLEMENT DE NOTRE ENGAGEMENT	3
RAPPEL DES 10 PRINCIPES FONDAMENTAUX DU PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES	4
UNE POLITIQUE RSE EN DROITE LIGNE AVEC LES 10 PRINCIPES DU PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES	5
L'équipe rse	5
La politique rse de babel	5
DROITS DE L'HOMME	6
CONDITIONS DE TRAVAIL	7
La politique emploi	7
La prévention des discriminations en matière d'emploi, promotion de l'égalité des chances et insertion professionnelle	8
Le développement du capital humain et des compétences	9
La politique santé et sécurité au travail	11
ENVIRONNEMENT	13
La politique environnementale	13
Les actions déjà mises en place	16
- GES :	16
- DECHETS :	16
- POLITIQUE TRANSPORT ET DÉPLACEMENT :	17
- ENERGIE :	18
LUTTE CONTRE LA CORRUPTION	20

Notre société est confrontée à trois risques majeurs : une exploitation du monde qui risque de le détruire, un délitement du lien social dans un modèle économique qui peine à générer la croissance et une hyperconsommation qui interroge nos modes de vie individuels.

La remise en cause du système, doublée de la transformation radicale de notre rapport aux acteurs économiques induite par la révolution digitale, accélère une **mutation de la société et l'avènement de l'économie de l'immatériel**. De l'économie de la fonctionnalité, où la valeur naît de l'usage d'un objet et non de sa possession, à l'économie collaborative, les nouvelles pistes de création de valeur sont aussi celles de la rénovation de notre société. Au coeur de ces nouveaux modèles, les actifs immatériels ont un rôle crucial à jouer : **les dimensions culturelle et symbolique d'une entreprise, la valeur de ses talents et de ses savoir-faire sont aujourd'hui plus centraux que sa production matérielle**.

Ces enjeux guident ma réflexion en tant que communicant et ma vision de ce que doit être notre métier : une discipline capable de transformer le réel grâce à la force de ses idées, capable de **penser le rôle des marques dans toute leur justesse et leur puissance transformative**, loin d'une communication vaine largement répandue qui aboutit à l'une des pollutions les plus dévastatrices du monde qui nous entoure : la pollution du langage. Des slogans publicitaires aux discours politiques, on assiste partout à une surenchère de mots consensuels, de fausses questions et de paroles vaines qui, mis bout à bout, forment un babil informe et creux, aussi vide qu'il est assourdissant. Les conséquences de ce "bruit blanc" sont multiples : il réduit notre attention, anesthésie nos cerveaux et, surtout, il conduit à un sentiment d'impuissance généralisé. C'est pour **lutter contre cette dérive du langage, pour faire retrouver aux mots leur utilité et leur capacité à édifier et à transformer le réel que Babel existe**.

J'ai créé en 2012 une **agence fondée sur une démarche d'hybridation des métiers et des cultures, d'écoute des parties prenantes** notamment via sa démarche de user intelligence. Une agence qui, au-delà de sa capacité à créer des emplois directs – nous avons embauché plus de 80 personnes en un peu plus de 2 ans, participe au développement d'autres structures en soutenant des start up, comme le cabinet Akoya, au sein de ce que nous avons appelé la « communauté Babel ».

**Une agence qui forme et fait grandir les talents** qu'elle rassemble, qui sont le coeur même de son modèle de création de valeur et la clé de son excellence : notre programme de mentoring entre dans sa deuxième année et a été très suivi.

**Une agence qui s'engage en signant le Pacte mondial**, mais aussi en accompagnant des associations d'intérêt général comme Les Apprentis d'Auteuil lors de missions pro bono, ou encore des collectifs d'artistes (le collectif H5, La Gaîté lyrique).

**Une agence qui prend conscience de sa responsabilité sociétale et environnementale**, dans ses recommandations, dans son fonctionnement interne, mais aussi à l'échelle de toute une profession, en s'engageant au sein du groupe de travail développement durable de l'AACC.

Une agence qui, avec pragmatisme et humilité, s'efforce de progresser pour limiter ses impacts négatifs et démultiplier ses impacts positifs par ce qu'elle a de plus précieux : son intelligence collective.



LAURENT HABIB  
Président de Babel

## Renouvellement de notre engagement

Consciente de son impact environnemental, social et sociétal, **Babel a souhaité mettre en place une politique RSE**. Depuis sa naissance, en juin 2012, Babel s'est concentrée sur la création de la structure et sur la réussite du rapprochement des agences Ligaris et Plan Créatif et de l'intégration d'équipes nouvelles. L'objectif de cette première étape a été de bâtir une structure économique durable, assurer la stabilité des emplois, créer une organisation et des conditions de travail bienveillantes et efficaces, partager une culture commune et développer les compétences individuelles et collectives.

Les enjeux de responsabilité sociale et sociétale sont cruciaux pour une entreprise de communication qui est à la croisée de deux champs :

- celui, interne, des talents et des bonnes pratiques quotidiennes et métiers ;
- l'autre, externe, que représente l'ensemble des publics touchés et l'ensemble des impacts environnementaux des stratégies et outils de communication.

**L'agence peut donc, de par les spécificités de son activité, autant promouvoir auprès du plus grand nombre que s'appliquer à elle-même les principes auxquels elle adhère** : respecter les droits de l'Homme, lutter contre la discrimination, favoriser l'égalité des chances, assurer des conditions de travail durables, transformer les relations et les pratiques métiers, opter pour une consommation sobre, minimiser son impact sur l'environnement, etc.

Depuis 2014, Babel est signataire du Pacte mondial des Nations unies (Global Compact).

En adhérant au Pacte mondial des Nations unies, Babel s'engage à respecter, mettre en œuvre et promouvoir les 10 principes relatifs aux droits de l'homme, aux droits fondamentaux au travail, à la responsabilité environnementale et à la lutte active contre la corruption.

**C'est avec fierté que Babel renouvelle son engagement en 2015, publie et communique sa Communication sur le Progrès à l'ensemble de ses parties prenantes.**



FABIENNE CAMMAS  
Directrice Générale de Babel

## Rappel des 10 principes fondamentaux du Pacte Mondial des Nations Unies

DROITS DE L'HOMME	<p>Principe 1 : Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'Homme</p> <p>Principe 2 : Les entreprises sont invitées à veiller à ne pas se rendre complices de violations des droits de l'Homme</p>
CONDITIONS DE TRAVAIL	<p>Principe 3 : Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective</p> <p>Principe 4 : Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination du travail forcé ou obligatoire</p> <p>Principe 5 : Les entreprises sont invitées à contribuer à l'abolition effective du travail des enfants</p> <p>Principe 6 : Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination de toute discrimination en matière d'emploi et de profession</p>
ENVIRONNEMENT	<p>Principe 7 : Les entreprises sont invitées à appliquer l'approche de précaution aux problèmes touchant à l'environnement</p> <p>Principe 8 : Les entreprises sont invitées à prendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement</p> <p>Principe 9 : Les entreprises sont invitées à favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement</p>
LUTTE CONTRE LA CORRUPTION	<p>Principe 10 : Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin</p>

En adhérant au Pacte Mondial, Babel exprime son attachement à ces 10 principes universels et à ce titre, s'engage :

1. à intégrer les principes du Pacte Mondial à son mode d'administration, à sa stratégie, à sa culture et à ses activités quotidiennes,
2. à décrire dans le descriptif de sa politique RSE la manière dont elle applique le Pacte Mondial et ses principes
3. à promouvoir le Pacte Mondial et ses principes.

# Une politique RSE en droite ligne avec les 10 principes du Pacte Mondial des Nations Unies

Babel a intégré les enjeux de la RSE directement au coeur de sa stratégie d'entreprise.

Babel est l'une des rares agences de stratégie et communication à pouvoir bénéficier d'une équipe spécialisée dans le domaine de la RSE. Cette équipe travaille à la formalisation de la politique RSE et à son plan d'actions faisant l'objet d'un suivi, via des indicateurs de mesure et de performance.

## L'ÉQUIPE RSE

Fabienne Cammas - Directrice générale

Elle est la garante de la RSE au sein du comité de direction. Elle y présente la démarche, évoque les avancées et mobilise les associés.

Florence Dartiguepeyrou - Manager du pôle Marque et pilote de la démarche RSE.

Elle formalise et pilote la démarche RSE de l'agence. Elle travaille à son déploiement avec les managers des pôles.

Mélanie Larquier - Consultante spécialisée en communication développement durable

Elle est en charge du conseil et de l'application de la démarche RSE.

## LA POLITIQUE RSE DE BABEL

La réflexion RSE de l'agence Babel s'articule autour de trois axes majeurs qui structurent notre charte interne :

### 1/ RSE, talents et performance

- Respecter les droits de l'homme : signature du Pacte mondial des Nations unies.
- Dialoguer avec les parties prenantes : dialogue social via le CE, instances professionnelles.
- Faire grandir les talents : reconnaissance individuelle, formation, programme de mentoring collaboratif.
- Créer des conditions de travail respectueuses : reconnaissance collective, politique salariale et partage de la valeur, sécurité de l'emploi, sécurité physique attention aux risques psycho-sociaux, aménagement du temps de travail.
- Veiller à l'égalité et la diversité : égalité hommes/femmes, soutien à la professionnalisation des jeunes générations, politique handicap.

### 2/ RSE, transformations et impact écologique

- Réduire notre empreinte écologique : politique GES, identification des impacts, bilan carbone.
- Mieux gérer nos déchets : sensibilisation interne, tri sélectif poussé, action métiers.
- Optimiser nos déplacements.
- Faire évoluer nos pratiques métier (stratégie et effet des messages, réduction des impacts métier).

### 3/ RSE, générosité et engagement sociétal

- Accompagner de jeunes entrepreneurs.
- Soutenir des artistes engagés.
- Se mobiliser pour de grandes causes.
- S'engager pour une meilleure prise en compte de la RSE : représentation sectorielle, communication et partage de connaissances.

## Droits de l'Homme

« Pour gérer la complexité, et créer de la valeur, nous avons compris qu'il faut prendre appui sur ce qui ne change jamais : l'infinie inventivité des hommes et le pouvoir structurant du talent. »  
Laurent Habib.

**L'Homme est au cœur de Babel. C'est sa force.**

C'est pour cela que Babel s'engage et lutte jour après jour pour le respect des droits de l'Homme.

Le respect des droits de l'Homme passe par tout d'abord par l'application exhaustive des lois françaises en rigueur et de la convention collective de la publicité.

Mais le respect des droits de l'Homme c'est aussi veiller à **appliquer et promouvoir la plus grande égalité entre tous les êtres humains**, quels que soient leur nationalité, lieu de résidence, sexe, origine ethnique ou nationale, couleur, religion, langue ou toute autre condition :

- **Babel lutte activement contre toute forme de discrimination dans l'exercice de son activité** via notamment sa politique de recrutement/emploi ou sa politique de formation.

- **Babel en assure aussi sa diffusion en interne** notamment via des moments privilégiés d'échange avec des intervenants extérieurs, les « Biscuits ». Babel a ainsi pu échanger avec Marc Cheb Sun, fondateur de la revue Respect Magazine, sur la notion de diversité.

- **Babel s'attache aux respects des droits de l'Homme dans ses pratiques métiers et dans la production des outils de communication pour ses clients.** Babel est fortement vigilante sur les pratiques des sous-traitants, ainsi Babel demande systématiquement une lettre d'engagement si le fournisseur n'a pas signé le Pacte Mondial. Babel veille aussi au respect des droits individuels des intervenants extérieurs notamment au respect contractuel des intermittents ou au respect des droits des tiers pour les artistes.

- **Babel s'engage aussi aux côtés d'organismes qui défendent de grandes causes humaines.** Babel fait régulièrement des campagnes de communication pro bono :

- > Mécénat de compétences pour Les Apprentis d'Auteuil, Fondation catholique reconnue d'utilité publique, acteur engagé de la prévention et de la protection de l'enfance.

- Nature du mécénat : mécénat de compétences. Stratégie de communication, plateforme de messages, conception créative, et suivi de projet ont été offerts. Seuls les frais de production ont été facturés au réel.

- > Rose Magazine

- Magazine féminin à destination des personnes touchées par le cancer.

- Nature du partenariat : concours de création sur le cancer du sein ; 3 publicités sélectionnées, 1 publicité récompensée par Act Responsable.

# Conditions de travail

En tant qu'entreprise de conseil en stratégie et communication, le capital humain est l'actif immatériel clé de l'activité de Babel. Il est au cœur de son modèle de création de valeur. C'est pourquoi Babel développe une vision long terme de la politique Ressources humaines, qui se traduit notamment par une politique emploi et formation ambitieuse. Babel recrute des talents et n'a d'intérêt que de les faire grandir et monter en compétences. Il s'agit d'une relation fondée sur un bénéfice réciproque et structurée par une relation de confiance.

## LA POLITIQUE EMPLOI

La politique emploi de Babel est construite autour de quatre axes stratégiques :

### 1. Le recrutement

#### – Les CDI avant tout

Babel recrute principalement ses collaborateurs en CDI et n'a recours au CDD que pour les périodes de pics d'activité, telles celles de la production des rapports annuels. Lors de la création de Babel en 2012, les collaborateurs ont été recrutés en CDI sans période d'essai pour leur assurer une stabilité face à la prise de risques liés à la création de l'entreprise.

Nombre de recrutements depuis la création : 85 personnes recrutées (CDD, CDI, hors départ).

#### – La diffusion des annonces en interne

Le besoin en nouveaux talents fait tout d'abord l'objet d'une diffusion en interne par le biais d'un e-mail général, afin de favoriser la mobilité interne ou la cooptation.

#### – L'accueil, la clé d'une relation réussie

Un bon accueil, une bonne intégration sont la base d'une politique emploi garantissant stabilité et fidélisation.

Babel a mis en place un processus d'accueil pour que chaque salarié trouve sa place dès le premier jour.

### 2. La stabilité de l'emploi

#### – Une grande majorité de CDI

Les CDI représentaient 94,4 % des contrats au 31 décembre 2014, soit 151 collaborateurs.

Ce statut est privilégié, car Babel a mis en place une politique emploi basée sur le long terme.

Les CDD concernent des cas particuliers de pics d'activité, comme la production des rapports annuels.

#### – Des collaborateurs de longue date

37,5 % des collaborateurs ont plus de cinq ans d'ancienneté. Ce chiffre est remarquable, sachant que Babel n'a été créée qu'il y a deux ans. Les collaborateurs plus anciens sont donc issus des deux structures rachetées.

#### – Un turn over faible

Le turn over chez Babel en 2014 était de 16,10 %, un chiffre faible pour le secteur (21 % en moyenne en 2013 – source : CB News).

### 3. La gestion des carrières comme levier de fidélité

Le maintien de la motivation et de l'engagement est une base de la stabilité des emplois. Pour Babel, cette stabilité passe par trois points clés.

– **L'attention du management** : l'écoute est la première réussite de la fidélité et de la stabilité des emplois. Le management de proximité permet la création d'une relation de confiance. Cette attention passe par des réunions de pôle hebdomadaires, un entretien de progrès annuel, des points individuels très réguliers, et une proximité physique des bureaux.

– **La communication** : le partage de la culture d'entreprise, la transparence financière comme la Babel – Communication sur le progrès 2014



création d'une ambiance conviviale sont nécessaires au bien-être au travail. Cette communication passe par des réunions salariés bisannuelles, des newsletters Groupe hebdomadaire, des séminaires de pôle deux fois par an, des réunions de pôle hebdomadaires, des e-mails pour les informations spécifiques ou exceptionnelles.

– **La formation** : le développement des connaissances et compétences tant individuelles que collectives est un élément majeur dans la motivation des salariés. La formation permet de développer l'implication des salariés et leur reconnaissance envers l'entreprise, tout en répondant aux exigences de performance et de qualité de Babel.

#### 4. La lutte contre la précarité

Babel ne recourt pas à l'intérim. Au 31 décembre 2014, Babel comptait 9 CDD, 7 CDI en temps partiels et 2 stagiaires conventionnés (8 stagiaires en moyenne sur l'année 2014). Il est important de rappeler que les contrats à temps partiel font suite à une demande de la part du collaborateur. Ces contrats dits "précaires" représentent donc environ 7 % de l'effectif global à la fin de l'exercice.

Ainsi, chez Babel, deux catégories de collaborateurs peuvent être considérées comme précaires.

##### – Les stagiaires

Chez Babel, les stagiaires disposent toujours d'une convention de stage, signée entre le stagiaire, l'entreprise et l'école, où sont détaillées les missions. Le stagiaire bénéficie obligatoirement d'un tuteur référent au sein de la structure, même s'il travaille avec différents services. La rémunération des stagiaires chez Babel est supérieure à la réglementation en vigueur (de 600 à 1 200 € selon les qualifications et le niveau d'études) et ils disposent des mêmes avantages sociaux que les collaborateurs.

Les stagiaires sont considérés comme des collaborateurs, ils sont parties prenantes de l'activité quotidienne, de tous les moments internes (exemple : présence aux réunions de pôle hebdomadaires), la transparence est totale et des missions réelles leur sont confiées. Les stagiaires bénéficient d'un suivi régulier au travers de réunions hebdomadaires avec leur tuteur, d'un entretien de progrès en milieu de stage et d'un entretien de fin de stage. Babel s'est fixé comme règle de ne pas avoir plus de 15 % de stagiaires par pôle, pour proposer des stages de qualité et assurer l'excellence des missions auprès de nos clients.

##### – Les free-lances

Chez Babel, nous essayons d'offrir aux free-lances de bonnes conditions de travail, loin des pratiques parfois observées dans la profession. Tout d'abord, nous avons une base restreinte de free-lances pour favoriser une forme de régularité dans la relation. Cette fidélité réciproque permet plus de stabilité pour chacune des parties.

Aussi, les free-lances disposent de bureaux sur place et peuvent bénéficier de tous les services et équipements de l'agence. Enfin, ils sont payés à la fin de la mission.

## LA PREVENTION DES DISCRIMINATIONS EN MATIERE D'EMPLOI, PROMOTION DE L'EGALITE DES CHANCES ET INSERTION PROFESSIONNELLE

Babel porte une vision de ses Ressources humaines fondée sur la mixité des talents. Son objectif est de recruter et de réunir des talents quels que soient leur âge, leur sexe, leur orientation sexuelle, leur origine, leur religion, leur résidence, etc. La richesse créative d'une agence dont l'activité économique même est de produire une prestation intellectuelle de haut niveau naît de la mixité des profils, qu'elle soit générationnelle ou culturelle. L'intelligence naît de la complémentarité. Par ailleurs, Babel respecte entièrement les accords de branche et tient compte des recommandations éthiques de l'ARPP pour la production des outils de communication.

Pour Babel, la lutte contre les discriminations et pour l'égalité des chances recouvre quatre thématiques prioritaires :

### 1. L'égalité hommes/femmes

Les enjeux abordés concernent la mixité, l'égalité sur les conditions de travail, l'accès aux postes à responsabilité pour les femmes, un niveau de rémunération identique.

Babel est une entreprise à dominante féminine, les femmes représentent 60,6 % des effectifs.

Les femmes sont aussi une partie majoritaire au sein des instances dirigeantes, c'est-à-dire 6 associés fondateurs sur 10 et 13 membres du comité de direction sur 19.

### 2. L'égalité des chances face à l'âge

Les enjeux abordés concernent autant l'employabilité des jeunes que l'emploi des seniors.

Chez Babel, l'ensemble des tranches d'âges sont présentes et sont recrutées. Babel est un savant mélange d'expériences diverses provenant d'univers variés.

La représentation des âges est très équilibrée chez Babel. Ainsi, 50,6 % des effectifs ont moins de 35 ans, donc 49,4 % ont plus de 35 ans, ce qui est plutôt rare pour une agence de communication. (55 % des salariés ont moins de 34 ans en 2013 – source CB News)

### 3. Le handicap

Chez Babel, 2 collaborateurs sont déclarés handicapés, soit 1,66 % de la masse salariale. Les chiffres présentés ici se basent sur un handicap déclaré, cette thématique étant toujours délicate à aborder avec les collaborateurs.

Les collaborateurs handicapés, malentendants et muets, sont complètement intégrés dans l'activité (il s'agit de deux assistants directeur artistique) et dans la vie quotidienne de l'agence.

Lors des prises de parole agence, un traducteur en langue des signes est systématiquement présent.

Par ailleurs, Babel a fait partie des premières agences à systématiser le sous-titrage pour les malentendants des films publicitaires produits pour ses clients.

>> Le handicap est une thématique prioritaire pour Babel en 2015. Babel étudie en ce moment un plan d'actions spécifiques, que ce soit sur la sensibilisation en interne ou sur l'emploi direct et indirect. Babel réfléchit notamment à un plus grand recours aux ESAT.

Babel souhaite aussi accueillir des jeunes handicapés en stage d'observation pour leur donner confiance en eux et dans la société, via l'association Arpege.

Babel organisera dans ses locaux la Semaine nationale du handicap en 2015, avec notamment des mises en situation, un volet pédagogique et des conférences.

### 4. La situation familiale

Babel ne pratique aucune discrimination quant à la grossesse ou à la situation familiale et n'hésite pas à recruter de jeunes femmes ou de jeunes mères, ou à promouvoir de jeunes mères de famille. Des arrangements d'horaires ou du télétravail ponctuel sont d'ailleurs régulièrement effectués pour faciliter la vie des jeunes parents.

Les enfants ont d'ailleurs été à l'honneur le temps d'un arbre de Noël en décembre dernier, un moment convivial.

Ce sont aussi des thématiques que Babel aborde régulièrement pour ses clients, notamment dans les stratégies de marque, les rapports annuels, les magazines, etc. Babel se doit donc d'avoir une ouverture sur ces thématiques diversité, égalité, lutte contre toutes formes de discrimination.

## LE DEVELOPPEMENT DU CAPITAL HUMAIN ET DES COMPETENCES

Pour Babel, le modèle social est une composante clé de sa stratégie d'entreprise. L'épanouissement et le développement des talents sont la garantie d'une meilleure qualité de vie au travail et d'une prestation d'excellence pour nos clients.

Babel accueille tous les métiers de la communication et du marketing au plus haut niveau (publicité, influence et social media, contenus, design, events et digital).

Cette diversité de parcours, de talents et de cultures incarne l'engagement sociétal de Babel, qui place l'homme au cœur de son modèle.

Babel est convaincu qu'il faut agir autant sur l'épanouissement professionnel que sur le développement personnel pour permettre aux individus de grandir en compétences.

Babel a ainsi identifié cinq actions clés pour concrétiser cet engagement :

## 1. La formation

### – Formations collectives externes

Renforcement des compétences "savoir-être" (réussir sa prise de parole en public, management, etc.)

Renforcement des compétences métiers (digital et contenu)

Renforcement des savoir-faire techniques

83 formations ont ainsi été dispensées à 62 collaborateurs en 2014.

### – Formations collectives internes

Babel a créé l'Université Babel. A raison de 2 vendredis par mois, des experts de l'agence interviennent au sein d'un programme de formation interne destiné à accroître les compétences professionnelles de tous les collaborateurs de Babel.

## 2. Le coaching

Babel est convaincu de l'apport du coaching au niveau de la performance, de l'épanouissement professionnel et de la qualité de l'engagement des collaborateurs au sein de l'agence, c'est pourquoi 6 collaborateurs ont été suivis en accompagnement individuel de coaching en 2014, en particulier lors d'entrée dans de nouvelles fonctions.

## 3. Le mentoring

Le mentoring est une démarche fondée sur l'accompagnement des collaborateurs (les mentorés) par leurs pairs plus expérimentés (les mentors) sur une période donnée, au travers d'entretiens individuels.

Cet accompagnement vise principalement le développement du "savoir-être", et non pas le savoir-faire ou la formation technique à des pratiques métiers. La bienveillance, l'écoute et la confidentialité sont les principes fondateurs de ces échanges et sont indispensables au transfert et au partage d'expérience.

La relation mentor-mentoré permet une transmission directe, rapide, exploitable et pérenne des "savoir-être" et de la culture de l'agence.

Pour déployer ce programme, Babel a choisi de collaborer avec la start-up Unatti, qui se lance dans le e-mentoring pour les entreprises en France et qui a pu garantir le professionnalisme de la démarche et la pertinence des contenus.

Babel a été le premier utilisateur de la plateforme pilote et a pu contribuer à son amélioration. 31 mentors et 36 mentorés ont participé, soit 42 % des collaborateurs impliqués dans le programme de mentoring pour développer leur "savoir-être" et la culture Babel

## 4. Les entretiens de progrès

147 des collaborateurs ont bénéficié des entretiens de progrès annuel en 2014, soit 92 % des collaborateurs.

## 5. La culture de la curiosité

### – Via l'interne

Une fois par mois, les équipes du planning stratégique organisent un point d'approfondissement stratégique sur une thématique, intitulé "Les Dredis".

"Les Dredis" sont ouverts à tous et explorent des sujets aussi variés que "Le temps", "L'extension du domaine du propre" ou "Les transformations technologiques réenchangent le monde", etc.

### – Via l'externe

Pour développer l'ouverture et des compétences interpersonnelles, Babel a mis en place un rendez-vous mensuel, "Les Biscuits", ouverts à tous. "Les Biscuits" sont des rencontres avec des personnalités extérieures dont le savoir-faire est connexe au champ de la communication : art, technologie, médias, qui viennent témoigner, présenter leurs oeuvres, leur passion, leur univers. C'est ainsi que Babel a reçu Marc Cheb Sun, spécialiste du sujet de la diversité en France et fondateur de la revue Respect Magazine, l'artiste SWOON, fortement investie dans des projets caritatifs communautaires, Yacine Aït Kaci, le créateur du petit personnage Elyx, Laurent Natrella, sociétaire à la Comédie Française, Éric Le Boucher, directeur de la rédaction du magazine économique Enjeux-Les Échos, etc.

## LA POLITIQUE SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL

Babel a pour responsabilité première d'assurer la sécurité de l'ensemble de ses collaborateurs. Pour se faire, l'agence a analysé l'ensemble des risques inhérents à son activité. Ainsi, les risques liés à une activité de conseil et stratégie en communication, sans chaîne de production, comme Babel sont de trois types :

### 1. Les risques liés au bâtiment

#### – Le risque d'intrusion

Babel dispose d'un dispositif d'entrée sécurisé, avec un badgeur à code individuel. Babel dispose d'un dispositif de télésurveillance et d'alarme en cas d'effraction. Lors d'événements, Babel fait appel à un service de sécurité pour éviter l'intrusion de personnes extérieures non conviées.

#### – Le risque d'incendie

Babel dispose de 35 extincteurs répartis dans l'ensemble du bâtiment et vérifiés annuellement. Babel affiche à chaque étage les plans d'évacuation du bâtiment. 13 têtes de détection incendie ont été installées dans l'agence. L'alarme à incendie est testée régulièrement, au moins tous les six mois. Le test fait l'objet d'un e-mail général d'avertissement. Par ailleurs, des évacuations inopinées et chronométrées ont lieu deux fois par an.

14 collaborateurs ont suivi une formation serre file/guide file pour mener à bien les évacuations et se servir efficacement des extincteurs.

En prévention, Babel fait une vérification annuelle de la conformité des prises électriques.

Babel a réalisé d'importants travaux d'aménagement pour installer des portes pare-flammes à chaque étage, pour éviter un éventuel incendie et la propagation d'un étage à l'autre et préserver l'escalier comme itinéraire d'évacuation. Des extracteurs de fumées ont aussi été installés.

### 2. Les risques individuels physiques et psychosociaux

#### – Les risques physiques

Babel vise l'objectif "zéro accident".

En tant qu'entreprise de conseil, Babel n'intègre pas de chaîne de production, ce qui limite les risques d'accidents graves. Les accidents relèvent majoritairement du trajet domicile-travail ou d'accidents sur le lieu de travail de type entorse ou coupure légère.

Pour limiter au maximum les risques d'accidents, les collaborateurs n'ont pas accès aux salles techniques telles que la chaudière, la salle serveur, le local produits d'entretien.

En 2014, notre taux d'accidents a été de 1,38 %, ce qui est nettement inférieur à celui de notre branche d'activité.

Babel a disposé des armoires à pharmacie fermées à clés à chaque étage. Un responsable et un suppléant ont été nommés.

Dans le cas de travail tard le soir, fréquent dans notre secteur d'activité, le retour au domicile du collaborateur s'effectue en taxi.

#### **– Aménagement de l'espace de travail**

D'importants travaux ont été réalisés dans le bâtiment. À l'occasion de ces travaux, les architectes d'intérieur ont été particulièrement attentifs aux conditions de travail. Ainsi, les emplacements lumière directe/lumière indirecte ont été mûrement réfléchis : les néons ont été supprimés, des calculs ont été réalisés concernant la hauteur des suspensions pour un meilleur éclairage, etc. De plus, les postes de travail ont été réfléchis sous l'angle de l'ergonomie, le zoning a été étudié avec les managers de proximité.

Le 3<sup>e</sup> étage a été isolé non seulement thermiquement, mais aussi phonétiquement, pour absorber efficacement les bruits et améliorer le confort de travail. Des espaces détente ont été aménagés à différents endroits de l'agence, que ce soit pour les pauses déjeuner, les discussions informelles ou les réunions.

Certaines salles de réunion n'ont pas d'ouverture vers l'extérieur : dans ce cas des points lumineux artificiels muraux, reconstituant un effet lumière naturelle, ont été installés pour plus de confort.

#### **– Les risques psychosociaux**

Les risques psychosociaux sont un risque réel en agence de communication. L'agence Babel en est consciente et est particulièrement attentive pour détecter les signes annonciateurs de difficulté, détresse ou burn-out, notamment grâce aux managers de proximité.

Le coaching contribue à apprendre à gérer le stress, mais aussi à valoriser les compétences et à renforcer l'estime de soi. Six collaborateurs prenant de nouvelles fonctions avec plus de responsabilités ont bénéficié de coaching individuel en 2014.

Les managers de proximité sont particulièrement attentifs aux horaires de travail et veillent à une bonne répartition de la charge de travail comme à la récupération des périodes intenses.

### **3. Les risques liés aux données**

Babel a mis en place une salle serveur dédiée, sous badge, protégée en cas d'incendie, d'inondation, d'intrusion ainsi que de piratage.

La question des risques et de la sécurité est donc une notion quotidienne pour Babel. C'est un élément dont s'occupe directement le Secrétaire général ainsi que le responsable Facility management et exploitation immobilière. Au sein du CE, le CHSCT a pour mission de contribuer à la protection de la santé et de la sécurité des travailleurs ainsi qu'à l'amélioration des conditions de travail.

C'est un interlocuteur direct pour les collaborateurs, qui est en lien permanent avec la direction.

En cas d'accidents, une collaboratrice de l'accueil contacte en premier lieu les secours (pompiers ou Samu).

# Environnement

En tant qu'acteur responsable du secteur de la communication, en 2014, Babel a mis en place une politique environnementale pour 2015 afin de réduire ses impacts sur l'environnement qu'ils soient directs, indirects ou induits (liés aux effets de la communication).

## LA POLITIQUE ENVIRONNEMENTALE

Pour construire sa politique environnementale, Babel a réalisé un état des lieux de ses activités et de leurs impacts sur l'environnement. À l'issue de ce travail, Babel a formalisé sa politique autour de trois catégories.

### 1. Les impacts environnementaux liés à l'organisation

De par son activité de service, n'intégrant pas de chaîne de production sur site, les impacts environnementaux de Babel sont plutôt réduits, mais l'agence s'efforce de les réduire encore. Les impacts environnementaux principaux sont l'énergie et les matières premières nécessaires au fonctionnement de l'agence.

THÉMATIQUES	OBJECTIFS 2015	INDICATEURS DE SUIVI	ACTIONS
<b>Énergie</b>			
Chauffage (fioul)	Réduire notre consommation de 5 %	Consommation	Travaux d'isolation Régularité du tableau de suivi des consommations
Électricité	Réduire notre consommation de 5 %	Consommation	Travaux/étude luminosité/ changement ampoule DéTECTEURS de présence Serveurs virtuels Sensibilisation des collaborateurs (charte interne) Régularité du tableau de suivi des consommations
<b>Eau</b>	Réduire notre consommation de 2 %	Consommation	Analyse des fuites Sensibilisation des collaborateurs (charte interne)
<b>Transport</b>			
Déplacements domicile/travail	Augmenter la part d'abonnements Vélib	Quantité d'abonnements	Incitation financière lors de la semaine de la mobilité ou du développement durable
Déplacements professionnels	Augmenter la part d'abonnements Vélib et Autolib	Quantité d'abonnements	Proposition en réunion équipe Souscrire un contrat Vélib pro ou incitation financière individuelle
	Réduire l'impact taxi	Km compensés Km parcourus	Sensibilisation des collaborateurs (charte interne) Augmentation des abonnements mobilité douce Coursier à vélo pour les plis non urgents Compensation carbone des taxis

THÉMATIQUES	OBJECTIFS 2015	INDICATEURS DE SUIVI	ACTIONS
<b>Achat</b>	Mettre en place une politique d'achats durables	Pourcentage de produits labellisés	Groupe de travail achat Formalisation d'une politique achat durable
<b>Déchets</b>			
limiter la production de déchets	Réduire la consommation de papier de 5 %	Quantité achetée	Sensibilisation des collaborateurs (charte interne) Impression par code
Optimiser le recyclage	Augmenter le flux des matériaux recyclés Augmenter le recyclage de 20 %	Nombre de matériaux  Tonnage	Sensibilisation des collaborateurs (charte interne) Mise en place de poubelle de tri
<b>Environnement/GES</b>	Identifier l'impact carbone chiffré de notre activité  Adopter des indicateurs de suivi et des objectifs de réduction	Résultats du bilan	Élaboration du bilan carbone  Sensibilisation des collaborateurs (charte interne)

## 2. Les impacts environnementaux liés à la production/fabrication

Il s'agit des impacts liés à la fabrication des supports de communication ou d'événement. Les impacts environnementaux sont donc liés à l'impression, au développement informatique, à la tenue d'un événement, à la fabrication de goodies, à la réalisation d'un shooting photo, d'un tournage ou d'un montage, etc. Il s'agit un ensemble d'activités complexes et spécifiques pour chaque cas qui nécessitent énormément d'énergie, de matières premières et génère des déchets.

THÉMATIQUES	OBJECTIFS	INDICATEURS DE SUIVI	ACTIONS
<b>Transport</b>			
Déplacement métier	Évaluer l'impact réel des déplacements et transports métier	gCO <sub>2</sub>	Élaboration d'un bilan carbone
	Réduire l'impact des déplacements de production	Km compensés	Compensation carbone du transport lié aux tournages à l'étranger
Transport marchandises	Réduire l'impact des livraisons de marchandises et routage	Km parcourus/ mode de transport utilisé	Choix de fournisseurs de proximité ou ayant recours à une politique de réduction d'impact (transports alternatifs, compensation)
<b>Déchets</b>			
Événement	Mise en place d'une politique de gestion des déchets événementiels comprenant objectifs et indicateurs de suivi	Charte	Groupe de travail événementiel Rendez-vous Anaé Formalisation d'une politique
Print	Maintien 100 % imprimeurs labellisés, 100 % papier labellisé		Mise à jour des fiches de renseignements fournisseurs
<b>GES</b>			
Global	Identifier l'impact carbone chiffré de notre activité élargie	gCO <sub>2</sub>	Élaboration d'un bilan carbone
Événement	Réduire l'impact des événements	gCO <sub>2</sub>	Réaliser des bilans carbone événement

### 3. Les impacts environnementaux liés aux effets de la communication

Il s'agit, d'une part, de la nature du produit ou service mis en scène et, d'autre part, de la nature du message qui lui est attribué : quel est le produit concerné ? Le message pousse-t-il à une surconsommation ? Le message environnemental délivré est-il justifié ?

Babel se donne pour mission d'accompagner la transformation des marques et des entreprises, de délivrer un message juste en visant une communication responsable.

Babel a l'ambition de faire naître des idées qui redonnent de la force aux marques et aux discours, de donner à la communication le pouvoir de créer de la valeur, le pouvoir de transformer le réel. Babel n'a pas vocation à exclure des acteurs économiques de son champ stratégique sur des critères de RSE.

En revanche, l'agence Babel est particulièrement vigilante aux recommandations de l'ARPP sur les arguments écologiques et sociétaux. Elle veille à ce que les outils de communication ne prônent pas de comportements inciviques et que l'argument écologique, s'il y a lieu, soit utilisé à bon escient et fondé sur des preuves.

Des échanges avec l'équipe RSE de l'agence permettent d'échanger sur la responsabilité des messages.

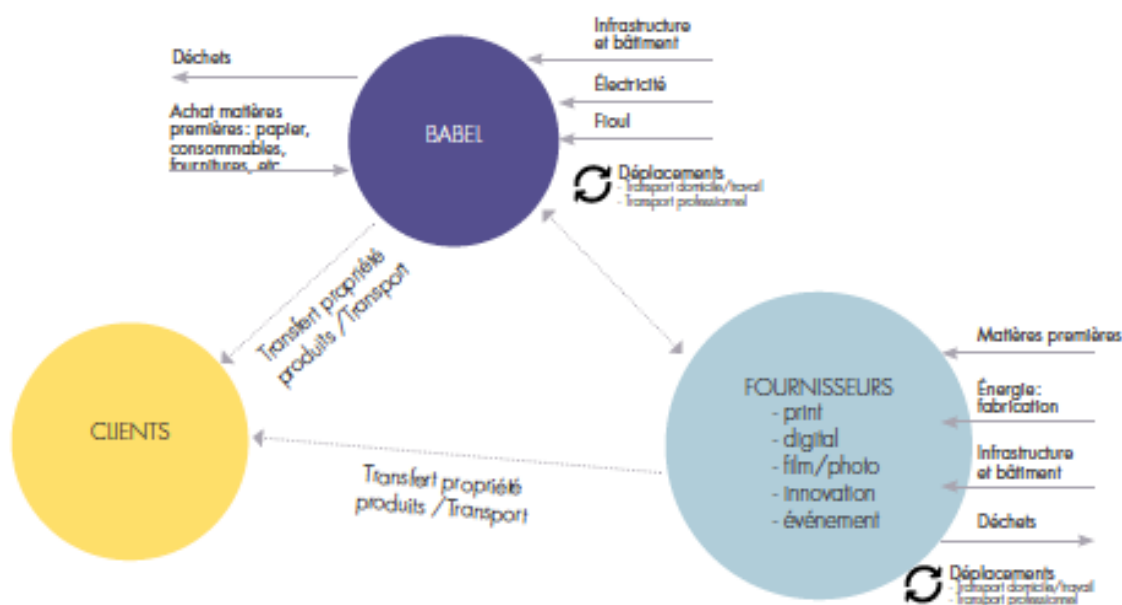


Avant la réalisation des publicités print ou film, les producteurs soumettent la création ou le script à l'ARPP pour échange et conseil. Le script ou la maquette ou est alors retravaillé, le cas échéant, en fonction des retours de l'ARPP avant d'être proposé(e) au client pour validation. Aucune publicité conçue chez Babel n'a reçu d'avis défavorable.

## LES ACTIONS DEJA MISES EN PLACE

### - GES :

Babel est au commencement de l'élaboration de sa politique GES et a, en 2014, identifié et analysé les flux de son activité pour en déterminer les émissions directes et indirectes.



### - DECHETS :

Les enjeux sectoriels dans le domaine des déchets portent de façon majeure sur les déchets liés à la production des campagnes et événements.

Consciente de cette réalité, mais afin d'être exemplaire et de pouvoir co-construire avec ses fournisseurs, l'agence Babel s'est concentrée, à l'aube de son existence, sur sa politique interne de gestion des déchets.

En tant qu'entreprise de conseil en stratégie de communication, Babel a identifié deux types de déchets générés :

#### 1- les déchets directs de fonctionnement

Plusieurs actions ont été mises en place.

Limitation de nos déchets :

- installation de fontaines à eau sur la colonne d'eau reliée à l'eau courante dans l'ensemble du bâtiment pour limiter la consommation de bouteilles plastique individuelles et bonbonnes d'eau.
- Choix de gobelets en carton, matière renouvelable issue de forêts durablement gérées, plutôt qu'en plastique issu de matière fossile ;

- mise à disposition de mugs pour l'ensemble des collaborateurs et dans chaque salle de réunion. Système de collecte dans les étages et de lave-vaisselle pour limiter les vaisselles « sauvages » très consommatrices d'eau ;
- proposition de café filtre toute la journée aux collaborateurs pour limiter l'utilisation de capsules individuelles ;
- configuration des ordinateurs en impression recto/verso ;
- utilisation de papier 80 g pour l'impression interne ;
- utilisation de papier labellisé issu de forêts durablement gérées à 100 %.

Optimisation du recyclage des déchets

Babel trie six flux de déchets différents :

- les piles utilisées pour son activité. Babel permet aussi aux collaborateurs de ramener les piles de leur domicile ;
- les néons : ils sont emmenés dans un point de collecte Recyclum près de l'entreprise.
- le verre : il fait l'objet d'un tri spécifique en étant collecté par la Ville de Paris qui se charge de son recyclage ;
- les D3E : notre service informatique fait appel à diverses associations pour venir collecter les D3E et assurer leur recyclage. Une opération interne de collecte de D3E est organisée une fois par an ;
- les cartouches d'encre : elles sont reprises par Conibi, 1er consortium dédié à la collecte et à la valorisation des consommables d'impression ;
- le papier : déchet conséquent dans une entreprise de services comme la nôtre,

Babel a fait le choix d'un tri des papiers via des poubelles individuelles bi-flux.

Notre prestataire Prapec se charge de la collecte deux fois par semaine et de leur traitement. Un reporting mensuel nous est remis pour assurer notre suivi (312 bacs de 340 litres collectés en 2014).

Une campagne de sensibilisation interne, créée par une équipe de directeurs artistiques et concepteurs-rédacteurs de l'agence, sensibilise l'ensemble des collaborateurs à une meilleure gestion des déchets : limiter ses impressions, utiliser les mugs, privilégier les fontaines à eau et réutiliser son gobelet, consignes de recyclage, etc.

## 2- les déchets indirects de production des campagnes de communication.

L'agence Babel est attentive au recyclage des déchets émis lors de la production des campagnes de communication, que ce soit lors d'un événement, lors de la fabrication d'outils d'édition papier ou du recyclage des campagnes en affichage.

Babel est au tout début du travail sur les déchets de production et oeuvre dans une démarche d'amélioration continue avec les équipes et les partenaires. Une période de pédagogie et de prise de décision est nécessaire avant de mettre en place concrètement des actions.

D'ores et déjà, Babel travaille en collaboration avec ses fournisseurs (imprimeurs, événementiels, etc.) pour limiter au maximum les déchets et rejets. Babel fait appel exclusivement à des imprimeurs labellisés Imprim'vert sur l'ensemble de leur chaîne de fabrication, ce qui garantit une réduction considérable des rejets dangereux, la non utilisation de produits toxiques et la limitation des déchets de production.

## - POLITIQUE TRANSPORT ET DÉPLACEMENT :

Les transports et déplacements sont un élément important de la vie quotidienne de Babel, que ce soit pour venir travailler, se déplacer chez nos clients, mais aussi pour fabriquer, produire et diffuser les outils de communication.

L'optimisation des transports et déplacements est à la fois une nécessité économique et une nécessité environnementale. En tant qu'entreprise responsable, Babel s'attache à identifier les sources de transports utilisées et mettre en place un plan d'actions pour les réduire.

Babel a identifié les déplacements directement liés à l'activité et a d'ores et déjà travaillé pour optimiser ce volet. Babel s'attachera à partir de 2015 à mieux identifier et répertorier les déplacements liés à la production des outils de communication pour définir des indicateurs, des objectifs et des mesures adaptées.

## 1. Transports et déplacement liés à l'activité

Babel est idéalement située en plein cœur de Paris, dans le quartier piétonnier de Montorgueil. Cette position centrale lui permet de minimiser l'impact environnemental des déplacements de ses collaborateurs et des déplacements de ses clients.

### Déplacements domicile/travail :

Babel encourage les transports collectifs ou les transports dits doux pour les déplacements domicile/travail. Babel rembourse la carte Navigo ou le Pass Vélib' à hauteur de 50 %. Babel dispose également, pour les collaborateurs, d'un garage à vélo sécurisé.

### Déplacements professionnels :

De par sa situation centrale dans Paris, la majorité des déplacements professionnels sont réalisés en transport en commun.

Par ailleurs, Babel dispose d'une flotte restreinte en véhicules de fonction, passée de six véhicules à seulement trois en deux ans. Babel choisit uniquement de petites cylindrées émettant moins de 110 g CO<sub>2</sub>/km. Babel dispose également d'une voiture en libre-service pour favoriser le covoiturage. Afin de limiter l'utilisation des taxis et de favoriser la culture du covoiturage, Babel a souscrit à l'abonnement Autolib pour le personnel ayant des déplacements récurrents dans des zones Paris et Île-de-France mal desservies par les transports en commun.

Le train est favorisé lors de déplacements nationaux quand les horaires le permettent et, dès que cela est possible, Babel privilégie les conférences téléphoniques.

## 2. Transports et déplacements liés aux productions

Babel fait le choix de fournisseurs de proximité, c'est-à-dire nationaux ou frontaliers, pour limiter l'impact des transports de livraison des produits.

Par ailleurs, les tournages et shootings photos sont principalement réalisés dans des studios ou des décors parisiens, français ou dans les pays limitrophes. En 2014, seul 1 tournage (sur 5 productions publicitaires) a été réalisé en Amérique du Sud.

## - ENERGIE :

Notre politique passe autant par une meilleure gestion des dépenses énergétiques que par l'optimisation des consommations, que ce soit nos consommations propres ou celles induites dans la production des éléments et outils de communication.

Les actions à mettre en place sont souvent simples, mais relèvent du changement de comportement individuel et donc une prise de conscience.

Chez Babel, en lien direct avec l'équipe RSE, un collaborateur est plus spécifiquement en charge des sujets de facility management et d'exploitation immobilière. Son rôle est d'identifier les points d'amélioration et les leviers d'actions.

Quatre niveaux d'intervention ont été identifiés :

### 1. l'efficacité énergétique du bâtiment

L'agence est locataire d'un bâtiment classé, ce qui implique deux contraintes majeures :

Premièrement, le statut de locataire ne nous permet pas de réformer le bâtiment autant que nous le souhaitons ;

Deuxièmement, le classement au titre des Monuments historiques est une contrainte forte, notamment pour les travaux concernant la façade extérieure et donc les fenêtres simple vitrage.

- Isolation

En 2014, Babel a tout de même lancé un grand chantier de rénovation interne. Au 3e et dernier étage, une isolation de la toiture a été réalisée. 2 x 20 cm de laine de verre ont été installés. L'isolation répond complètement à la norme RT2012 avec une résistance thermique R : 10 m<sup>2</sup>. K/W, ce qui va faire diminuer la facture énergétique d'environ 5 %.

- Lumière

Un travail sur la lumière naturelle a été mené pour accroître le confort des collaborateurs et réduire l'usage de la lumière artificielle. L'ensemble des néons a été remplacé par des lumières plus localisées, avec des ampoules basse tension.

## 2. l'efficacité énergétique des équipements

- Serveurs

Babel a virtualisé l'ensemble de ses serveurs informatiques. Ceci représente près de 80 % d'économie d'énergie. Le nouveau serveur est labellisé Green IT.

Dégageant une forte chaleur, les serveurs se trouvent dans une salle climatisée.

Une étude a été réalisée pour réutiliser la chaleur dégagée, mais les quantités ne sont pas assez importantes pour qu'un système soit mis en place.

- Équipement informatique

Que ce soit pour les ordinateurs ou les téléphones mobiles, Babel a recours quasi uniquement à la marque Apple dont on connaît les travaux sur l'optimisation énergétique de la consommation des équipements.

- Chauffage

Notre chaudière fonctionne au fioul. Une étude pour mettre en place une chaudière gaz reliée au gaz de ville a été réalisée mais les investissements – considérables – n'ont pu être réalisés dans le cadre de notre contrat de location.

La chaudière est entretenue annuellement.

Des améliorations de la consommation ont été apportées :

- un horodateur a été installé pour diminuer la consommation nocturne.

- des robinets thermostatiques ont été installés sur l'ensemble des radiateurs de façon à mieux piloter la température de chaque espace.

- Véhicules

Babel dispose de peu de véhicules de fonction, qui sont des véhicules petit cylindre.

- Climatisation

La climatisation n'a été installée que dans les cas de nécessité : salle serveurs, salle photogravure.

## 3. L'efficacité énergétique due aux comportements

- Sensibilisation

Les collaborateurs sont sensibilisés, via une campagne de stickering interne, à l'extinction des équipements électroniques et électriques, la mise en veille systématique des ordinateurs en cas d'absence momentanée, l'extinction des lumières individuelles en fin de journée et des lumières collectives lorsque la luminosité naturelle le permet.

- Vérification

Un agent passe à 21 heures, il est chargé d'éteindre l'ensemble des lumières et de veiller à la fermeture des fenêtres.

Un tableau mensuel de suivi énergétique a été mis en place en 2014. Il permettra de partager les gains réels de l'ensemble de nos efforts.

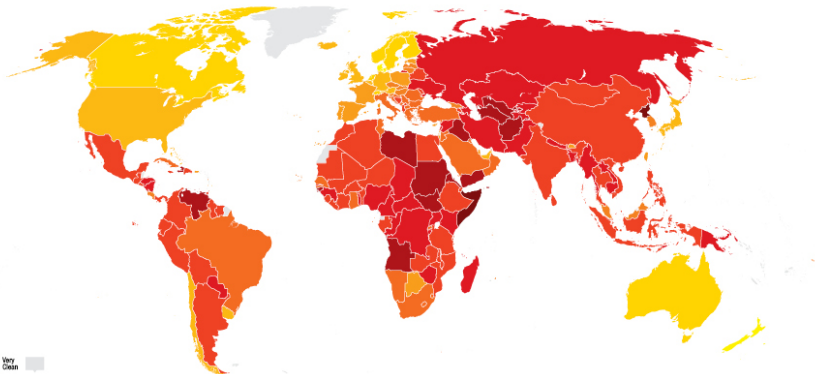
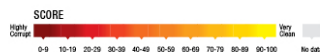
## 4. l'efficacité énergétique des productions

Babel a pleinement conscience de l'importante consommation énergétique liée à la production d'outils de communication (print, digital, événementiel, innovation, tournage et shooting).

Aujourd'hui, la première phase d'efficacité énergétique s'est concentrée sur nos pratiques internes. Nous travaillons sur la mise en place d'indicateurs, de chiffrage de l'impact, pour travailler à une meilleure efficacité énergétique, notamment sur les événements ou sur les systèmes digitaux.

## Lutte contre la corruption

Babel est une agence de conseil en communication qui exerce son activité majoritairement sur le territoire Français et minoritairement dans les pays limitrophes tels que la Suisse. Ces pays représentent un faible risque de corruption comme l'indique Transparency International. La France est classée 26 sur 175 en 2014.



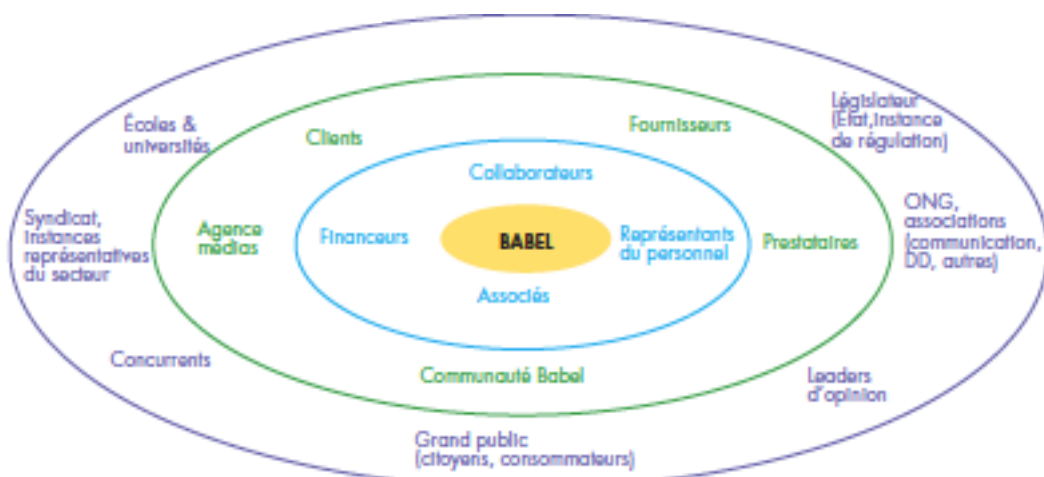
RANK	COUNTRY/TERRITORY	SCORE	RANK	COUNTRY/TERRITORY	SCORE	RANK	COUNTRY/TERRITORY	SCORE	RANK	COUNTRY/TERRITORY	SCORE	RANK	COUNTRY/TERRITORY	SCORE	RANK	COUNTRY/TERRITORY	SCORE
1	Denmark	92	21	Chile	73	81	Croatia	43	100	Agers	36	138	Nigeria	27	156	Zimbabwe	21
2	New Zealand	91	22	Uruguay	73	82	Omaha	43	101	China	36	139	Russia	27	157	Burundi	20
3	Finland	89	23	Austria	72	83	Cape Verde	57	102	El Salvador	36	140	Sierra Leone	31	158	South Sudan	15
4	Sweden	87	24	Burkina Faso	71	84	Costa Rica	57	103	Bolivia	35	141	Uganda	26	159	Kenya	20
5	Norway	86	25	United Arab Emirates	70	85	Latvia	55	104	Mongolia	35	142	Uganda	26	160	Angola	19
6	Switzerland	86	26	Estonia	69	86	Malta	55	105	Morocco	35	143	Bangladesh	25	161	Cote d'Ivoire	19
7	Singapore	84	27	France	69	87	Guyana	55	106	Moldova	35	144	Kenya	25	162	Haiti	19
8	Netherlands	83	28	Czech Republic	67	88	Costa Rica	54	107	India	35	145	Kenya	25	163	Venezuela	19
9	Luxembourg	82	29	Saint Vincent and the Grenadines	67	89	Hungary	54	108	Peru	35	146	Laos	25	164	Yemen	19
10	Canada	81	30	Bhutan	65	90	Malta	54	109	Indonesia	34	147	Laos	25	165	Sierra	18
11	Australia	80	31	Botswana	63	91	Georgia	52	110	Albania	33	148	Laos	25	166	Libya	18
12	Germany	79	32	Cyprus	63	92	Malaysia	52	111	Ecuador	33	149	Laos	25	167	Uzbekistan	18
13	Ireland	79	33	Portugal	63	93	Czech Republic	51	112	Ethiopia	33	150	Laos	25	168	Turkmenistan	17
14	United Kingdom	78	34	Puerto Rico	63	94	Slovakia	50	113	Kosovo	33	151	Laos	25	169	Iraq	16
15	Belgium	76	35	Poland	61	95	Bahrain	49	114	Mali	32	152	Laos	25	170	South Sudan	15
16	Japan	76	36	Taiwan	61	96	Jordan	49	115	Madagascar	32	153	Laos	25	171	Chad	12
17	Barbados	74	37	Israel	60	97	Lebanon	49	116	Guinea	32	154	Laos	25	172	Afghanistan	12
18	Hong Kong	74	38	Spain	60	98	Namibia	49	117	Dominican Republic	32	155	Laos	25	173	Sudan	11
19	Iceland	74	39	Comoros	58	99	Paraguay	49	118	Guatemala	32	156	Laos	25	174	Korea (North)	8
20	United States	74	40	Ukraine	58	100	Saudi Arabia	49	119	Maldives	32	157	Laos	25	175	Somalia	8

© 2014 Transparency International. All rights reserved.

#cpi2014  
www.transparency.org/cpi

Babel peut avoir recours à des fournisseurs situés dans des pays plus fort Indice de Perception de la Corruption notamment pour la réalisation de goodies événementiels. Dans ce cas, Babel exige un engagement écrit de respect des droits de l'Homme et de lutte contre la corruption et demande les justificatifs de certification.

Babel a choisi d'exercer son activité en toute transparence avec l'ensemble des parties prenantes. Babel s'intéresse à tous les publics qui impactent ou peuvent être impactés par son activité. Pour ce faire, en 2014, Babel a identifié ses parties prenantes afin d'engager un dialogue et à caractériser la relation avec celles ci pour en comprendre leurs besoins et leurs attentes.



PARTIES PRENANTES	ATTENTES	MODALITÉ DE DIALOGUE
<b>Collaborateurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vision sur le projet</li> <li>- Transparence</li> <li>- Plan d'évolution individuel</li> <li>- Gestion durable de l'emploi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intranet</li> <li>- Babel News</li> <li>- Réunion générale salariés bi-annuelle</li> <li>- Réunion de pôle</li> <li>- Managers de proximité</li> <li>- Guide d'accueil</li> </ul>
<b>Associés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visibilité à long terme</li> <li>- Participation aux décisions de l'entreprise</li> <li>- Transparence</li> <li>- Résultat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comité stratégique trimestriel</li> <li>- Déjeuner hebdomadaire des associés</li> <li>- Discussion informelle</li> </ul>
<b>Financeurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Profitabilité</li> <li>- Transparence</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réunions d'actionnaires</li> <li>- Information régulière</li> <li>- Résultats financiers</li> </ul>
<b>Représentants du personnel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dialogue - Négociation</li> <li>- Conditions de travail</li> <li>- Prévention des risques</li> <li>- Participation aux décisions de l'entreprise</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- CE</li> </ul>
<b>Clients</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compétences : excellence du conseil, qualité de production</li> <li>- Réactivité</li> <li>- Durabilité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Études Limelight</li> <li>- Site Internet</li> <li>- Conférences et événements</li> <li>- Mailing</li> </ul>
<b>Prestataires / partenaires (freelances, pigistes, agence médias, etc.)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Durabilité de la relation</li> <li>- Rigueur et bonnes pratiques comptables</li> <li>- Qualité de la relation de travail</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contact direct avec les équipes opérationnelles</li> <li>- Fiche de renseignements</li> <li>- Clause de confidentialité</li> </ul>
<b>Fournisseurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Achats responsables</li> <li>- Durabilité de la relation</li> <li>- Rigueur et bonnes pratiques comptables</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personnes en charge des achats : services généraux et production</li> <li>- Document d'éthique : confidentialité, démarche RSE</li> </ul>
<b>Communauté Babel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Soutien stratégique et financier</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contact direct</li> <li>- Rencontre annuelle</li> </ul>

PARTIES PRENANTES	ATTENTES	MODALITÉS DE DIALOGUE
<b>Écoles et universités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Transmission de savoir : secteur et métier</li> <li>- Stage et emploi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cours et interventions dispensés par le Président et plusieurs collaborateurs experts</li> <li>- Annonces de stage et emploi</li> <li>- Site Internet</li> <li>- Adresse spécifique recrutement</li> <li>- Entretiens</li> <li>- Événement « La grande charrette »</li> <li>- Réseaux sociaux</li> </ul>
<b>Concurrents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Échange d'expériences, partage de bonnes pratiques</li> <li>- <i>Fair business</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instances représentatives du secteur (AACC, Syntec, etc.)</li> </ul>
<b>Médias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Échange d'expériences, partage de bonnes pratiques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Groupes de travail</li> </ul>
<b>Syndicats, instances représentatives du secteur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Échange d'expériences, partage de bonnes pratiques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Groupes de travail</li> </ul>
<b>Législateur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Respect de la règle</li> <li>- Transparence</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plateforme ARPP</li> <li>- Documents administratifs</li> </ul>
<b>Leaders d'opinion</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Information</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Site Internet</li> <li>- Réseaux sociaux</li> <li>- Communiqué de presse</li> <li>- Interviews</li> </ul>
<b>ONG, associations</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Transparence</li> <li>- Échange collaboratif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Groupe de travail</li> <li>- Site Internet</li> <li>- Réponse aux sollicitations</li> <li>- Mécénat</li> </ul>
<b>Grand public</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Responsabilité et pertinence dans les messages</li> <li>- Accessibilité de l'information</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Site Internet</li> <li>- Réseaux sociaux</li> </ul>

En interne, cette volonté de transparence se traduit par des réunions collaborateurs bi-annuelles, avec notamment un point précis sur l'état financier, des réunions équipes hebdomadaires, des rendez-vous collaborateurs réguliers.