



OETKER COLLECTION

MASTERPIECE HOTELS

COMMUNICATION SUR LE PROGRES

Global Compact



GARANTS D'UN AVENIR
SÛR ET RESPONSABLE

2014

Contenu

I.1. La stratégie de Oetker collection.....	4
I.2. Profil de Oetker Collection.....	1
I.3. Détermination des enjeux	Erreur ! Signet non défini.
I.4. Implication des parties prenantes.....	11
I.5. Profil de notre rapport.....	13
I.6. Gouvernance.....	15
I.7. Ethique et intégrité.....	21
I.8. Eléments généraux d'information sur le secteur hôtelier	22
II.1. La stratégie de Responsabilité Sociétale de Oetker Collection	24
II.1.a Etat des lieux 2014	24
II.1.b. Identité.....	28
II.1.c. La politique RSE.....	30
II.1.d. Les récompenses RSE de nos hôtels.....	31
II. 2. L'ENGAGEMENT SOCIAL.....	33
S'assurer du respect des droits humains et optimiser nos conditions de travail	33
II.2.a. Garantir l'équité entre nos collaborateurs tout en luttant contre les discriminations	33
II.2.b. Favoriser une qualité de vie optimale au travail et soutenons le dialogue social	36

II.2.c. Encourager le développement et l'employabilité de nos collaborateurs	39
II. 3. L'ENGAGEMENT ENVIRONNEMENTAL	45
Maitriser nos consommations et préserver notre environnement	45
II.3.a. Réduire par l'innovation nos consommations de ressources	45
II.3.b. Connaître, protéger et restaurer la biodiversité qui nous entoure.....	50
II.3.c. Appliquer la réglementation et s'efforcer de limiter tout type de pollution.	57
II. 4. L'ENGAGEMENT SOCIÉTAL.....	62
Garantir une prestation exceptionnelle et sensibiliser nos clients à la responsabilité sociétale	62
II. 4. a. Garantir à travers des pratiques loyales une prestation de service et une politique d'achat irréprochable	62
II. 4. b. Inciter notre clientèle à contribuer à notre vision d'avenir durable.	69
Participer au développement social, culturel et économique de nos territoires d'implantation.....	77
II.4.c. Privilégier les producteurs locaux, gage de richesse patrimoniale de notre territoire.....	77
II.4.d. S'engager au côté de partenaires dans des projets durables en relation avec les valeurs que nous défendons	83

I. ELEMENTS GENERAUX D'INFORMATION

I.1. La stratégie de Oetker collection



Frank Marrenbach, CEO

Oetker Collection est une collection d'établissements hôteliers d'exception.

L'appartenance à Oetker Collection induit un cadre formalisé qui définit une vision, des valeurs et des principes de responsabilité communs à tous les établissements.

Notre business modèle est d'une grande simplicité et d'une extrême exigence : offrir à nos clients un service irréprochable dans un cadre raffiné, faire de leur séjour une expérience indélébile.

Ce statut du client est un credo qui s'exprime partout, notamment à travers :

- La Constitution de Oetker Collection qui solennise l'importance attachée au client : « Nos clients, locaux ou internationaux, sont au cœur de nos préoccupations. Nous faisons tout pour satisfaire leurs moindres désirs. Nous mettons tout en œuvre afin d'anticiper leurs attentes et d'y répondre au mieux, avec le plus grand souci du détail. Chez nous, « high touch » prime sur high tech ». »
- Les 6 valeurs attendues du personnel (authenticité, fiabilité, joie, subtilité, humilité, créativité) orientées vers la satisfaction du client.
- La démarche « ENCORE » centrée sur la satisfaction totale du client.

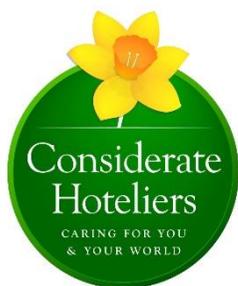
Nous avons conscience du fait que nos clients ne sont pas seulement des consommateurs mais aussi des citoyens soucieux du bien-être de la planète. Certains sont fortement engagés dans la défense de causes environnementales et sociales.

Nous considérons que l'appartenance à Oetker Collection doit être synonyme de respect des personnes et de la nature. Cette valeur partagée entre nous et nos clients nous rapproche. Notre engagement en faveur d'une Responsabilité Sociétale contribuant au Développement Durable ne se résume pas à une simple posture :

- Il est en lien direct avec notre business modèle
- C'est un levier stratégique
- C'est un vecteur de la conduite du changement
- Il est diffusé à l'ensemble des directions opérationnelles et fonctionnelles qui sont en première ligne (une structure RSE dédiée assurant un rôle d'impulsion, d'expertise et de coordination)
- Il est assimilé et approprié par l'ensemble des collaborateurs

Notre adhésion au Pacte Mondial est un élément fort de notre engagement. Nous rejoignons ainsi la communauté des organisations qui soutiennent cette initiative exemplaire et nous nous engageons notamment à aligner notre stratégie, notre gouvernance et nos processus de décision sur les principes du Pacte Mondial. Ces principes sont cohérents avec nos valeurs et avec les sept principes de responsabilité sociétale de l'ISO 26000 auxquels nous nous référons également : *redevabilité, transparence, comportement éthique, reconnaissance des intérêts des parties prenantes, respect du principe de légalité, prise en compte des normes internationales de comportement, respect des droits de l'Homme.*

Julie Poirot, sous la responsabilité de Philippe Perd, Senior Vice President Operations and Project Development, est en charge du déploiement de notre stratégie RSE au sein de Oetker Collection. Ce déploiement fera l'objet d'un reporting conforme aux exigences du Global Compact et tenant compte également des recommandations de la **Global Reporting Initiative version 4** et de la **Directive européenne** sur le reporting extra-financier.



Oetker Collection a choisi de solenniser son engagement social, sociétal et environnemental en adhérant au Global Compact (Pacte Mondial) et en rendant compte chaque année des progrès accomplis par les établissements de la Collection.

Elle a également tenu à s'entourer de l'association anglaise « **CONSIDERATE HOTELIERS** » qui a pour mission d'aider les hôteliers dans cette démarche de développement durable.

I.2. Profil de Oetker Collection

Oetker Collection est gérée par la société allemande Oetker Hotel Management qui est une entité GmbH (Company Gesellschaft mit beschränkter Haftung) c'est-à-dire une société à responsabilité limitée.

C'est au Cap d'Antibes que s'écrit l'histoire des hôtels Oetker Collection, en 1870 quand les écrivains font de la sublime Villa Soleil, leur havre d'inspiration. L'Hôtel du Cap-Eden-Roc était né.

Pendant ce temps, à Baden-Baden en 1872, un hôtel au charme très français ouvre ses portes, accueillant notamment le Shah de Perse, le jeune roi britannique Edouard VII et devient très vite le Brenners Park-Hotel & Spa, à la renommée internationale.

En 1925, le Bristol est édifié grâce à la vision d'un seul homme, offrant à la fois élégance et discrétion en plein cœur du Paris des affaires. En moins d'un siècle, le Bristol a été la propriété uniquement de deux familles, Jammet et aujourd'hui Oetker.

En 1900, un comte polonais achète un château en ruines à Vence, dans l'arrière-pays niçois, avec la ferme intention de le restaurer en lieu de culte religieux : cette retraite paisible au riche passé historique allait devenir le Château Saint-Martin & Spa.

Oetker Collection continue à s'étoffer de nouveaux hôtels partageant les mêmes valeurs et le style discret. Plus récemment, le Palais Namaskar, l'une des plus charmantes retraites d'Afrique du Nord, a rejoint la Collection. Puis, Fregate Island Private aux Seychelles en juillet 2013 et L'Apogée Courchevel en décembre 2013 ont rejoint l'éventail d'hôtels de luxe de Oetker Collection. L'Eden Rock-St Barths et le Lanesborough sont désormais les dernières « perles rares » de cette collection d'hôtels unique au monde.

VISION

Oetker Collection est la plus prestigieuse sélection d'hôtels uniques en leur genre au monde. Ces lieux d'exception sont dotés d'une âme, sur lesquels veillent des hôteliers raffinés qui procurent un sentiment d'appartenance à nos hôtes.

MISSION

Hôteliers raffinés, nous partageons des valeurs et des objectifs communs. Nous sommes conscients de faire partie d'un réseau exclusif, qui tend à contribuer au bien-être de ses partenaires. Nos hôtes, qu'ils viennent de près ou de très loin, sont au cœur de toutes nos initiatives.

RÉCOMPENSES

De nombreux médias internationaux distinguent régulièrement les hôtels de Oetker Collection dont les plus sérieuses revues anglo-saxonnes et américaines:

Relais & Châteaux Trophy 2014: récompense à nouveau le Château Saint-Martin & Spa, à l'occasion des 'Trophies 2014'

Prix Villégiature: Château Saint-Martin & Spa récompensé comme étant 'Meilleur Hôtel de Charme en Europe'

Andrew Harper : Le Bristol Paris est classé 10ème parmi les meilleurs hôtels du monde (catégorie capitales) et l'Hôtel du Cap-Eden-Roc, 13ème des hôtels de plage.

Conde Nast Traveller : Le Bristol remporte le trophée du meilleur hôtel en Europe. L'Hôtel du Cap-Eden-Roc est 4ème dans la même catégorie. Brenners Park-Hotel & Spa se classe 3ème dans le classement des meilleurs Spas. Fregate Island Private est 17ème pour la région Afrique Moyen-Orient, Océan Indien. Dans le classement général des 100 premiers hôtels, Le Bristol accède à la 19ème place, Brenners Park-Hotel & Spa à la 28ème et l'Hôtel du Cap-Eden-Roc à la 69ème.

International Traveler : l'Hôtel du Cap-Eden-Roc se classe 1er des 100 meilleurs Hotels & Resorts dans le monde, au sein d'un classement où figure également Le Bristol Paris.

Nous cherchons à toujours dépasser leurs attentes en leur proposant le nec plus ultra en matière de produits et de services et en faisant preuve d'un souci constant des détails. Pour nous, la pureté des sensations prime sur l'aspect high-tech.

Robb Report : Le Palais Namaskar a été nommé Meilleur hôtel de l'année dans son classement 2013

Luxury Travel Advisor : le bar du Bristol Paris nommé Meilleur Bar d'Hôtel dans le monde.

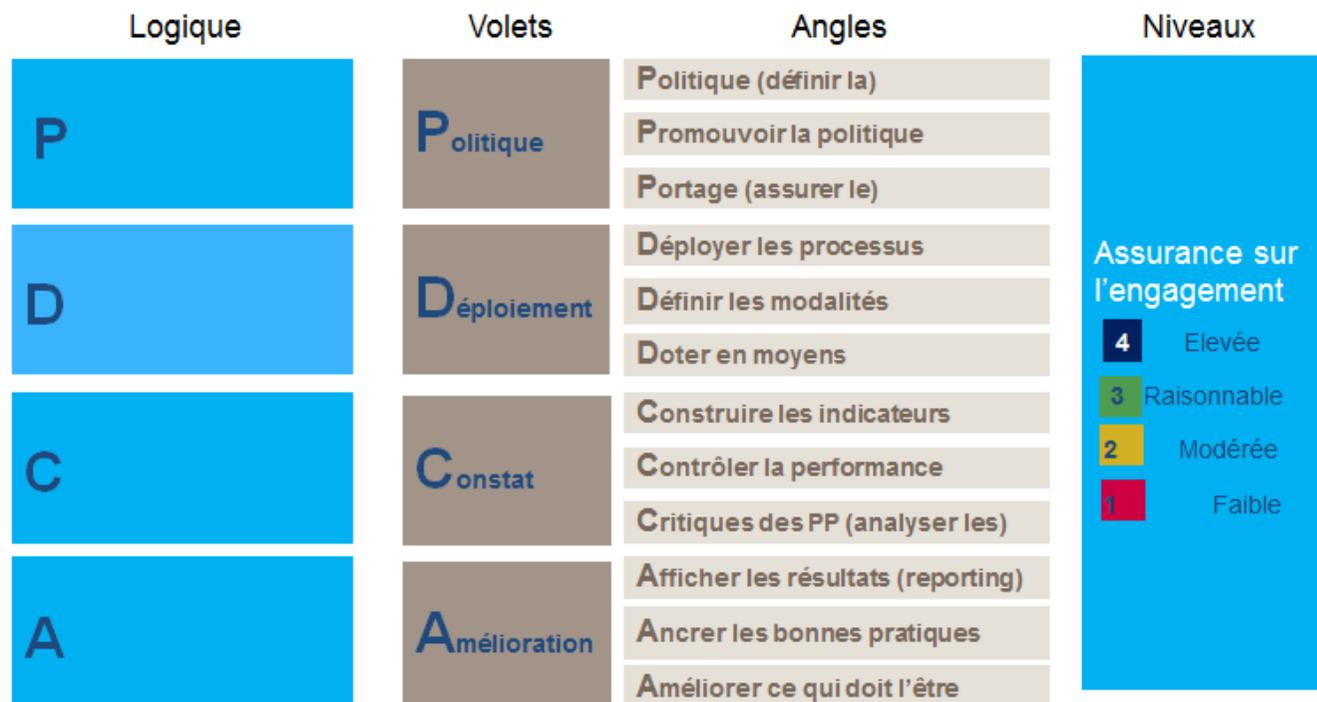
I.3. Détermination des enjeux

Afin de mieux cerner les enjeux d'une Responsabilité Sociétale appliquée à des établissements tels que ceux de Oetker Collection, nous avons fait réaliser en 2013 un diagnostic par le cabinet RSE France. Ce diagnostic a couvert les 7 questions centrales de la norme internationale ISO 26000 qui définit le champ de la Responsabilité Sociétale pour une organisation.

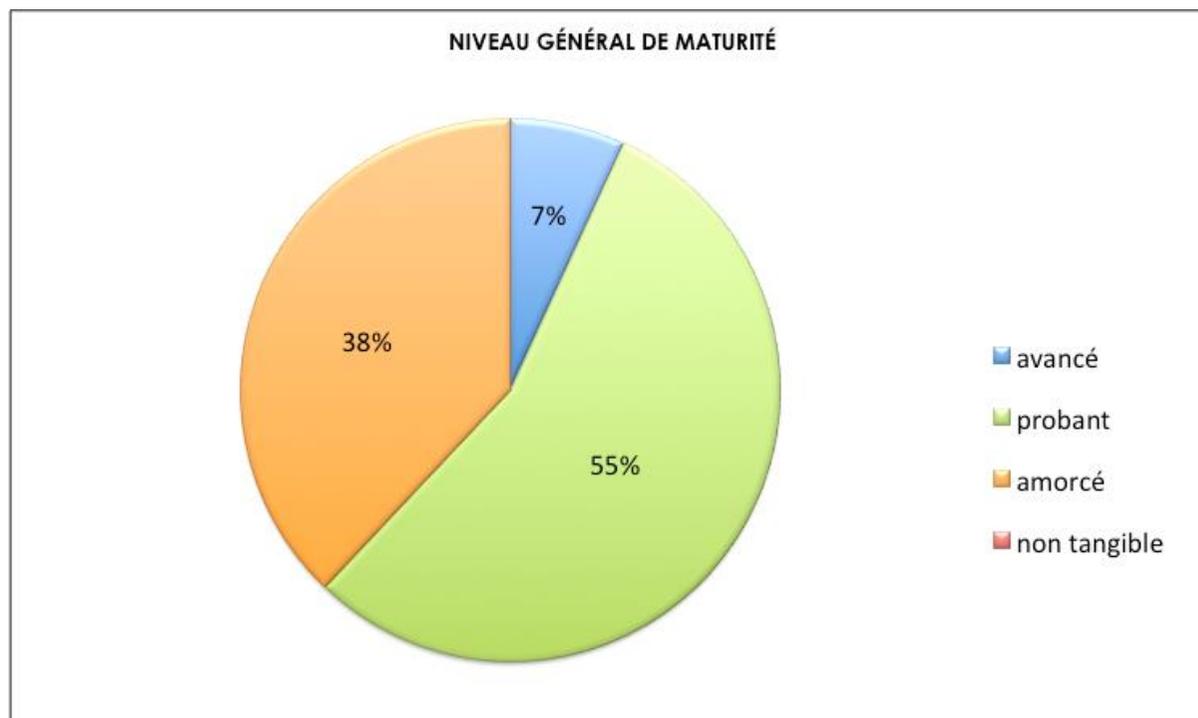
Le périmètre concernait les hôtels du Cap-Eden-Roc et du Château Saint-Martin & Spa.

Les 36 domaines d'action recensés par l'ISO 26000 ont été revus. 6 domaines d'action supplémentaires ont été revus sur l'axe de la gouvernance (référentiel Afnor X 30-031).

La méthodologie d'évaluation du cabinet RSE France reprend la logique du PDCA (amélioration continue : Plan-Do-Check-Act) et analyse tant la pertinence des politiques en place que la profondeur du déploiement et la communication autour des initiatives et des résultats.



Sur les 35 champs d'action retenus comme pertinents, les conclusions de RSE France étaient les suivantes :



- Une évaluation centrée sur les niveaux médians

- Aucun domaine n'est évalué au niveau 1, ce qui signifie que l'ensemble du champ de la responsabilité sociale est pris en compte

- Un engagement pas encore probant sur plus d'un tiers des champs d'action

Il ressortait du diagnostic que :

- « Les établissements s'engagent clairement sur les objectifs de responsabilité sociale attachés à leur cœur de métier qui donne la primauté aux intérêts du client.
- Une communication interne abondante confère une bonne visibilité des orientations de l'organisation vis-à-vis des collaborateurs. Par contre, la communication externe (sur la RSE) est en retrait.
- Une capacité de déploiement de très bon niveau sur des sujets de prédilection (formation, qualification des compétences,...) assure le maintien d'un capital humain de haut niveau.
- Les processus métiers sont décrits et évalués régulièrement au moyen d'outils performants.

- L'architecture et les processus attachés au contrôle de l'éthique des opérations doivent être améliorés pour garantir une surveillance probante des principaux risques générés par l'activité.
- La gouvernance, bien que susceptible d'amélioration sur la partie RS, donne satisfaction aux propriétaires, seules parties prenantes représentées au Conseil.
- Certains enjeux (sécurité, rémunération, environnement, fournisseurs, territoire ...) ne sont que partiellement traités, alors qu'ils sont potentiellement porteurs de risques.
- Le défi pour l'organisation est de se doter d'une politique RS unique et harmonisée mais suffisamment flexible pour prendre en compte des contextes historiques, sociaux, géographiques et capitalistiques différents. »

L'une des voies de progrès (relevée au niveau de la gouvernance) concernait l'implication des parties prenantes.

Le diagnostic fait état « d'une relation / concertation avec les parties prenantes pouvant être encore renforcée par des dispositifs consistant à :

- identifier les parties prenantes prioritaires quant aux impacts des décisions et activités de l'organisation, aux risques et opportunités liés à ces parties prenantes, et au mode de dialogue à privilégier en fonction de la partie prenante (palette transactionnelle allant de la simple information à la co-construction de solutions, en passant par la consultation, la concertation...)
- comprendre leurs intérêts, selon les sujets concernés (chaîne de valeur, territoire, filière professionnelle, etc.) ;
- intégrer ces intérêts dans les décisions, avec d'éventuels arbitrages. »

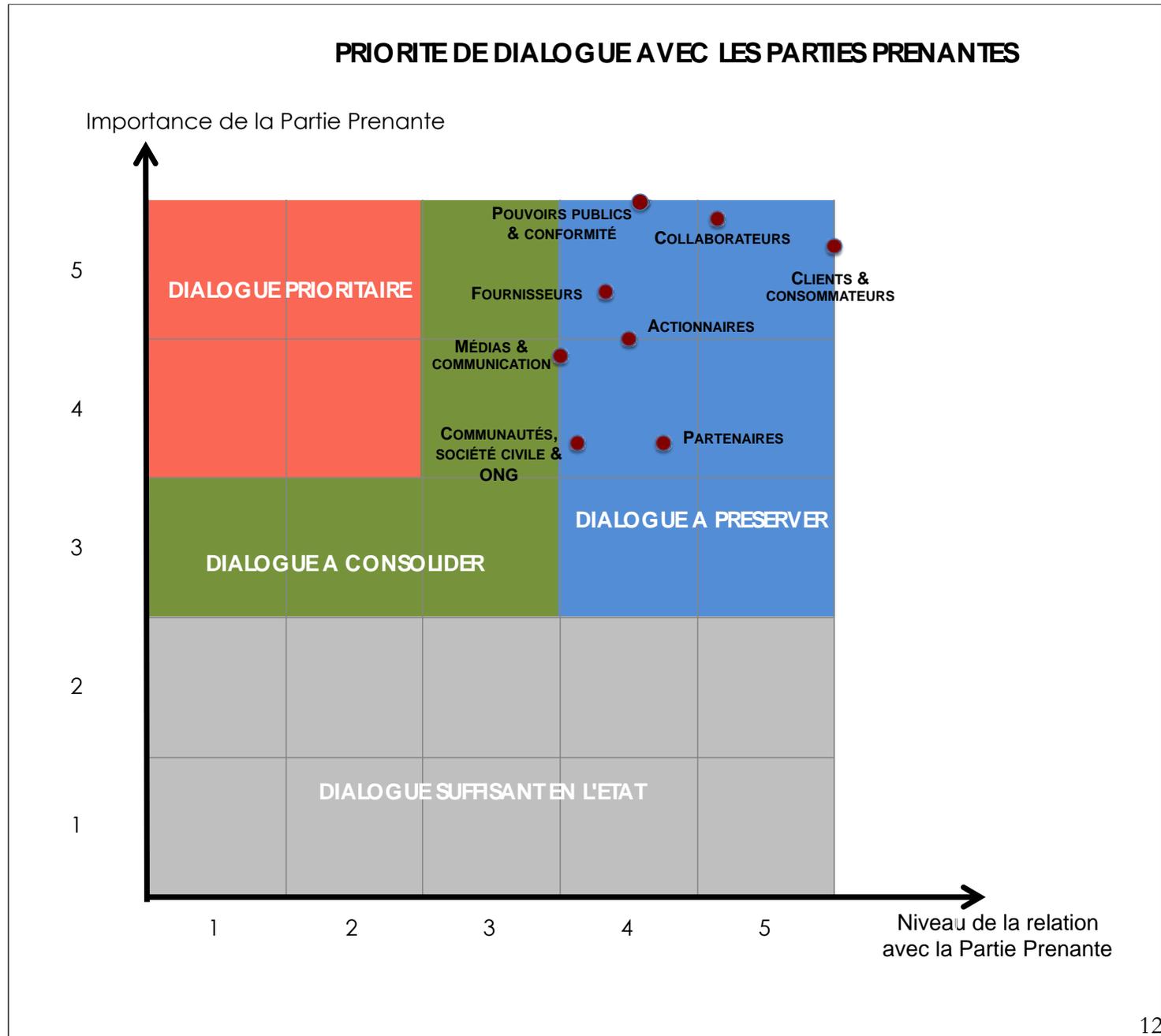
I.4. Implication des parties prenantes

Nous avons donc lancé un chantier en 2014 visant à établir une cartographie de nos parties prenantes.

Nos parties prenantes se regroupent en 9 catégories :

	PARTENAIRES	POUVOIRS PUBLICS & CONFORMITE
	Partenaires de services	Organismes sociaux
ACTIONNAIRES	Agents de représentation	Organismes fiscaux
Oetker collection	Hôtels partenaires Oetker	Organes de réglementation
COLLABORATEURS	Relais & Châteaux	Commission de sécurité
Personnel administratif	COMMUNAUTES, SOCIETE CIVILE & ONG	Certification
Personnel hébergement	Association <i>La croix Rouge</i>	Green Globe
Personnel restauration	Association <i>Les Aquanantes</i>	MEDIA & COMMUNICATION
Personnel technique	Association <i>Planète Urgence</i>	Presse VIP (Gala, Figaro ...)
Publics sensibles	Associations locales diverses	Presse générique (Innovation SPA, Nice RV)
Futurs embauchés	Voisins	TV
CLIENTS & CONSOMMATEURS	NATURA 2000	Agences RP
Clients résidents	FOURNISSEURS	Internet Réseaux sociaux
Clients extérieurs	Fournisseurs partenaires	Salons & expositions
Clients prospects	Fournisseurs grands comptes	Ecoles formation professionnelle
	Fournisseurs locaux	Syndicats professionnels

Nous avons établi les priorités de dialogue avec les parties prenantes :



I.5. Profil de notre rapport

Ce rapport décrit essentiellement les politiques, pratiques managériales et performance obtenues dans deux hôtels référents, l'Hôtel du Cap-Eden-Roc et le Château Saint-Martin & Spa qui sont aujourd'hui les établissements pilotes de notre démarche de développement durable. La démarche est en cours de déploiement dans les autres établissements, pour autant des focus sont présentés tout au long du rapport pour témoigner d'initiatives marquantes déjà engagées dans ces établissements Inspiré des lignes directrices du GRI4, ce rapport indique :

- 1) les éléments généraux d'information G4 correspondant à l'option Core (critères essentiels)
- 2) les éléments spécifiques d'information et au moins un indicateur relié à des aspects matériels de chacune des quatre grandes thématiques du GC
- 3) les éléments spécifiques d'information et au moins un indicateur relié à tout autre aspect que nous considérons comme matériel

Principes du Pacte mondial des Nations Unies, 2000	Lignes directrices GRI
1. Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'Homme dans leur sphère d'influence	Sous catégorie: Droit de l'homme (tous les aspects) Sous catégorie: Société Communautés
2. Les entreprises sont invitées à veiller à ce que leurs propres compagnies ne se rendent pas complices de violations des droits de l'Homme.	Sous catégorie: Droit de l'homme (tous les aspects)
Droit du travail	GA-11
3. Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective ;	Sous catégorie: pratiques en matière d'emploi et travail décent Relation employeur/employés Sous catégorie: Droit de l'Homme Liberté syndicale et droit de négociation collective

4. Les entreprises sont invitées à l'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire	<p>Sous catégorie: Droit de l'Homme</p> <p>Travail forcé ou obligatoire</p>
5. Les entreprises sont invitées à veiller à l'abolition effective du travail des enfants	<p>Sous catégorie: Droit de l'Homme</p> <p>Travail des enfants</p>
6. Les entreprises sont invitées à veiller à l'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession.	<p>G4-10</p> <p>Sous catégorie: Pratiques en matière d'Emploi et travail décent (tous les aspects)</p> <p>Sous catégorie: Droit de l'Homme</p> <p>Non-discrimination</p>
Environnement	
7. Les entreprises sont invitées à appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant l'environnement ;	<p>Catégorie environnement (tous les aspects)</p>
8. Les entreprises sont invitées à entreprendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement ; et	<p>Catégorie environnement (tous les aspects)</p>
9. Les entreprises sont invitées à favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement.	<p>Catégorie environnement (tous les aspects)</p>
Lutte contre la corruption	
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>Sous catégorie: Société</p> <p>Lutte contre la corruption</p> <p>Politiques publiques</p>

I.6. Gouvernance

Le diagnostic de RSE France fait ressortir plusieurs **points forts** liés à nos modes de gouvernance :

- L'appartenance à Oetker Collection induit un cadre formalisé qui définit une vision, des valeurs et des principes de responsabilité communs à tous les établissements.
- Une communication régulière impliquant les collaborateurs (boîte à idée permettant de faire des propositions anonymement, RDV forums avec la Direction, résultats de l'Opinion Survey sur leur satisfaction sont communiqués à l'ensemble du personnel, dispositif Direct Line).
- Les établissements ont une culture forte du reporting financier permanent aux actionnaires.
- Les structures et processus de décision se sont fortement professionnalisés depuis quelques années.
- Des délégations de responsabilité claires et un Comité de Direction soudé permettent un pilotage, une mise en œuvre et une surveillance efficaces des décisions prises.
- Au-delà de la communication officielle des comptes financiers, un effort est fait pour communiquer auprès des autres parties prenantes, personnel, clients, fournisseurs, collectivités.

Le diagnostic de RSE France fait toutefois ressortir des **voies de progrès** :

- Dans le cadre de l'intégration de la responsabilité sociétale au sein de l'organisation, les valeurs avec les sept principes de responsabilité sociétale de l'ISO 26000 devrait être validée et affirmée.
- Renforcer la relation/concertation avec les parties prenantes et veiller à ce que les processus de décision précisent l'implication des parties prenantes.
- Ne pas réduire le pilotage à un suivi des résultats ni à un soulignement des écarts mais apporter une reconnaissance des objectifs atteints et un appui stratégique et/ou opérationnel en cas de difficulté.
- A travers la communication, faire connaître et assurer une transparence notamment sur les valeurs et la vision, la pertinence des choix et des objectifs au regard des impacts significatifs et des attentes des parties prenantes, l'évolution des performances, l'efficacité du dialogue avec les parties prenantes et les mécanismes/instances de prise de décision, l'évolution de la démarche dans le temps.

Le chantier sur les parties prenantes, l'adhésion au Global Compact et l'élaboration du premier rapport RSE ont permis d'apporter de premières améliorations concrètes sur ces volets.

Communication sur le développement durable – Gouvernance

Ci-dessous un extrait du plan d'action global RSE 2015 concernant la politique de management, la stratégie de la Responsabilité Sociétale au sein de Oetker Collection :

OBJECTIFS GLOBAUX	ACTIONS GLOBALES
Création identité RSE	Recherche engagements, principes, objectifs, logo et slogan selon les valeurs de base OC
Score de 60% aux audits RSE	1er audit en juillet 2014
	2ème en septembre 2015
Envoi annuel du COP Global Compact	COP Global Compact
90% des salariés sensibilisés à la RSE	Création livret RSE
	Création d'une charte éthique globale OC
	Formation aux écogestes/thématique RSE
	Insertion questions RSE (47, et 49) dans l'Opinion Survey: "J'ai été sensibilisé et je comprends le démarche RSE", "Je suis sollicité dans les actions RSE par mon chef de service", "Je respecte les écogestes de mon service" et note de 4 en 2015 (Réf : P.18)
	Intégration partie RSE dans chaque intégration
	TEAM RSE: Equipe volontaire de service administratif et opérationnel avec réunion mensuelle. Don de l'entreprise d'1/2 journée pour travail sur RSE (Réf : P.19)
	Mise en compétition de chaque Team RSE avec récompense à la fin de l'année: séjour dans les Hôtel
Election mensuel du QASE RSE sur le même modèle que le QASE (Réf : P.20)	

A l'Hôtel du Cap-Eden-Roc, la sensibilisation aux enjeux environnementaux est très forte et s'appuie sur les formations de développement durable dispensées à l'ensemble des salariés.

En 2014, 164 personnes ont été formé à différentes thématiques telles que :

- **Tri des déchets**
- **Ecogestes au bureau**
- **Utilisation de produits éco labellisés**
- **Eco-conduite**

Lors de la réunion d'intégration, la politique RSE est présentée à l'ensemble du personnel saisonnier. L'après-midi de cette même journée, les saisonniers circulent autour de stands (RSE, RH, et qualité) par groupe de 20 personnes. La politique environnementale et le Plan de Management du Développement Durable sont accessibles via l'Intranet.

Voici ci-dessous les résultats sur les questions RSE du questionnaire de climat social anonyme est rempli chaque année par les salariés afin d'exprimer leurs opinions sur leur vie dans l'entreprise, l'Opinion Survey :

Suivi Hôtel du Cap-Eden-Roc : GOUVERNANCE							
Sensibilisation de nos salariés: 90% sensibilisés en 2015							
Objectif global: note de 4 aux questions RSE en 2015							
ANNEE	Question	Note	Augmentation prévue	Note prévisionnelle	Augmentation réelle	DATE DU SUIVI	ATTEINTE OBJECTIF
2014	47	4,11	0,1	3,93	0,28	déc-14	oui
	48	3,89	0,1	3,7	0,29		oui
	49	4,47	0,1	4,47	0,1		oui
2015	47		0	4,11		déc-15	
	48		0,2	4,09			
	49		0	4,47			

Nous constatons que les résultats sur les questions RSE de l'Opinion Survey de l'Hôtel du Cap-Eden-Roc sont prometteurs en 2014 et devraient permettre d'atteindre l'objectif fixé de 4 en 2015.

Objectif groupe pour 2015 :

Sensibiliser 90% de nos salariés à la responsabilité Sociétale



L'APOGÉE
COURCHEVEL

La Team RSE de l'Apogée à Courchevel

Selon ses objectifs globaux de RSE, Oetker Collection souhaite impliquer les équipes de chaque Hôtel autour d'un projet lié au Développement Durable. Les « Team RSE » sont des comités de personnes volontaires et sensibles à cette thématique créées pour répondre à ces objectifs.

La première Team RSE de l'année 2014-2015 est la Team Apogestes de l'Apogée Courchevel. Elle est composée de dix personnes dynamiques issues de tout service confondu (pâtisserie/boulangerie, étages, cuisine, réception, room-service, voiturier et sommellerie).

Le projet à l'initiative de la « Team Apo-gestes » est l'organisation d'une action de « Nettoyage de la Nature » ayant pour objectif de sensibiliser le personnel de l'Apogée, les écoles de Courchevel et tout public volontaire, à la quantité de déchets sauvages laissés dans la station pendant la saison.

L'événement aura lieu à la veille du printemps 2015 au sein de la commune de Courchevel.





CHATEAU SAINT-MARTIN & SPA
COTE D'AZUR – VENICE – FRENCH RIVIERA

Quality Award of Service Excellence RSE



Nous souhaitons impliquer les équipes de Oetker Collection et faire vivre la RSE au quotidien.

Pour cela des QASE RSE vont être élus tout au long de l'année. Le but étant de récompenser l'employé qui a eu une action RSE remarquable en suivant notamment les écogestes de son service.

La remise du diplôme se fait après le tirage au sort. Le QASE RSE se voit offrir un diplôme et une Natura Box d'une valeur de 130€. Une photo est ensuite prise avec l'ensemble des Chefs de service, le Comité de Direction et les nominés QASE RSE.

A la fin de la saison, une élection de QASE RSE annuel est organisée lors de la soirée du personnel avec les 6 nominés par élection du Comité de Direction.

La gagnante 2014 au Château Saint-Martin a été Fabiola ZIEGLER, réceptionniste tournante pour son économie de tout moment sur les consommations de papier et son investissement de maintenir l'hôtel de nuit avec un minimum d'énergie.

Il lui a été remis un diplôme QASE RSE annuel et un séjour d' 1 nuit pour 2 personnes en pension complète au « Green Ecolodge » à la Colmiane <http://www.greenecolodge.com/>

I.7. Ethique et intégrité

Notre engagement en Responsabilité Sociétale est par définition placé sous le sceau de l'éthique. Tous nos comportements doivent refléter cette exigence qui se traduit notamment par :

- Le respect des lois et réglementations en vigueur dans nos pays d'implantation.
- Le respect des normes internationales de comportement promues par des institutions internationales légitimes (ONU, OIT, OCDE...).

Plus spécifiquement sur le volet éthique des affaires, le diagnostic de RSE France fait ressortir plusieurs points forts :

- Des progrès significatifs en matière de transparence des transactions.
- L'interdiction de commercialisation d'objet ou pièce archéologique.
- L'interdiction pour les clients de commercialiser des produits au sein des hôtels.
- Un engagement en matière de respect des minima sociaux et environnementaux chez les sous-traitants.
- La recherche d'une relation équilibrée et de long terme avec ses fournisseurs et sous-traitants est recherchée.
- Le respect des droits de propriété.

Pour autant, notre politique était jugée insuffisamment formalisée, les actions ne faisait pas l'objet d'un reporting permettant de faire valoir le degré d'engagement et le dispositif anti-corruption restait partiel. Plusieurs actions ont permis de corriger ces insuffisances.

I.8. Eléments généraux d'information sur le secteur hôtelier

Voici ci-dessous quelques points des tendances de marché du tourisme dans le monde par thématique:

Asie

La Chine est devenue le premier marché dans le monde en 2012 avec des dépenses de 102 millions \$ sur le tourisme international.

En 2020, 250 millions de touristes partiront de Chine avec 100 millions de Chinois pouvant s'offrir des produits de luxe.

En 2020, les Asiatiques seront la troisième puissance dans le tourisme mondial.

Marchés émergents

Les voyageurs en provenance des marchés émergents: la Fédération de Russie (avant crise politique), avec 43 milliards de USD, ont enregistré une augmentation de 32% et le Brésil a affiché en 2012 des dépenses de 22 milliards USD.

Des investissements massifs dans les pays émergents vont se multiplier pour le choix pour les voyageurs. Ce sera l'occasion de développer une augmentation de la concurrence et la baisse des prix/marges.

Dans les marchés émergents, la montée des classes moyennes conduira à une nouvelle demande concernant les loisirs et le tourisme d'affaires.

Nouvelles technologies

Pour réussir en 2015, les sociétés d'accueil doivent investir dans la technologie avec le développement d'applications et de sites Web pour

les appareils mobiles pour répondre aux demandes des consommateurs.

62% des touristes français qui ont été en vacances ont décidé de préparer ou réserver leurs voyages par Internet.

29% des internautes ont utilisé leur Smartphone pour préparer ou réserver leurs séjours de loisirs.

L'utilisation de la téléphonie mobile dépassera l'ordinateur portable en 2015. Les clients aisés attendent une chose de leur expérience en ligne: la disponibilité et la possibilité de communication directe rapide, facile et immédiate.

Luxe

Les marques de luxe doivent reconnaître l'importance critique des valeurs de la marque et les valeurs de service comme le fondement essentiel pour la création et toujours offrir une expérience client extraordinaire.

Economie et Perspectives politiques

Avec plus d'austérité budgétaire et le resserrement des conditions de financement, la croissance économique restera faible en Europe. L'agitation sociale, les menaces terroristes et les tensions raciales continuent d'être les principaux facteurs de décision de destination.

L'OCDE prévoit un taux de chômage important : 11, 4% à la fin de 2015

Le DD est en train de devenir un axe majeur des politiques publiques et un nombre croissant d'entreprises s'engagent également dans cette voie en intégrant la notion de responsabilité sociétale dans leurs stratégies et leurs pratiques.

Les clients cherchent plus d'activités durant leur voyage, notamment des expériences liées à l'authenticité et la protection de l'environnement



II. ELEMENTS SPECIFIQUES D'INFORMATION

II.1. La stratégie de Responsabilité Sociétale de Oetker Collection

II.1.a Etat des lieux 2014

Evaluation

La première action menée par le Comité Exécutif de Oetker Collection a été de nommer un référent RSE par hôtel :

Liste des REFERENTS RSE OC		
HOTEL	NOM	FONCTION
BPH	Christof KELLER	Directeur adjoint
PNM	Hakim HEDDOUCHI	Directeur technique
BRISTOL	Matthieu BOURDON	Directeur technique
	Adrian WILLIAMSON	Responsable Stewarding
FIP	Diego GUERRESCHI	Directeur de la restauration
ERSB	Jean Alexis COSTA	Directeur
HDCER	Julie POIROT	Coordinatrice RSE
CSM	Julie POIROT	Coordinatrice RSE
APOGEE	Julie POIROT	Coordinatrice RSE

Afin d'évaluer l'état d'avancement de la RSE de chaque établissement, un document d'audit a été créé sur la base de différents référentiels et modèles :

- Global Compact
- ISO 26000
- Green Globe à travers un audit RSE

6 des 9 hôtels de la Collection ont été évalués de juillet à novembre 2014 en interne par chaque référent concerné:

- Le Bristol Paris
- Le Brenner's Park à Baden Baden
- L'Hôtel du Cap-Eden-Roc à Antibes
- Le Château Saint-Martin & Spa à Vence
- Eden Rock Saint Barth
- Le Palais Namaskar à Marrakech.

Concernant les 3 établissements restants :

- Fregate Island Private, les résultats seront pris en compte dans l'analyse de l'année 2015,
- L'Apogée Courchevel, l'établissement n'ayant ouvert qu'en 2013-2014, les mesures RSE n'ont pas encore été mise en place,
- The Lanesborough à Londres vient juste d'entrer dans la Collection en novembre 2014.

L'objectif de l'année 2015 est d'évaluer les 9 hôtels et d'atteindre un score global de 60%.

Ci-dessous les résultats de 6 établissements évalués :

QUESTION CENTRALE	DOMAINE D'ACTION	BRI.	BPH	PNM	ER	HDCER	CSM	Moyenne
GOUVERNANCE	Approche stratégique et objectifs							
	Pilotage, mise en œuvre et surveillance							
	Surveillance des performances							
	Relations avec les parties prenantes	3,57%	3,57%	39,29%	0,00%	89,29%	89,29%	37,50%
DROITS HUMAINS	Discrimination et groupes vulnérables							
	Principes fondamentaux et droit du travail	92,86%	85,71%	75,00%	32,14%	82,14%	82,14%	69,64%
RELATIONS ET CONDITIONS DE TRAVAIL	Conditions de travail et protection sociale							
	Dialogue social							
	Santé et sécurité au travail							
	Développement du capital humain	91,18%	91,18%	85,29%	58,82%	91,18%	91,18%	75,00%
ENVIRONNEMENT	Réglementation							
	Communication et sensibilisation							
	Prévention de la pollution							
	Recyclage et réutilisation							
	Utilisation durable des ressources							
	Atténuation des changements climatiques et adaptation							
	Protection de l'environnement, biodiversité et réhabilitation des habitats naturels	46,67%	38,33%	35,83%	28,33%	56,67%	60,00%	39,58%
CLIENTS	Promouvoir une consommation durable							
	Education et sensibilisation	40,63%	50,00%	31,25%	15,63%	68,75%	75,00%	44,27%
LOYAUTE DES PRATIQUES	Lutte contre la corruption							
	Promotion de la responsabilité sociétale dans la chaîne de valeur							
	Respect des droits de propriété	75,00%	65,38%	30,77%	69,23%	76,92%	76,92%	54,17%
COMMUNAUTES ET DEVELOPPEMENT LOCAL	Education et culture							
	Création d'emploi et développement des compétences							
	Création de richesses et de revenus	53,85%	50,00%	65,38%	73,08%	57,69%	73,08%	50,00%
TOTAL		56,25%	51,56%	45,94%	41,56%	70,00%	73,13%	49,48%

Analyse

Le **Bristol** affiche des résultats sans pareils dans thématique sociale avec les questions centrales « droits humains » et « relations et conditions de travail » remportant **92,86% et 91,18%**.

Le **BPH** est lui aussi très engagé pour assurer de bonnes relations et conditions de travail à ses salariés avec un score de **91,18%**.

Le **PNM** affiche une importance indéniable aux communautés locales et à leur développement avec un score de **65,38%**.

ER se démarque par son score de **69,23%** dans la loyauté des pratiques.

HDCER et **CSM** obtiennent des résultats élevés car la démarche de développement durable a été initié et suivi depuis 2010.

Globalement, nous pouvons constater que la thématique **sociale** avec les questions centrales « droits humains » et « relations et conditions de travail » est celle qui remporte les meilleurs résultats pour tous les établissements avec des moyennes respectives de **69,64% et 75%**.

Avec un score de **37,50%**, la thématique de la **gouvernance est encore insuffisamment intégrée** dans tous les établissements. L'**environnement** est également une voie d'amélioration avec une moyenne globale de **39,58%**.

Au vue de ces résultats, les deux axes d'amélioration pour 2015 sont :

- la gouvernance
- l'environnement

L'objectif global sur ces deux thématiques pour 2015 est fixé à 50%, soit plus de 10% d'augmentation.

II.1.b. Identité

Au milieu de l'année 2014 la stratégie RSE s'est élargie à l'ensemble du groupe avec la nomination d'une coordinatrice RSE Oetker Collection, Mlle Julie Poirot et l'affiliation à l'association Considerate Hoteliers et au Global Compact.

La première action a été de créer une identité du développement durable à travers : une vision, une mission, des valeurs, un logo, un slogan et une politique tangible autour desquels tous nos employés peuvent se fédérer.

Notre vision

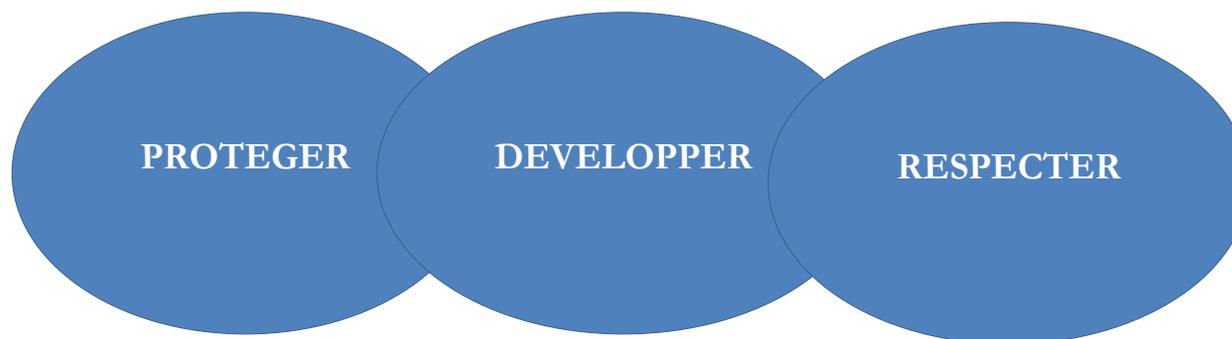
Oetker Collection a fait le choix de mettre à profit son savoir-faire, savoir vivre et savoir être pour développer et, à terme, pérenniser l'avenir des générations futures.

Notre mission

Les hôteliers de la famille Oetker Collection sont guidés par des valeurs et des objectifs communs, en particulier dans le cadre du développement social et environnemental.

C'est ce nouvel engagement qui nous permet d'être au plus proche de nos clients.

Nos valeurs



Notre slogan

“Garants d'un avenir sûr et responsable”

Notre logo



**GARANTS D'UN AVENIR
SÛR ET RESPONSABLE**

II.1.c. La politique RSE

Objectif général : Sensibiliser 90% de nos salariés à la Responsabilité Sociétale

Engagement 1 : S’assurer du respect des droits humains et optimiser nos conditions de travail

- 1.1. Garantir l’équité entre nos collaborateurs tout en luttant contre les discriminations.
- 1.2. Favoriser une qualité de vie optimale au travail et soutenir le dialogue social.
- 1.3. Encourager le développement et l’employabilité de nos collaborateurs.

Objectif : Atteindre le score de 4 à l’Opinion Survey sur les questions “communication, formation et évolution professionnelle”

Engagement 2: Maitriser nos consommations et préserver notre environnement

- 2.1. Réduire par l’innovation nos consommations de ressources.
- 2.2. Connaître, protéger et restaurer la biodiversité qui nous entoure.
- 2.3. Appliquer la réglementation et s’efforcer de limiter tout type de pollution.

Objectif: Mesurer et comparer nos consommations en eau et en énergie

Engagement 3 : Garantir une prestation de qualité exceptionnelle et sensibiliser nos clients à la responsabilité sociétale

- 3.1. Garantir à travers des pratiques loyales une prestation de service et une politique d’achat irréprochable.
- 3.2. Inciter notre clientèle à contribuer à notre vision d’avenir durable.

Objectif : Intégrer les achats durables dans la stratégie des achats

Engagement 4 : Participer au développement social, culturel et économique de nos territoires d'implantation

- 4.1. Privilégier les producteurs locaux, gage de richesse patrimoniale de notre territoire.
- 4.2. S’engager au côté de partenaires dans des projets durables en relation avec les valeurs que nous défendons.

Objectif: atteindre 30% de nos fournisseurs locaux sur la totalité de nos fournisseurs

II.1.d. Les récompenses RSE de nos hôtels

Le Palais Namaskar

Le Palais Namaskar a reçu le label clef verte en récompense à son engagement en faveur du maintien de l'équilibre naturel de son environnement. Depuis son ouverture, le Palais Namaskar, véritable destination en soi de par sa flore et ses senteurs n'a eu cesse de promouvoir et de prôner un respect de l'environnement de tous les instants, fidèle aux préceptes du Feng Shui, à la base de son architecture. Cet engagement est aujourd'hui récompensé et labellisé Clef Verte, par la Fondation Mohammed VI pour l'environnement.



A ce propos M. Laurent Branover, Directeur général du Palais Namaskar déclare : *"Nous sommes le premier palace au Maroc qui reçoit cette certification car nous accordons une grande*

importance à l'environnement et notre objectif est de rendre à la terre ce qu'elle nous a donné. Ce label est la première clef pour nous, et nous allons continuer dans ce sens pour aider à faire de Marrakech une destination soucieuse de l'environnement."

Le label Clef verte est une distinction décernée dans le cadre du programme de la Fédération pour l'Education à l'Environnement (FEE), implantée par la Fondation Mohammed VI pour la protection de l'environnement en 2008. Soutenu par le programme des Nations Unis pour l'environnement et l'OMT, il compte 2100 établissements labellisés dans 41 pays.



Le Bristol et le Brenner's Park Hotel ont décidé d'intégrer le programme Green Globe en 2015.

Hôtel du Cap-Eden-Roc et le Château Saint-Martin & Spa



La démarche environnementale de Oetker Collection a débuté dans ces deux hôtels en 2010. Depuis 2011, ils sont tous deux certifiés Green Globe.

Créé en 1992 Green Globe est un label international pour le voyage et le tourisme durable. Il récompense et accompagne les hôtels ayant opté pour une démarche

d'amélioration de la gestion environnementale et sociale de leurs activités. L'audit de certification est annuel.



Le 17 Novembre 2014, ces deux hôtels ont obtenu le « Trophée de l'Innovation » dans le cadre du Plan Climat Energie des Alpes-Maritimes. Il s'agit d'une démarche de développement durable axée spécifiquement sur la lutte contre les changements climatiques. Pour sa 2ème édition des « Trophées Climat-Énergie du 06 », le Conseil Général des Alpes-Maritimes a récompensé les acteurs les plus actifs en matière d'innovation technologique et énergétique.

Le Château St-Martin & Spa et l'Hôtel du Cap-Eden-Roc ont obtenu la reconnaissance EcoLeaders de Trip Advisor. Le Château St-Martin & SPA a reçu la récompense « Argent » dans la catégorie Ecoleaders et l'Hôtel du Cap-Eden-Roc le niveau « Bronze ».

Le programme ÉcoLeaders de TripAdvisor rassemble toutes sortes d'hôtels et chambres d'hôtes écologiques, pour tous les budgets. Tous s'engagent à respecter l'environnement protéger la nature, notamment en pratiquant le recyclage, en cuisinant avec des produits locaux et biologiques.



II. 2. L'ENGAGEMENT SOCIAL

S'assurer du respect des droits humains et optimiser nos conditions de travail

Les objectifs de Oetker Collection sont:

- ❖ Accroître l'attractivité de Oetker Collection
- ❖ Attirer, retenir et déployer les meilleurs employés
- ❖ Déployer le savoir-faire en développant les compétences des employés
- ❖ Favoriser la motivation, la performance et le bien-être de nos employés au sein de Oetker Collection

II.2.a. Garantir l'équité entre nos collaborateurs tout en luttant contre les discriminations

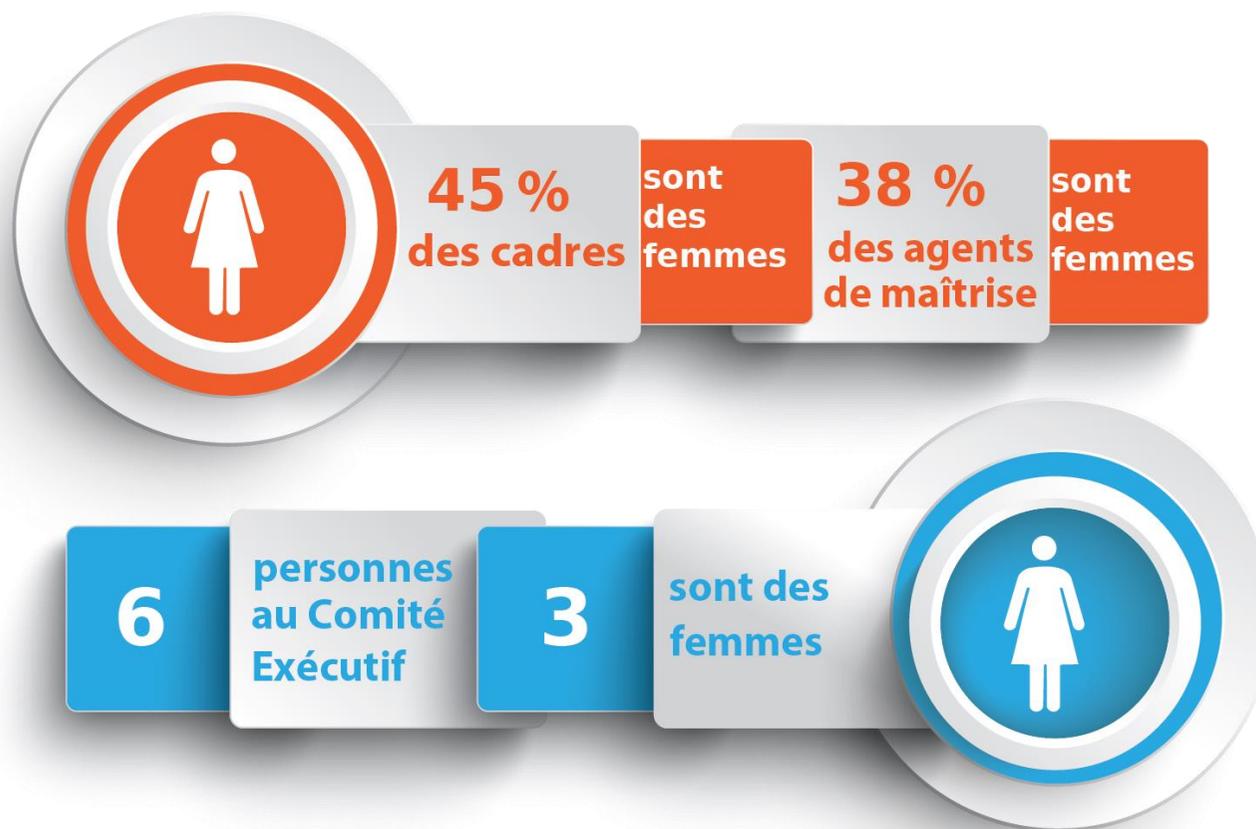
A l'Hôtel du Cap-Eden-Roc, le Château Saint-Martin & Spa et l'Apogée Courchevel, la charte éthique est connue de tous les collaborateurs (jointe au contrat de travail) et met l'accent, dans son volet social, sur les points suivants : l'interdiction du harcèlement moral et sexuel, le droit au respect et à la dignité humaine, le refus de toute forme de discrimination (relative au recrutement, à l'accueil et l'intégration, la gestion des carrières, la formation et la communication, l'égalité des chances.

Le règlement intérieur précise les dispositions relatives au harcèlement et des moyens de prévention existent (ex : les femmes de chambre travaillent en binôme).

Des dispositifs diversité sont en place : traçabilité des entretiens de recrutement, collégialité du recrutement (implication systématique d'un membre des RH), partenariat avec Handi'job dans la reconnaissance des travailleurs en situation de handicap, intégration de stagiaires et de salariés mis à disposition en provenance des ESAT, élaboration chaque année de l'analyse comparée F/H, plan d'actions relatif à l'égalité

professionnelle F/H signé en date du 30 avril 2012, plan d'actions en faveur de l'emploi des salariés âgés signé en date du 30 janvier 2012, plan d'actions sur les contrats de génération en cours de réalisation.

Tous les chiffres suivants sont relatifs à l'Hôtel du Cap-Eden-Roc :



Salariés bénéficiant d'une reconnaissance de travailleur handicapé au 31 décembre 2013: 3% de l'effectif

II.2.b. Favoriser une qualité de vie optimale au travail et soutenons le dialogue social

Qualité de vie et rémunération

La volonté de l'entreprise est de se conformer, voire de dépasser, les dispositions réglementaires de la grille de classification de la convention collective nationale HCR et de respecter la moyenne des salaires pratiqués dans les établissements similaires et locaux.

La politique de rémunération est basée sur les statuts, le type de contrat et l'ancienneté. Elle comprend un salaire mensuel fixe ou basée sur le CA de l'hôtel des avantages liés à l'activité hôtelière comme les avantages nourriture et logement, un 13ème mois, des primes de fin de saison, des bonus liés à des objectifs quantitatifs et qualitatifs, la participation aux bénéfices.

Pour faciliter la vie au travail de nos employés, l'Hôtel du Cap-Eden-Roc s'est engagé sur de nombreux points tels que :

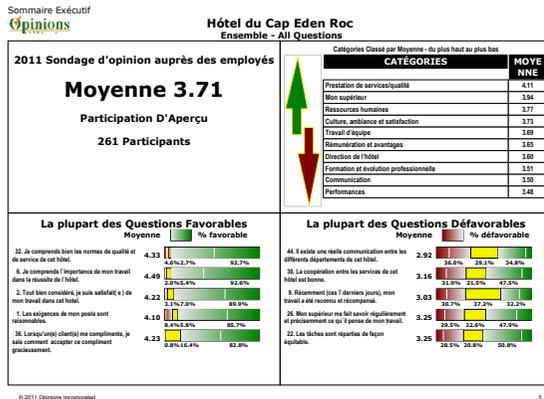
- Un grand plan de **formation interne** accessible à tous les salariés demandeurs,
- **Un restaurant d'entreprise** : où le coût d'un repas s'élève à 3,51€. Cela permet aux employés de prendre des repas équilibrés et sains.
- Un régime collectif complémentaire de **frais de santé**, pris en charge au $\frac{3}{4}$ par l'entreprise, d'un régime de prévoyance ainsi que d'un Plan Epargne Entreprise et d'un Perco.

Santé et sécurité au travail

La santé et la sécurité font l'objet d'une attention toute particulière.

Un document unique d'évaluation des risques très complet a été réalisé et aucun problème de santé ou de sécurité n'a occasionné d'intervention réglementaire dans les 12 derniers mois. La Commission Communale de Sécurité a toujours rendu des avis favorables.

Dialogue social



Un questionnaire de climat social anonyme est rempli chaque année par les salariés afin d'exprimer leurs opinions sur leur vie dans l'entreprise. Ils répondent entre autre à des questions sur le respect et la reconnaissance de leurs managers et de la direction de l'hôtel à leur égard. Le questionnaire de climat social (Opinion Survey) se déroule chaque année

Résultats de l'Opinion Survey 2014 sur les questions liées au respect et la reconnaissance. (questions 16 et 17) : 81% favorables

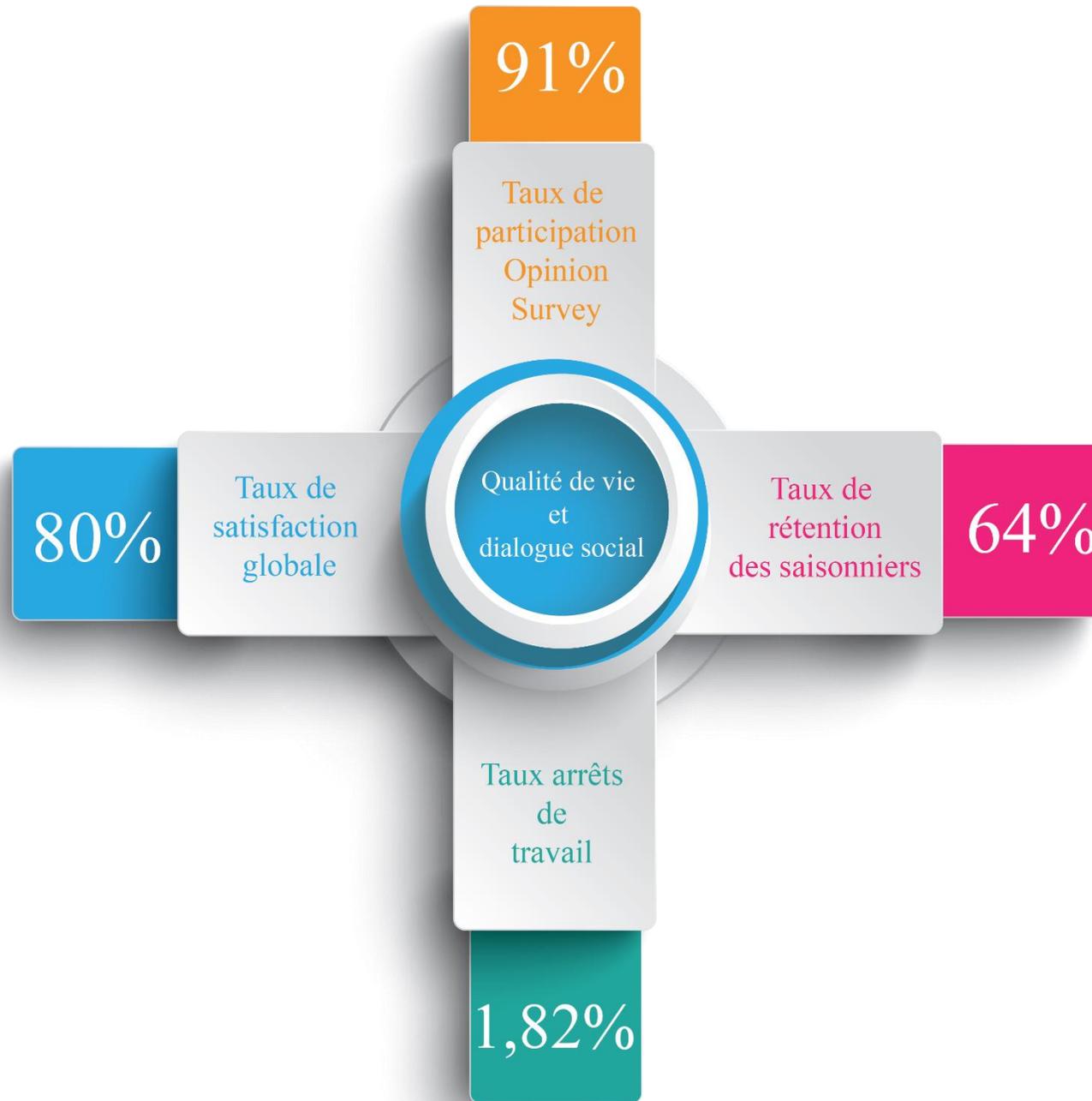
Des rendez-vous réguliers et des événements avec la direction et les salariés afin d'optimiser le dialogue social sont organisés chaque année : rendez-vous forum, réunions d'expression, journées d'intégration, briefings (daily commitments), assemblée générale (direct line meeting) réunions de service, réunion de chefs de service, soirée du personnel, sortie du club 100, déjeuner de Noël, raid inter-hôtels, cohésions d'équipe. Des récompenses sont attribuées au personnel : employé du mois et de l'année (QASE), médaille du travail, cadeau naissance, cadeau départ à la retraite, cadeau de Noël.

Afin de favoriser le dialogue social, des réunions d'expression ont été mise en place. Ces réunions sont ouvertes à tous les salariés pour rencontrer le Directeur Général et la Directrice des Ressources Humaines. D'une durée d'environ 2 heures, elles permettent une communication ascendante en répondant aux questions des salariés.



Réunion expression APOGEE 1

Nombre de participants à l'Hôtel du Cap-Eden-Roc en 2014 : 10% de l'effectif global



II.2.c. Encourager le développement et l'employabilité de nos collaborateurs

Afin de respecter les objectifs groupe, le service des Ressources humaines de l'Hôtel du Cap-Eden-Roc et du Château Saint-Martin & Spa a lancé un programme de Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Carrières, GPEC qui:

- Permet l'identification des compétences individuelles et collectives.
- Elabore une cartographie des compétences en tenant compte de la mixité des compétences.
- Anticipe les départs de seniors pour favoriser la transmission des savoirs.
- Développe des outils de suivi et de reconnaissance des compétences mobilisées et manquantes avec la mise en œuvre de plans de formations adaptés.
- Porte et partage la vision et les valeurs de l'entreprise.

- Identifie les moyens humains nécessaires aux besoins et aux projets de l'entreprise.

Ce projet s'échelonne sur 2 ans.

Le plan de formation interne et externe est en adéquation avec les besoins de l'entreprise et ceux des salariés.

Des processus d'évaluation éprouvés sont en place : des entretiens ont lieu tous les ans, chaque manager devant mener ces entretiens doit être formé à l'outil d'évaluation et à comment aborder les situations délicates.

Objectif groupe pour 2015 :

Score de 4 à l'Opinion Survey sur les questions "communication, formation et évolution professionnelle"





Les actions sociales de l'Hôtel Le Bristol

Sous l'impulsion de sa direction et de ses partenaires sociaux, l'hôtel Le Bristol place ses collaborateurs au cœur de sa stratégie. De nombreuses actions permettent à nos collaborateurs de profiter de conditions sociales privilégiées :

Développement

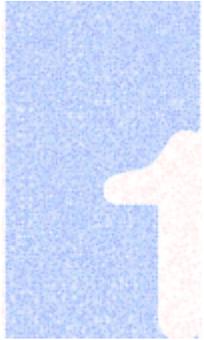
- **Team Building** : Plusieurs sessions sont organisées tout au long de l'année pour permettre aux équipes de se retrouver dans un cadre extérieur à l'entreprise. Ces séminaires sont généralement articulés autour d'une formation au management et à la cohésion d'équipe.
- **Lignes directes** : 4 fois par an, est organisée une réunion regroupant un employé de chaque service devant un membre de la direction. L'objectif de ce rendez-vous est de donner la parole aux employés et de parler collectivement et librement des axes d'amélioration qui peuvent être entrepris pour chaque service. Une solution est apportée lors de la réunion suivante.
- **Nuit de familiarisation** : Chaque employé est invité à passer une nuit au Bristol après avoir validé sa période d'essai. C'est une opportunité pour nos collaborateurs de vivre, le temps d'une soirée, l'expérience d'une nuit de palace.
- **Concours et formation** : Profondément ancré dans la culture du Bristol, la transmission du savoir-faire fait partie de l'ADN de l'entreprise. Le Bristol a parmi ses équipes 5 Meilleurs Ouvriers de France et plusieurs lauréats de Concours professionnels (Coupe Georges Baptiste, Coupe Scott...). Tous les moyens sont mis en œuvre pour accompagner à nos collaborateurs dans leur développement professionnel.
- **Cross training et management training** : des plans de formations sont organisés pour encourager le développement professionnel. Les cross training permettent à des salariés de découvrir les services d'un autre département
Les managements training permettent à de jeunes potentiels de se développer sur tous les services d'un département pendant 1an.

Récompenses :

- **Soirée du Personnel** : Chaque année, le comité de Direction invite l'ensemble du personnel et leur conjoint à la soirée du Personnel. L'événement se déroule à l'extérieur de l'hôtel et réunit les équipes autour d'un dîner et d'une soirée dansante.
- **Repas à thème** : Les équipes de la cafétéria organisent chaque mois un repas à thème au Restaurant du Personnel. Ces repas sont servis par les membres de la direction.
- **Intéressement et participation** : Une partie du Chiffre d'Affaires est distribué à part égale entre les salariés du Bristol.

Communication :

Des assemblées Générales sont organisées 4 fois par an. Ces rendez-vous permettent à la direction générale de partager les résultats économiques de l'entreprise et sa stratégie à venir. Elles réunissent généralement une centaine de personnes et des sessions nocturnes sont organisées pour les collaborateurs travaillant la nuit.



ENGAGEMENT 1

S'assurer du respect des Droits Humains et optimiser nos conditions de travail

ACTION MENEES

Mettre en place une GPEC

Depuis 2013, le service des Ressources humaines travaille sur la GPEC en collaboration avec un organisme extérieur.

ACTION MENEES

Organiser des réunions d'expression

Les réunions d'expression permettent un échange en direct entre la direction et les employés.

ACTION MENEES

Proposition du Congé Solidaire

L'hôtel offre la possibilité à ses collaborateurs de partir en congé solidaire avec l'association Planète Urgence.



ENGAGEMENT 1

S'assurer du respect des Droits Humains et optimiser nos conditions de travail

98,41%

Salariés rémunérés au-dessus
des minimas conventionnels

80%

Taux de satisfaction global
Des salariés

4546,4

Heures de formation
dispensées en 2013

2015	Nos voies de progrès
	<ul style="list-style-type: none">✓ Poursuivre le déploiement de la GPEC✓ Augmenter Score de 4 à l'Opinion Survey sur les questions "communication, formation et évolution professionnelle"

II. 3. L'ENGAGEMENT ENVIRONNEMENTAL

Maitriser nos consommations et préserver notre environnement

Notre activité impacte l'environnement à travers: la consommation de matière, la modification des écosystèmes locaux et les pollutions diverses émises dans la biosphère. Notre responsabilité consiste en premier lieu à suivre toutes les avancées en matière de réglementation et à les dépasser si possible. La conformité aux règlements est surveillée en s'appuyant sur des experts externes :

- une société d'expertise environnementale a établi un rapport sur la conformité en 2012 et a formulé des recommandations en matière de sécurité et de démarche ICPE (Installation Classée Pour l'Environnement),
- une société d'avocats, expert en droit environnemental établit chaque trimestre un rapport sur les nouveaux textes auxquels les établissements peuvent être soumis.

II.3.a. Réduire par l'innovation nos consommations de ressources

L'utilisation durable des ressources

Les consommations d'énergie et d'eau sont sous contrôle.



Les consommations et les coûts qui en découlent sont disponibles en temps réel sur le compte de l'outil de télérelève Netseenergy. Cet outil permet également d'analyser les courbes de charge par jour, semaine, mois, année... et par secteur. Un conseiller énergétique intervient en conseil pour les consommations et surtout nous alerte en cas de surconsommation.

Ci-dessous les suivis de consommations pour l'Hôtel du Cap-Eden-Roc :

Consommations
en **2014**

Par rapport
à **2010**



2 910 623 kw/h

+ 2%



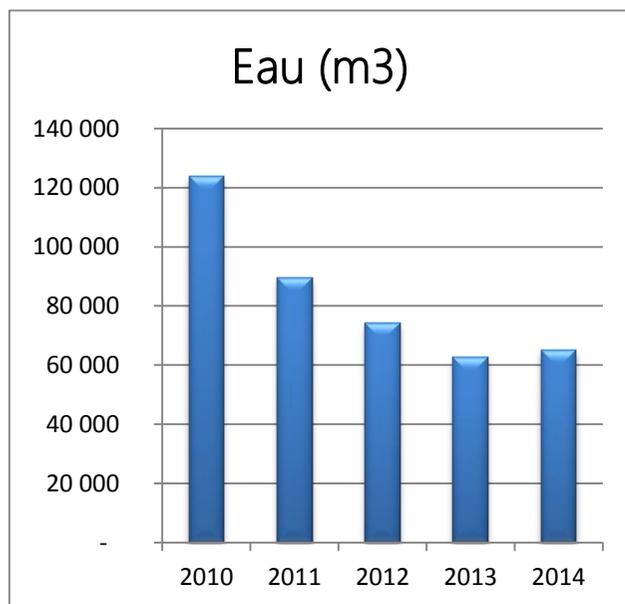
1 443 203 kw/h

-4,6%



64 979 m³

-27,4%

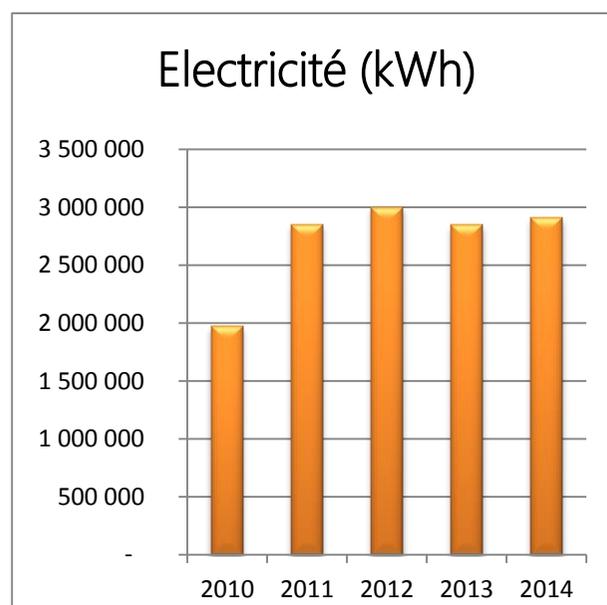
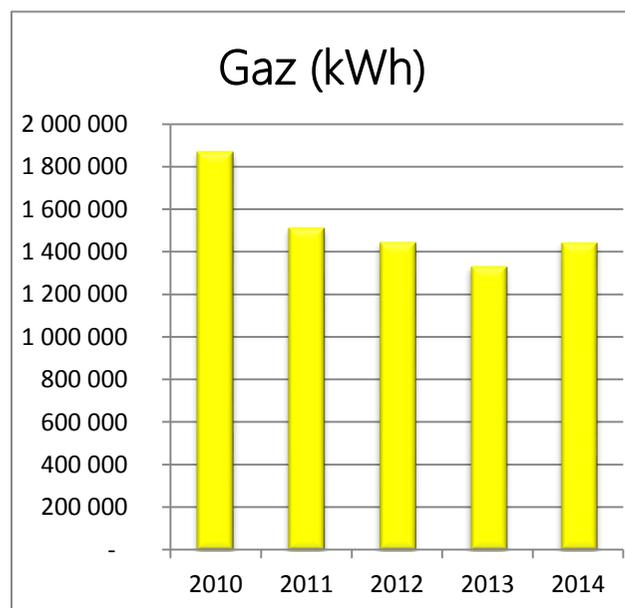


Grâce à ce suivi quotidien, nous constatons que nous avons diminué notre consommation d'eau de quasi 30% entre 2011 et 2014. En effet, nous avons pu repérer différentes fuites d'eau, les réparer et donc environ économiser 15 000 m3 soit 30 000 € en les réparant.

Depuis 2010, nous avons diminué nos consommations en eau par l'installation :

- d'aérateurs : 85 robinets sont équipés d'aérateurs sur 198,
- de chasse double flux : 168 chasses d'eau à double flux sur 203 toilettes,
- de 16 pluviomètres,

La modification de tous les robinets d'arrosage qui par l'usure provoquent des fuites est prévue en 2015.



Au niveau de l'électricité, nous constatons qu'entre 2011 et 2014, notre consommation a augmenté de 2%.

Cela s'explique par le fait que nous avons rénové entièrement l'hôtel en trois ans et que certains équipements utilisant le gaz ont été changé pour de l'électrique.

Cela se voit clairement dans les chiffres avec une diminution de l'utilisation du gaz de presque 5%.

Depuis 2010, les actions suivantes ont permis de diminuer nos consommations en électricité :

- L'installation lampes basse consommation et de LED : 703 Leds sur 5692 points lumineux
- Le plan de fermeture Hôtel lors des 6 mois d'hier (octobre à avril),
- La formation du personnel aux écogestes été/hiver,
- Notre parc informatique est composé en très grande majorité de matériels possédant la certification environnementale **Energy Star**. Les équipements énergivores sont systématiquement remplacés en fin de vie par des équipements labellisés Energy Star.



Depuis 2014, Nous participons au programme Réseau Performance Energie, un groupe de travail des grandes entreprises (L'hippodrome Côte d'Azur, Amadeus, Crédit Agricole Paca, Grand hôtel du Cap Ferrat, Club Med Opio, Institut Arnault Tzanck, Nice matin) sur les économies d'énergie pendant 3 ans.

Cela implique la participation aux réunions trimestrielles qui se tiennent dans les locaux d'un des membres, différents à chaque fois, la première se faisant dans ceux d'EDF. En octobre 2014, elle a eu lieu à l'Hôtel du Cap.



Grace à ce réseau, une Convention "Energie Efficace" a été validé afin d'investir:

- dans des tubes Leds pour les parkings en remplacement des tubes actuels,
- dans des ampoules flammes LED faites sur mesure pour garantir le caractère esthétique de la forme et de la couleur des ampoules souhaitées.

Pour 2015, il est prévu d'installer 52 détecteurs de présence dans deux parkings, cela afin d'éviter les éclairages inutiles dans la journée. De plus, 120 ampoules de 50Watts vont être remplacées par des Leds de 6Watts dans les vestiaires bain de mer. Sur ce dernier projet il est prévu une baisse de **22 800kw soit une économie de 3 200€ sur les 6 mois de saison.**

En trois ans, les 117 chambres de l'Hôtel ont été rénovées avec choix stratégiques pour certains matériaux qui permettent de mieux maîtriser notre énergie. En voici le détail :

Enveloppe :

Isolation de combles ou de toitures

Fenêtres et portes fenêtres avec vitrage isolant

Isolation des toitures terrasses et couvertures de pente < 5%

Thermique:

Isolation d'un réseau hydraulique de chauffage

Isolation d'un réseau d'eau chaude sanitaire existant

Ventilation mécanique contrôlée simple flux autoréglable

Équipement :

Luminaire pour lampe iodeure métallique céramique à ballast électronique

TV avec LED

Eclairage LED dans les salles de bain

Interrupteur général d'arrêt des luminaires

Climatisation réversible

Aérateurs vasque et lavabo

Peinture écologiques à 70% acrylique à l'eau sans solvants, sans essence

Service :

Formation des chefs d'entreprise, salariés et artisans du bâtiment aux économies d'énergie.

Objectif Groupe pour 2015 :

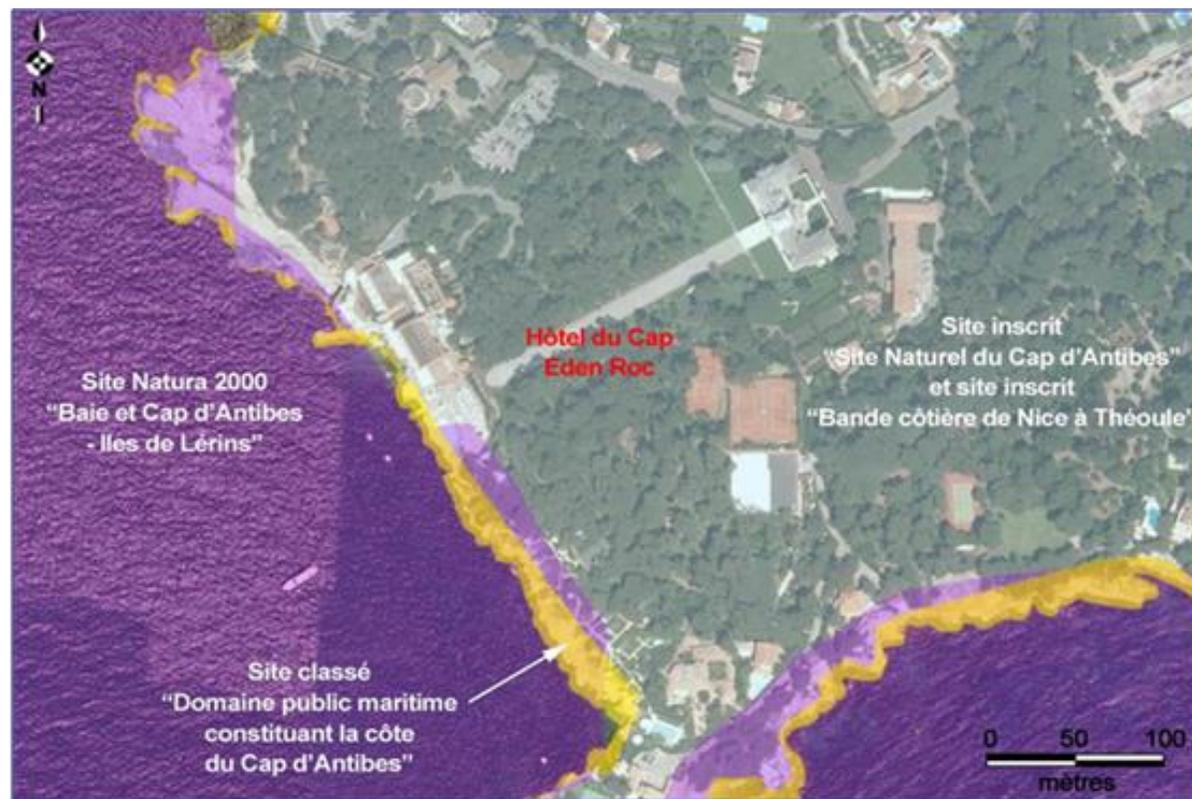
Mesurer et comparer nos consommations en eau et en énergie



Pour cela, nous travaillons avec l'association « Considerate Hoteliers » en développant un outil en ligne intitulé « Con-Serve » qui nous permettra une étude « Benchmarking » de nos consommations.

II.3.b. Connaître, protéger et restaurer la biodiversité qui nous entoure

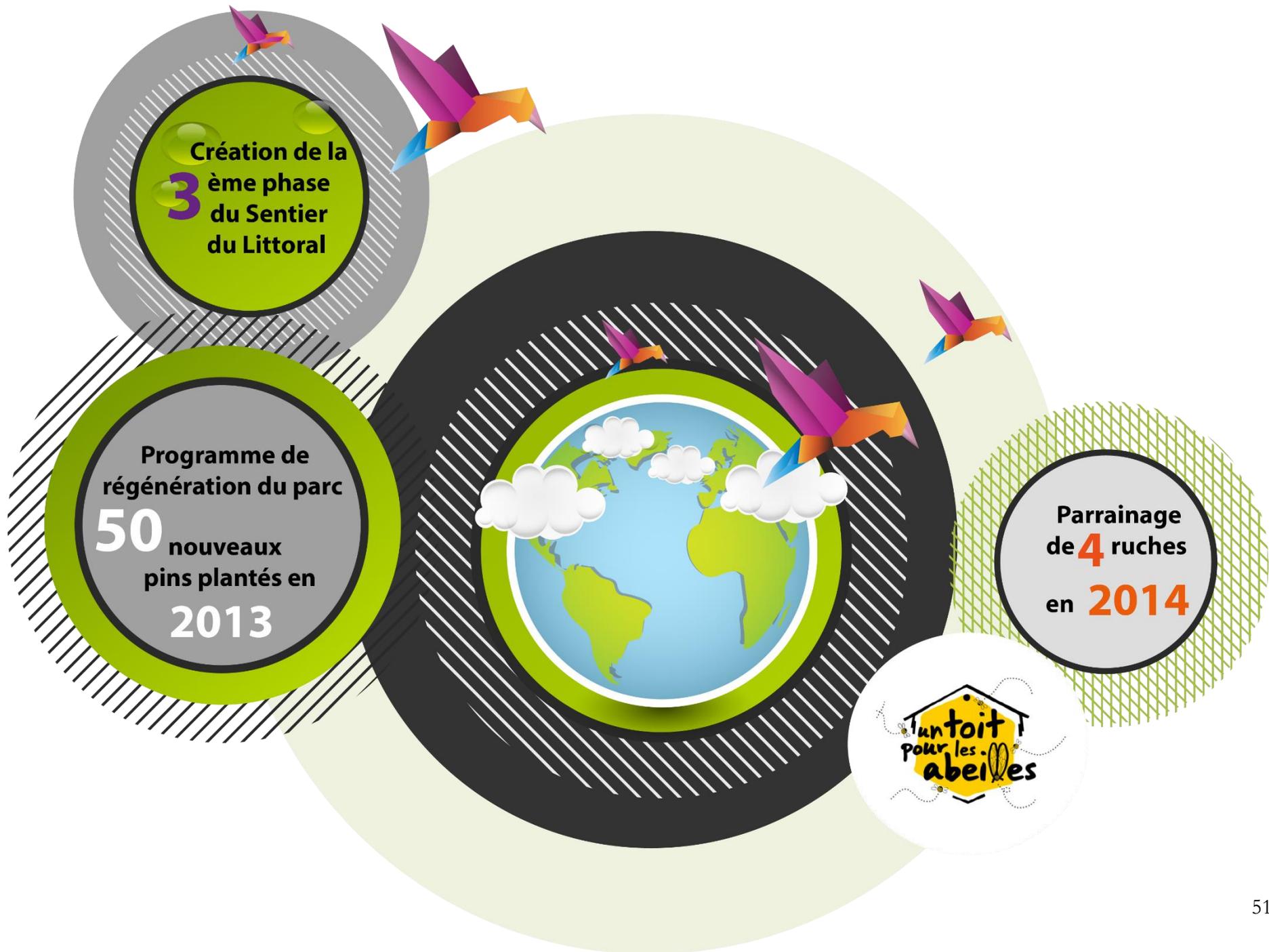
Protection de l'environnement et réhabilitation des habitats naturels



L'Hôtel du Cap Eden-Roc situé sur le Cap d'Antibes possède une propriété d'environ 8 hectares comprenant des essences méditerranéennes dont cent Pin d'Alep, quarante Pins parasols et trente-trois oliviers. La grande allée de l'Hôtel du Cap débouche sur le littoral, offrant un panorama splendide sur la mer méditerranée et les îles de Lérins, secteur reconnu comme riche en biodiversité et classée en zone Natura 2000 (site FR9301573 "Baie et Cap d'Antibes, îles de Lérins").

L'Hôtel du Cap est aussi compris entre plusieurs sites ZNIEFF marines (Zone Naturelle d'Intérêt Ecologique pour la Faune et la Flore marines) : ZNIEFF de Type I "Golf Juan et anse du crouton" et "Pointe du crouton", ZNIEFF de type II " du Cap d'Antibes à la pointe Bacon" et "Golf Juan et anse du Crouton".

Ci-dessous quelques actions de l'Hôtel du Cap-Eden-Roc en faveur de la biodiversité.



Retours de la campagne d'inventaires de la Ligue de Protection des Oiseaux

L'Hôtel du cap-Eden-Roc, situé dans un contexte particulier entre une zone naturelle et une zone urbanisée, peut servir de refuge, d'alimentation ou de reproduction pour les différents taxons. Cet espace est aussi situé sur un axe de migration des oiseaux et peut-être utilisé par ces derniers comme un secteur de halte. Des espèces recensées sur le site Natura 2000 sont potentiellement présentes. Cependant, les milieux très entretenus des jardins limitent l'installation durable de la biodiversité.

Au vu de sa situation géographique en milieu périurbain et bordant une zone Natura 2000, l'Hôtel du Cap-Eden-Roc présente des enjeux importants. Quelques aménagements appropriés et la mise en place de mesures de gestion permettraient de favoriser la nature dans ce contexte périurbain, tout en respectant la fonction d'accueil de l'Hôtel et les attentes de sa clientèle :

- Entretenir des îlots d'herbes folles
- Entretenir des haies, arbres et arbustes favorables à la faune
- Mettre en place des nichoirs et gîtes
- Lutter contre les plantes invasives
- Limiter les traitements un maximum même biologique
- Favoriser l'installation des insectes (hôtel à insecte, bois mort, mare)
- Favoriser les corridors écologiques pour le déplacement des mammifères (passage dans le grillage pour la petite faune, etc.)
- Former les agents techniques





Ces retours nous permettent de mettre en place un plan d'action précis pour 2015, tels que :

- L'achat et la plantation de **graines à fleur** pour installer des ilots fleuris dans notre et favoriser ainsi la venue de papillons et d'oiseaux.
- La mise en place d'un **hôtel à insectes** au niveau de notre Kid's club afin de sensibiliser les enfants de nos clients à la biodiversité. Cette installation sera accompagnée de sessions de formation par les naturalistes de la Ligue de Protection des Oiseaux.
- Nous prévoyons des tests de tondeuse à mulch pour un amendement naturel dans nos sols et de broyeur à végétaux pour effectuer le **paillage**
- L'installation de **panneaux en bois** expliquant nos actions de protection de la biodiversité à nos clients et la gestion raisonnée de nos jardins.

Objectif Groupe pour 2015 :

Développer un projet de soutien dédié à la biodiversité

Le programme de protection de biodiversité de Fregate Island Private

Fregate Island Private Fregate Island Private est un Eden naturel unique au monde : juste sous l'équateur, à quelques 35 kms de Mahé, capitale des Seychelles, il combine harmonieusement pleine nature et luxe sage.

Intégré avec une belle intelligence, l'hôtel vit en parfaite harmonie avec ses habitants: la faune et la flore.

Le programme de protection de la biodiversité est un modèle à suivre :

- 2200 tortues géantes d'Aldabra vivent en toute liberté sur l'île,
- Les nids de centaines de tortues en voie de disparition sont protégés,
- La pie des Seychelles « Robin » a été sauvé de l'extinction sur l'île,
- La réhabilitation des forêts indigènes avec des dizaines de milliers d'arbres plantés,
- La richesse de plus de 100 espèces d'oiseaux tropicaux.



Tortues géantes d'Aldabra

Petits et grands sont accueillis par les tortues géantes d'Aldabra qui se promènent librement à travers l'île.

Alors que la population de tortues n'était que de 150 il y a 25 ans, leur nombre actuel atteint plus de 2 000. Ces créatures anciennes témoignent d'un effort de conservation remarquable. L'île a été progressivement restaurée dans son état naturel, ce qui a permis à ces tortues de s'épanouir et de se multiplier pour atteindre le nombre actuel. En mettant en place une pépinière pour les plus jeunes, nous pouvons continuer à suivre leur développement et nous assurer qu'ils sont bien protégés.

Tortues de mer

Les plages de sable de Fregate Island fournissent un habitat de nidification vitale pour deux espèces de tortues marines: la tortue verte et la tortue à écailles. Les Seychelles restent l'un des rares endroits sur Terre où les tortues marines viennent à terre pour nicher pendant la journée.

Chaque saison de nidification d'octobre à janvier, notre personnel de conservation protège plusieurs centaines de nids. Ils veillent à ce que les jeunes tortues éclosent avec succès et en toute sécurité.



Plus de 100 espèces d'oiseaux tropicaux

Des centaines de milliers d'oiseaux trouvent refuge sur l'île de Fregate, au total plus de 100 espèces, avec treize espèces ayant leur résidence permanente ici. Chaque jour, au crépuscule, c'est un plaisir de découvrir ces belles Sternes de fées et noddis glissant sur l'île lorsqu'elles reviennent de leurs expéditions de pêche. Les possibilités d'observer les oiseaux migrateurs rares et exotiques, comme la Frégate Bird, sont nombreuses. Notre sublime avifaune va étonner les amateurs de nature.

La « Magpie Robin »- Une conservation « Success Story »



Fregate Island était le seul habitat restant de la «Seychelles Magpie Robin». Presque éteinte avec un effectif de seulement 14, c'était le deuxième oiseau le plus rare au monde il y a 30 ans. Ces charmants oiseaux charismatiques ont depuis été restaurés pour constituer une population en bonne santé par notre personnel permanent de conservation sur l'île. Grâce à un programme démarré en collaboration avec «Birdlife International», ils sont aujourd'hui plus de 100. Une partie de ce succès est l'énorme effort que nous avons fait de préserver l'île et les plantations de toute forme de pesticides, de rats et de rongeurs, et de s'assurer que les oiseaux peuvent se reproduire en toute sécurité sur le terrain. En outre, nous restaurons l'habitat continu à son état - avant d'être utilisé comme une plantation de noix de coco pour des centaines d'années - en plantant des arbres et des buissons innombrables autochtones. Nous avons aussi aidé à établir des populations saines et stables sur les quatre autres îles des Seychelles.

Avec tous ces efforts en place, nous pouvons fièrement dire que nous avons sauvé tous ensemble cette belle espèce de l'extinction, un véritable succès.

II.3.c. Appliquer la réglementation et s'efforcer de limiter tout type de pollution.



Les déchets

Nous avons commencé le tri à l'Hôtel du Cap-Eden-Roc en 2010 et notre objectif était d'augmenter de 5% les déchets triés entre 2010 et 2015. Ce chiffre sera largement supérieur car entre 2010 et 2014 (cf tableau ci-contre).

Nous collectons les bouchons en plastique pour l'association les bouchons d'amour et les bouchons en liège pour l'association France Cancer. Nous récupérons également les tongs et les chaussons inutilisés de nos clients pour la Croix Rouge.

Nous récupérons également les feuilles imprimées uniquement au verso pour en faire des blocs notes chez notre imprimeur que nous redistribuons dans les différents services.

La plupart de nos bouteilles sont consignées et nos agriculteurs locaux nous livrent en cagettes qu'ils récupèrent à leur prochaine livraison.

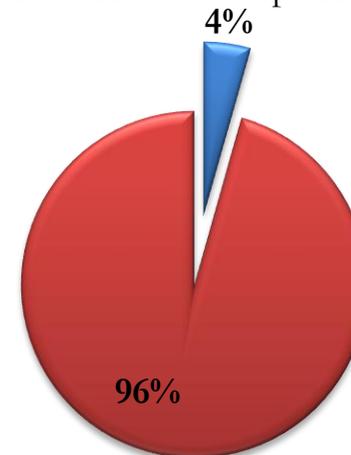
Atténuation des changements climatiques

Nous effectuons un Bilan d'Emissions de Gaz à Effet de Serre en interne.

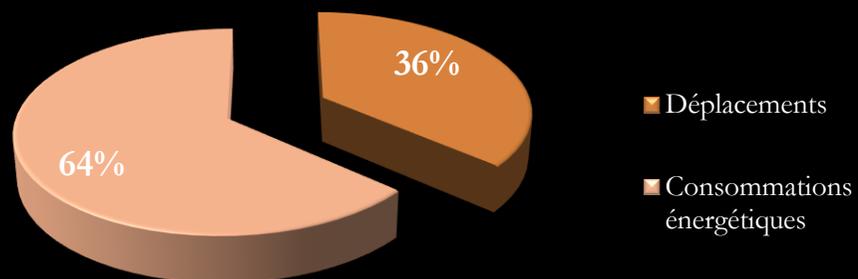
Ainsi, les émissions de GES liés aux déplacements clients représentent 96% des 35 458,39 tonnes d'équivalent CO2 de l'Hôtel du Cap. Afin d'être le plus représentatif possible de l'activité de l'hôtel, nous choisissons de comptabiliser les émissions hors déplacements clients.

Comparatif émissions internes et externes

■ Emissions de l'hôtel ■ Déplacements clients



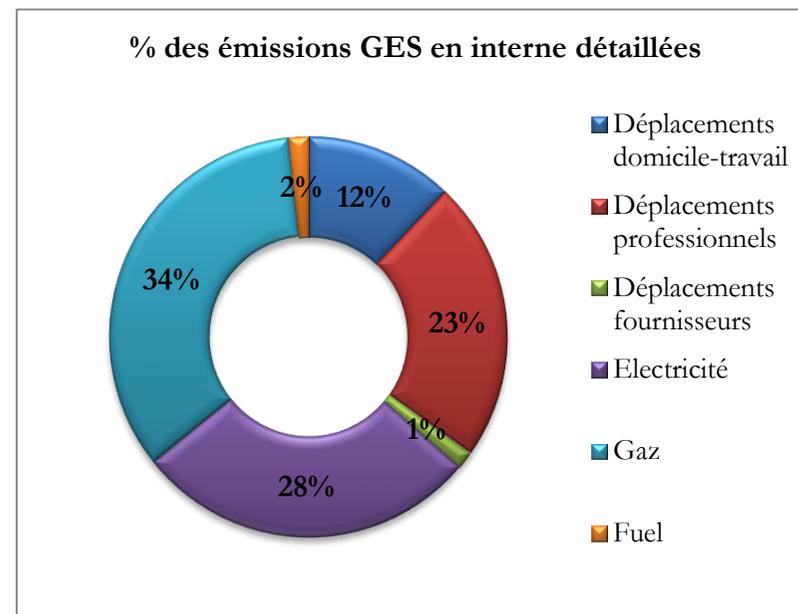
Part des émissions GES en interne



Nous pouvons constater que le facteur le plus émetteur de gaz à effet de serre, hors déplacements clients, est la consommation énergétique et plus particulièrement le gaz.

Nous avons diminué de 31,15 tonnes nos émissions de CO2 grâce à nos économies d'électricité et de gaz. De plus, cette année aucune recharge de fluides frigorigènes n'a été nécessaire, nos équipements sont plus performants.

Les déplacements professionnels ont connu une importante augmentation, plus de 134 tonnes en 2013.



Postes d'émissions		tCO2e en 2012	tCO2e en 2013	différence	tCO2e en 2014	différence
Consommations énergétiques	Electricité	234,18	222,30	-11,89	225,67	3,37
	Gaz	294,31	271,51	-22,79	286,44	14,93
	Fuel	14,64	13,31	-1,33	13,31	0,00
Sous-total		543,13	507,12	-36,01	525,42	18,30

Les consommations de gaz et d'électricité avaient augmenté en 2014, par conséquent, notre bilan d'émissions de gaz à effet de serre également : +18,30 tonnes en 2014.



ENGAGEMENT 2

Maitriser nos consommations et préserver notre environnement

ACTION MENE

Innover dans la recherche énergétique

Grâce à notre partenariat avec EDF et le réseau RPE, nous développons des équipements écoénergétiques adaptés à notre établissement.

ACTION MENE

Etablir un plan de gestion de notre parc

Gérer de manière plus durables espaces verts et la biodiversité présente dans notre parc en général grâce au rapport LPO.

ACTION MENE

Calculer et comparer nos émissions GES

Nous établissons en interne nos émissions de gaz à effet de serre chaque année et comparons nos résultats.



ENGAGEMENT 2

Maitriser nos consommations et préserver notre environnement

30

Espèces d'oiseaux recensées sur site en 2014.

45 000 m³

D'eau économisés depuis 2011

31,5 tonnes

De CO₂ économisées en 2013

2015	Nos voies de progrès
	<ul style="list-style-type: none">✓ Appliquer la réglementation liée aux biodéchets en 2015-2016✓ Gérer les eaux pluviales en séparant les hydrocarbures✓ Mener un audit énergétique selon la norme ISO 50001

II. 4. L'ENGAGEMENT SOCIÉTAL

Garantir une prestation exceptionnelle et sensibiliser nos clients à la responsabilité sociale

II. 4. a. Garantir à travers des pratiques loyales une prestation de service et une politique d'achat irréprochable

Lutte contre la corruption

Nous avons élaboré un **Code Ethique des Affaires** pour l'Hôtel du Cap-Eden-Roc, le Château Saint-Martin & Spa et l'Apogée Courchevel traduit les engagements de la Collection Oetker dans le domaine de la déontologie. Il reflète nos valeurs historiques telles qu'exprimées dans les 7 valeurs de la Collection Oetker et la Charte Ethique de l'Hôtel du Cap-Eden-Roc, Château Saint-Martin & Spa et l'Apogée Courchevel. Ce document sera adapté à l'ensemble de la Collection en 2015.

Toutes nos actions doivent être guidées par des exigences de fiabilité, de confiance et d'équité. Nous devons nous efforcer de satisfaire ou de dépasser les exigences réglementaires en vigueur, d'honorer nos engagements et d'éviter les conflits d'intérêt. Nous nous engageons à produire des données internes exactes, et à préserver la confidentialité

et la sécurité de ces informations. Nous nous engageons à communiquer en toute transparence, tant en interne qu'en externe.

Ces engagements visent non seulement à s'assurer de la conformité de nos pratiques aux lois et réglementations en vigueur, mais également à gagner et conserver dans la durée la confiance de nos clients, de nos actionnaires, de nos collaborateurs, de nos fournisseurs et autres partenaires.

Le service achats et tous les acheteurs sont sensibilisés à la thématique de la corruption par rapport aux fournisseurs.

Le comité Exécutif des trois hôtels revoit régulièrement les politiques anti-corruption afin de contrôler et d'améliorer les résultats.

Nous avons élaboré une **politique d'achat responsable** axée sur des bonnes pratiques à suivre en 2011 et mise à jour en 2014 :

- Un engagement commun avec nos fournisseurs
- S'assurer de la pertinence de la programmation des commandes
- Avoir des délais de paiement raisonnables et conformes avec la LME
- Eviter les clauses et les pratiques abusives
- Promouvoir le sourcing local(Et limiter la pollution)
- Intégrer des critères environnementaux et sociaux
- Refuser les discriminations et respecter les salariés

Cette politique a pour but de guider nos collaborateurs dans leurs procédures d'achat. Elle est composée d'objectifs bien définis. Cette politique sera prochainement revue et, le cas échéant, ajustée pour prendre en compte les recommandations de la norme NF X50-135 sur

les achats responsables publiée par l'Afnor et des travaux en cours de l'ISO pour élaborer une norme internationale sur les achats responsables.

Ainsi, nous avons modifié certains achats depuis la création de cette charte en 2011, tels que :

- le papier à imprimante est issu de matières recyclées,
- la moquette est écologique,
- les produits d'entretien sont porteurs d'un écolabel,
- les produits de douche mis en chambre sont des produits biologiques respectueux de la santé et de l'environnement...

Promotion de la responsabilité sociétale dans la chaîne de valeur

Notre démarche développement durable s'inscrit dans un partenariat avec nos fournisseurs respectueux de l'homme et de l'environnement. Par conséquent, nous leur avons envoyé une charte d'achat durable et responsable à signer avec ces grands thèmes :

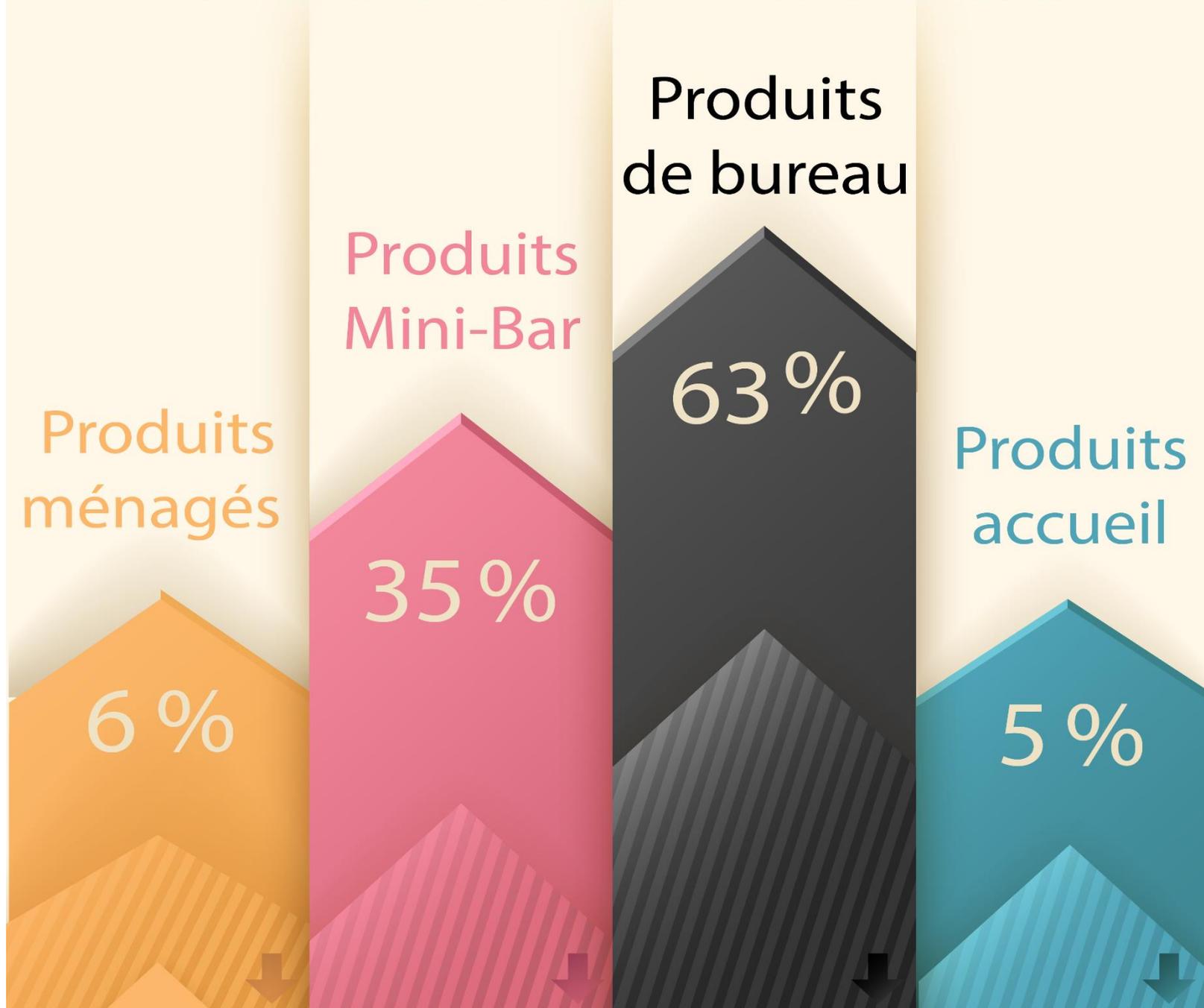
- Un engagement commun,
- Des achats en accord avec le respect de l'environnement,
- Limiter la pollution,
- Favoriser l'aspect social.

Depuis 2010, chaque année nous envoyons un courrier à l'ensemble de nos fournisseurs avec un thème différent, leur demandant leurs actions en internes et leur adresse email :

- 2010 : Annonce du programme environnemental et proposition de diminution des déchets en diminuant packaging...
- 2011 : Envoi de la charte à retourner signée.
- 2012 : Annonce de la certification Green Globe et demande des actions de chacun dans le Développement Durable.
- 2013 : Envoi des résultats de notre Bilan des Emissions de Gaz à Effet de Serre et demande des actions de chacun dans ce domaine et s'ils sont intéressés pour récupérer des déchets organiques.

En 2013 et 2014, nous avons ciblé nos fournisseurs les plus importants au niveau du chiffre d'affaire et nous leur avons soumis la charte pour validation. Nous avons classés les achats par typologie afin de définir la part d'achat durable réelle par rapport à la totalité des achats, en voici les résultats :

Part des achats durables sur la totalité des achats



Qualité

Au sein de Oetker Collection existe un système de gestion totale de la qualité (TQM) commun à tous les hôtels.

Le TQM/Encore prend en considération toutes les activités de l'hôtel en terme de clientèle et d'orientation des employés et n'est pas seulement présent dans nos esprits, mais est reflété dans notre travail de tous les jours. Le TQM/Encore lui-même n'est pas un modèle, mais une volonté permanente de nous améliorer.

Les principes clefs de la philosophie TQM/Encore sont:

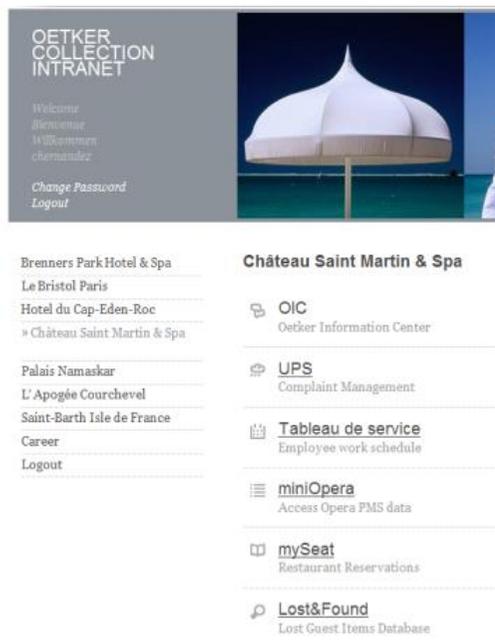
La Qualité est basée sur le client

La Qualité est obtenue par les employés de tous les départements et à tous les niveaux

La Qualité n'est pas un but mais un procédé sans fin

La Qualité ne se réfère pas seulement aux produits mais aussi aux services

La Qualité requiert un comportement dynamique et doit être travaillée constamment



UPS (Unsolved Problems & Solutions) est un outil Intranet permettant de traiter les plaintes de nos clients. Le but de cette application est de produire et de maintenir un système simple et efficace de traçabilité des plaintes à résoudre de la meilleure façon qu'il soit, le plus rapidement possible.

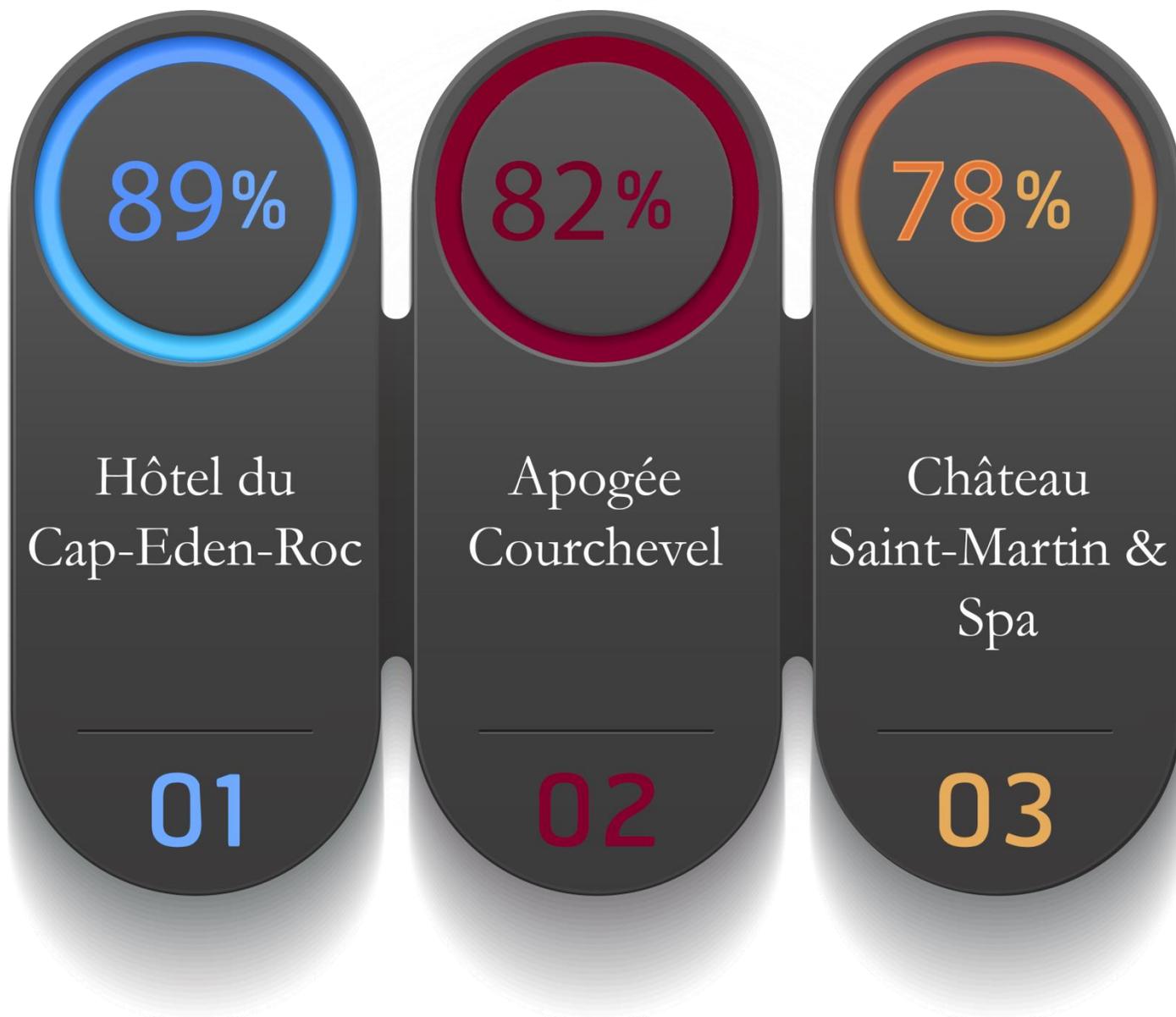
La qualité est le maître mot au sein des hôtels. Par conséquent un dispositif de contrôle est en place intitulé : « Leading Quality Assurance » (LQA). LQA est spécialisé dans la fourniture des vérifications d'assurance de la qualité, l'analyse comparative et la formation des services à l'industrie de l'hôtellerie de luxe, permettant aux clients de surveiller et d'améliorer leur performance opérationnelle.

Cela se traduit par trois audits d'un client mystère, des tests internes et des plans d'action avec chaque chef de service sont suivis tout au long de la saison afin d'être conforme.

Résultats 2014 – Château Saint-Martin & Spa: 91,4%

Résultats 2014 – Hôtel du Cap-Eden-Roc : 91,4 %

Objectif 2015 :92% par Hôtel



De plus, chaque client reçoit la veille de son départ un **questionnaire de satisfaction** comprenant trois questions dont les réponses permettent d'établir chaque mois des statistiques de satisfaction interne.

Résultats des enquêtes de satisfaction clients sur 3 points : HOSPITALITE - SOIN - DEMANDES.

Nous cherchons à connaître le pourcentage de client qui pense que nous sommes au-delà de leurs attentes, un questionnaire est remis personnellement à chaque client avant son départ.

Objectif 2015 : 90% par Hôtel

Santé et sécurité des consommateurs

Nous possédons des polices d'assurances et des instruments de protection pour nos clients séjournant à l'hôtel.

Au niveau de l'hygiène alimentaire, notre service des cuisines a adopté le système HACCP qui est une méthode de maîtrise de la sécurité sanitaire des denrées alimentaires.

Par conséquent, des tests en laboratoire sur les préparations de cuisine sont effectués 1 fois par mois pour éviter tout risque. Des visites d'inspection des cuisines par des organismes extérieurs sont également prévues chaque mois. Les températures des congélateurs et des réfrigérateurs sont surveillées plusieurs fois par jour et consignées.

Comme demandé dans la réglementation, nous effectuons des tests sur l'eau de notre réseau par rapport à la légionellose afin qu'aucune contamination ne puisse avoir lieu.

Tous nos équipements sont sous contrat de maintenance et gérés par des sociétés extérieures.

Nous offrons à nos clients une confidentialité exemplaire afin de protéger leur vie privée et toute information les concernant. Pour cela, une politique antispam est en place, une clause de confidentialité est présente dans chaque contrat des salariés et chaque ordinateur est géré par un code propre à son utilisateur.

Objectif Groupe pour 2015 :

Création de 3 documents communs: politique d'achat responsable, une charte d'achat responsable et un code de conduite éthique des affaires.

II. 4. b. Inciter notre clientèle à contribuer à notre vision d'avenir durable.

Education et sensibilisation

Les clients sont informés de notre politique de responsabilité à travers différents supports :



- *Ecrits*

Lors de leur arrivée en chambre, nous remettons aux nouveaux arrivant une carte intitulée « les Joyaux de notre Patrimoine » qui les informe des visites à effectuer dans la région au recto et au verso une carte de notre hôtel leur proposant une visite guidée sur des aspects botaniques, culturel, historique et anecdotes.

Une double page sur notre politique environnementale est présente dans le Room Directory de chaque chambre.

Des communiqués de presse annonçant les nouveautés en matière de RSE sont produits et diffusés à nos agences de presse et aux journalistes pour une large diffusion dans la presse.

Tous les ans, notre équipe marketing communique aux bureaux de représentation commerciale dans le monde nos KSP: Key Selling Points. C'est une liste d'atouts que l'Hôtel doit mettre en avant face à ses clients pour mieux se vendre, et cette liste comprend la mention 'Certifié Green Globe depuis 2013'. Nous en sommes fiers et demandons à nos représentants commerciaux de le communiquer sur leurs marchés respectifs.

- *Web*

Dans les emails de confirmation de réservations apparaît une mention que le transport utilisé par nos clients a un impact sur les gaz à effet de serre et nous offrons aux clients un lien vers un

site web pour compenser ces émissions.

Sur toutes nos signatures emails apparaissent nos certifications : Green Globe et Eco Leader de Tripadvisor.

Sur les sites Internet de nos hôtels sont présentés notre certification Green Globe, et aussi du logo Ecoleaders dans le texte de bienvenue sur la première page de nos sites web.

Les comptes Facebook de nos hôtels publient une fois par mois des news sur le développement durable et un compte Facebook sur le service RSE des 3 hôtels vient d'être créé.

Hôtel du Cap-Eden-Roc : Etude Statistiques RSE - Facebook 2014

Date	Titre	Likes	Commentaires	Partages	Personnes Atteintes	Commentaires
03.06.14	Jeu 5 Juin : Journée Mondiale de l'environnement	93	2	2	3340	Nombre de likes acceptable. Voir comment présenter l'information différemment en 2015 pour augmenter ces résultats.
05.06.14	Journée Mondiale de l'Environnement	227	5	14	4946	Publication populaire, possiblement dû aux photos culinaires souvent populaires
02.07.14	Action humanitaire au Togo	69	4	1	5206	Pas beaucoup de likes, les followers ne s'intéressent pas à ce type de sujet n'ayant pas de rapport direct avec l'hôtel : présenter l'engagement en lien direct avec l'Hôtel (VIH)
03.07.14	Hôtel du Cap-Eden-Roc certifié Green Globe 2014 !	71	1	2	2160	Engagement acceptable par rapport aux résultats que nous avons habituellement sur ce type de publications.

- *Télévisuels*

Un film sur le développement durable constitué d'interviews de notre personnel est présent sur la TV des clients. Il présente nos actions concrètes en faveur de la RSE.



- *Oral*

Lors de la facturation, nous précisons à nos clients que l'Hôtel du Cap-Eden-Roc reverse 1€ par chambre sur la facturation au profit d'une association pour l'environnement marin : les Aquanautes. Nous proposons à ce moment à notre clientèle s'il souhaite également faire un don au profit de la protection de la biodiversité.

Nous avons profité de ce partenariat avec l'association les Aquanautes pour organiser des visites guidées de l'Espace du Littoral et de la Mer, notre voisin au Kid's Club de l'Hôtel. Cela a permis de sensibiliser les enfants de nos clients à l'importance de la protection de la Méditerranée.

- *Evènement et expérience*

En 2014, nous avons organisé la journée de l'environnement avec la proposition d'un menu biologique à nos clients. L'opération n'ayant pas remporté un franc succès, elle ne sera pas renouvelée en 2015.

Les clients sont déplacés en voiturettes électriques au sein de l'établissement.

Du miel issu de notre parrainage avec un l'association « Un toit pour les abeilles » est proposé sur le buffet petit déjeuner.



Projets pour 2015

Rencontrer tous les acteurs de la carte «Les Joyaux de notre Patrimoine» afin de créer un nouveau film sur la TV fort de valeur patrimonial : tant au niveau des savoir-faire culturels de la région, que des agriculteurs locaux, les Aquanautes...

Installer des panneaux en bois expliquant nos actions de protection de la biodiversité à nos clients et la gestion raisonnée de nos jardins.

Mettre en place d'un hôtel à insectes au niveau de notre Kid's club afin de sensibiliser les enfants de nos clients à la biodiversité. Cette installation sera accompagnée de sessions de formation par les naturalistes de la Ligue de Protection des Oiseaux.

Adopter une communication sur le ton "Adopt a sustainable lifestyle" en mettant en valeur les comportements vertueux en rapport avec notre politique et en proposant une offre groupe 'green' avec transports en voiture électrique, vin bio, menus bio, ect.

Proposer d'insérer sur le site web une partie informative sur comment 'passer 3 jours parfait sur la Côte d'Azur' avec une suggestion d'itinéraire et d'activités dans la région.

Mettre une version résumée du COP à disposition des clients.

Le programme culturel d'Eden Rock St Barths

La devise de l'Eden Rock-St Barths est de croire qu'être un bel hôtel ne suffit pas à satisfaire les attentes de la clientèle haut de gamme actuelle. Par conséquent, trois domaines créatifs sont mis à l'honneur au sein de notre établissement afin de rendre l'expérience de nos hôtes inoubliable : l'art, la musique et la gastronomie.

Studio d'enregistrement



Eden Rock - St Barth est le lieu par excellence pour s'évader, se relaxer et composer. L'établissement propose d'enregistrer une bande son en souvenir des séjours des clients à Saint Barthélemy.

Grâce au partenariat entre Eden Rock – St Barth et OceanWayRecording Studios of Hollywood, CA, les clients peuvent enregistrer leur propre musique dans un studio professionnel, complètement équipé avec une large sélection d'instruments de musique, d'équipements sonores et microphones. La légendaire console de mixage Neve installée dans le studio d'enregistrement est celle qui a été utilisée par John Lennon pour enregistrer le célèbre « Imagine ».

Galerie d'art

La Galerie de l'Eden Rock est située au sommet de l'icône Rocher de l'hôtel. Chaque année, de mi-octobre à fin août l'Eden Rock - St Barths présente un programme complet d'expositions. La galerie Eden Rock organise des partenariats internationaux avec Art Saint Barth ou encore les prestigieuses galeries Gagozian ou Perrotin et propose des expositions exclusives où se marient les genres et les styles artistiques. Les précédentes collaborations incluent des artistes de renoms tels que Piotr Urklanski, Jean-Charles de Castelbajac, Richard Prince et Will Cotton. Cette saison le travail du jeune américain Kaws ou encore du réalisateur Hamony Korine sont présentés. Des expositions d'œuvres d'artistes locaux sont présentes dans l'ensemble de l'hôtel.



Cours de peinture

Eden Rock propose des cours des cours de peinture à ses clients petits et grands. Ce sont des artistes résidents sur l'île qui assurent les cours : à l'huile, aux aquarelles, dessin ou sculpture...



ENGAGEMENT 3

Garantir une prestation exceptionnelle et sensibiliser nos clients à la responsabilité sociétale

ACTION MENEES

Informersur notre politique RSE

Mettre le rapport RSE à disposition dans les chambres

ACTION MENEES

Se doter d'un référentiel complet sur l'éthique des affaires

Nous avons revu et compléter notre référentiel pour le mettre en conformité avec les meilleurs standards actuels et avec les règles édictés par le Groupe Oetker



ENGAGEMENT 3

Garantir une prestation exceptionnelle et sensibiliser nos clients à la responsabilité sociétale

Plus de **92%**

LQA

Moins de **5**

Réclamations non traitées

18

Fournisseurs signataires de la
charte durable représentant

30% de nos dépenses

2015

Nos voies de progrès

- ✓ Augmenter la part de nos achats durables
- ✓ Connaître les attentes RSE de nos clients
- ✓ Elaborer une proposition d'expérience « durable »

Participer au développement social, culturel et économique de nos territoires d'implantation

II.4.c. Privilégier les producteurs locaux, gage de richesse patrimoniale de notre territoire

Privilégier les producteurs locaux met en valeur la culture identitaire de nos hôtels à travers deux aspects :

- Qualité
- Ancrage territorial
- Réduction des GES

En effet, la qualité offerte à nos clients dépend également des produits choisis. En respectant la saisonnalité et la localité des produits nous assurons un gage de qualité.

Le fait de travailler en étroite collaboration avec des acteurs locaux permet de dynamiser l'économie locale en valorisant l'identité du

territoire dans lequel l'hôtel est implanté. En forçant sur cet aspect identitaire nous proposons une expérience au client unique, du terroir loin de la mondialisation.

Pour finir, en choisissant des partenaires proches, nous évitons des longs transports de livraison de marchandises et donc nous réduisons l'empreinte écologique avec moins d'émissions de gaz à effet de serre.

Par conséquent, nous effectuons un suivi de la localité des fournisseurs avec lesquels nous travaillons.

2013 - Répartition des fournisseurs



FRANCE



dont LOCAL



MONDE

L'Hôtel du Cap-Eden-Roc a créé un livre intitulé : « Les Artisans du Paradis » mettant en avant ses employés fidèles et ses partenaires d'exception par des interviews.

En voici des extraits concernant les fournisseurs locaux:



« Le vignoble de l'abbaye de Lérins.

S'il y a bien une singulière présence dans la carte des vins de l'Hôtel du Cap-Eden-Roc, c'est bel et bien le vin produit par les moines de l'abbaye de Lérins. Cette petite île située à moins d'un kilomètre de la pointe de la Croisette à Cannes, embrasse une vue spectaculaire portant de Monaco à Saint Tropez. On comprend ainsi pourquoi s'y installa dès 1050 un monastère fortifié pour se protéger des Sarrasins.

Une anecdote : dans le livre d'or de l'abbaye, on peut retrouver une évocation rédigée par Paul Claudel en date du 10 avril 1936. Il écrit : « Lérins est comme une miette de prière, au milieu de l'éternité qui l'entoure de toute part. »

Ce que vous aimez le plus dans votre travail : notre conception éthique du travail et du produit à élaborer a orienté et dynamisé notre engagement vers la qualité et un commerce juste. Le plaisir d'un travail bien fait dans toutes ses composantes garantit l'obtention d'un produit de grande qualité dans le respect du consommateur.

Le plus difficile : la question que nous nous posons est la suivante : comment introduire notre production monastique dans l'économie de marché ? Ce dernier est à première vue si peu compatible avec les valeurs qui sous-tendent nos vies consacrées à Dieu. Comment réagir face à la concurrence trop souvent agressive de la société de consommation et à l'exploitation de l'image du moine d'une manière choquante par la publicité ? A l'Abbaye de Lérins, nous avons choisi d'y répondre par le respect et l'ouverture vers ce que nous sommes, et à la valeur de nos produits.

Une tenue de travail : aube et tablier bleu

Le moment ou la sensation le/la plus magique qu'un client vous ait fait vivre : sans doute le plaisir simple de l'acheteur anonyme.
[...]

Votre devise : « Paix et joie »¹

¹ « Les Artisans du Paradis », Préface de Philippe Perd, Textes de François Simon, Photographies de Jean-Michel Sordello, Mars 2009, Editions Assouline, P. 112



« Les légumes d'Aimé Pellegrin



Depuis une quinzaine d'années ce maraîcher de Grasse se lève aux aurores pour livrer à l'Hôtel du Cap-Eden-Roc les légumes de la rosée matinale. Il les couve du coin de l'œil, veille à leur tenue, les accompagne dans leur développement et les saisit au meilleur moment.

Une anecdote : (c'est aussi un peu ma fierté...) j'ai été découvert dans un autre restaurant. Lorsque le chef de l'Hôtel du Cap-Eden-Roc u a dégusté par hasard mes asperges, il nous a contacté immédiatement après pour qu'on lui en livre...

Ce que vous aimez le plus dans votre travail : voir pousser les légumes.

Le plus difficile : sans aucun doute, savoir manier les produits, gérer le parasitage des insectes, sans trop perturber la vie saine des légumes.

L'accessoire indispensable : il n'y en a pas qu'un seul ! Il faut énormément de matériel et beaucoup d'heures de travail pour élever nos légumes.

Une tenue de travail : short, tee-shirt et pieds nus l'été !

Le moment ou la sensation le/la plus magique qu'un client vous ai fait vivre : incontestablement, le fait de savoir que des stars du cinéma américains mangent mes asperges !

Un cadeau que vous aimeriez offrir : un panier de légumes fraîchement ramassés pour mes amis.

Votre devise : «Travaille le plus possible pour faire de bons produits ». ²»



² « Les Artisans du Paradis », Préface de Philippe Perd, Textes de François Simon, Photographies de Jean-Michel Sordello, Mars 2009, Editions Assouline, P. 130

II.4.d. S'engager au côté de partenaires dans des projets durables en relation avec les valeurs que nous défendons

Suite aux changements de mobilier, nous donnons notre ancien ameublement et nos literies à des **associations humanitaires, tels que l'Association La Serre entre 2010 et 2013.**

Chaque fin d'année, la Direction de l'Hôtel du Cap offre un don financier à plusieurs associations locales telles que : la Croix Rouge, la ligue contre le cancer, l'association Williams Music, le Maison de Retraite d'Antibes, la corporation des marins d'Antibes, le syndicat des pêcheurs d'Antibes...

Chaque année, Une **collecte** de jouets et de vêtements est organisée au sein de nos équipes au profit d'un foyer de la Croix Rouge.



Nous collectons des bouchons en plastique au profit de l'association « **Les Bouchons d'amour** », et les bouchons de liège au profit de l'association « **France Cancer** ».

De plus, nous récupérons les paires de **chaussons et de tongs inutilisées** par nos clients pour les donner à la **Croix Rouge et au Secours Populaire.**

Nous avons accueilli le gala de charité de la **Croix Rouge en juin 2014** et nous leur offert un lot pour leur tombola.





En décembre 2014, notre chef pâtissier a préparé des **bûches de Noël** et des tablettes de chocolat pour la **journée de Noël de la Croix Rouge** à la Maison de retraite des Coteaux d'Antibes. Cet événement avait pour but le mélange générationnel avec la participation des enfants de la Croix Rouge et des personnes âgées habitantes de la maison de retraite. Le chef des cuisines et la coordinatrice développement durable ont contribué à l'évènement en amenant les buches et les chocolats et en effectuant leur service.

En septembre 2014, nous avons, pour la deuxième année consécutive, organisé une **collecte de sang** au profit de l'Etablissement Français du Sang (EFS). Cela a permis de collecter 42 poches de sang et surtout 40 personnes sur 56 étaient des nouveaux donneurs !

Nous avons établi un partenariat avec l'association **Planète Urgence**, une association Reconnue d'Utilité Publique qui a pour but de soutenir et d'encourager l'autonomie des populations et la protection de l'environnement par le partage des savoir-faire, la formation, ou l'appui technique en faveur de porteurs de projets partout dans le monde. Notre **Directrice des Ressources Humaines** s'est portée volontaire pour un **congé solidaire à Madagascar en février 2013**. Elle est repartie en 2014 pour une mission au Togo.



Le 29 septembre 2014, l'Hôtel du Cap-Eden-Roc a participé au **Raid Inter-Hôtels Cote d'Azur** avec l'association Team Nature.

Attachés à la dimension humaine de cette initiative, les organisateurs privilégient aussi une dimension écologique. **Le covoiturage, les produits recyclés et la sensibilisation des participants à la protection de l'environnement** marquent l'état d'esprit de cette journée. De plus, en complément d'une dotation annuelle prévue par Team Nature au bénéfice de la Fondation GoodPlanet fondée et présidée par Yann Arthus-Bertrand, une action de reforestation avec l'Office National des Forêts, également partenaire de ce Raid, est programmée sous la forme : une équipe inscrite = un arbre planté.





L'Hôtel du Cap-Eden-Roc a contribué financièrement à la construction d'une partie du **Chemin du Littoral** avec les collectivités locales.

Le sentier du littoral dit du Tire-Poil permet, par beau temps, aux promeneurs de parcourir le cap, depuis le parking de la plage de la Garoupe jusqu'à la Villa Eilenroc. En cheminant au plus près des flots, cet itinéraire de 2,7 km se fraye un passage au travers des rochers escarpés et le long des imposants murs d'enceinte des châteaux de la Garoupe et de la Croë.

Il offre un panorama exceptionnel, à l'ouest sur les îles de Lérins, et à l'est sur les premiers sommets du Mercantour.



PALAIS NAMASKAR MARRAKECH

Le Palais Namaskar et son équipe RSE travaille en étroite collaboration avec la commune BIN AL OUIDANE et ses écoles.

En effet, suite à une réunion avec le Directeur des 3 écoles de la communauté voisine du Palais Namaskar, l'idée a surgi de fournir à toute l'école l'équipement de football nécessaire. Cela permettra à chaque



école de former leur propre équipe de football et d'organiser des tournois de football. L'Équipe RSE du Palais Namaskar a donc acheté 3 ensembles de teeshirts et shorts de football pour une équipe de 15 étudiants. L'équipement a été alors distribué lors d'une visite aux trois écoles.



De plus, des visites portes ouvertes de l'hôtel ont été organisées ainsi qu'un repas au Restaurant Namaskar en faveur des élèves des 3 écoles BIN ALOUIDANE.

Le Palais Namaskar et son équipe ont également rénové une de ces trois écoles : l'école SAADNA.

- Travaux de plomberie
- Remise en état des toilettes hommes et femmes, et logement professeur installation des urinaires et 3 lavabos
- Travaux d'électricité
- Remise en état de l'armoire général et les armoires dans les classes
- Ajouter de l'éclairage, sonnerie porte principale et des prises dans les classes
- Travaux Menuiserie
- Changement des canons, poignets, serrures des portes des classes, cylindres et remise en état des fenêtres
- Travaux Construction
- Grillage clôture mur
- Refaire la peinture de toute l'école et logements des professeurs
- Refaire le sol de l'école avec passage piéton et gravite
- Maçonnerie et finition
- Travaux jardinage
- Travaux jardinage dans toute l'école



BRENNERS PARK-HOTEL & SPA
BADEN-BADEN

Le programme éducatif et culturel du Brenners Park-Hotel & Spa

Artiste résident

En 2004, un projet novateur, à savoir « l'artiste résident du Brenners », est né de la rencontre entre la galerie d'art Staatliche Kunsthalle et le Brenners Park-Hôtel & Spa. Chaque année, les deux institutions attribuent une prestigieuse bourse de travail à un membre de la jeune génération d'artistes internationaux.

L'objectif sous-jacent du projet est de promouvoir l'ouverture d'esprit et l'échange de connaissances et d'idées. Nouvelles et stimulantes voies de rencontres avec la ville, sa culture, son histoire et, surtout, ses habitants sont ouverts aux artistes d'importance internationale par les deux voisins de la Lichtentaler Allee.

En 2014, l'artiste dans la résidence était Christian Jankowski. Il occupait la chambre 127, qu'il a transformée à travers les propositions des personnes qu'il recevait à l'intérieur. Son but était de déclencher de la part de ses invités deux types de décision. La première concerne le choix des meubles et la seconde plus personnelle, est d'imaginer le nécessaire pour passer une nuit dans cette chambre. Le but ultime de cette opération étant l'expression de l'art.

Ci-dessous deux exemples des résultats de deux personnes différentes. Tous les invités ont pu laisser un commentaire sur leur choix de meubles et de décoration, et sur la nuit qu'ils ont passé dans leur chambre individuelle. Ils ont également été invités à mentionner



combien le séjour valait pour eux. Ce montant a été versé à l'artiste.

«Jeunes chefs européens»

Une vie saine est le résultat d'une nourriture équilibrée et d'un environnement propice - ce principe est bien connu de la plupart des parents, et ils savent qu'il est difficile de guider les enfants et les adolescents vers une alimentation saine quotidienne.

Partant de ce fait, Jürgen MAGDER, un chef passionné a lancé les «Jeunes chefs européens». Frank Marrenbach a aimé le concept et le Brenners Park-Hôtel & Spa a commencé cette aventure à Baden-Baden. Le concept est actuellement conçu pour 24 enfants, âgés entre 10 et 12 ans, qui obtiennent un aperçu ludique dans le monde des arts culinaires, les arts de la table, de la protection de l'environnement et de la protection de la santé.

Les enfants vont se rencontrer 20 fois en 11 lieux gastronomiques différents sur les deux années. Ils vont apprendre la théorie et les tâches pratiques de la cuisine et du service avec des focus sur la préparation de produits en boucherie et boulangerie.

Après une journée de travail réussie, les enfants dégustent les plats qu'ils ont préparés et mis en place tout en assurant le service. Outre les leçons culinaires, ils vont visiter des établissements vinicoles, des agriculteurs, et participer à la récolte de la prune à Bühl, etc.

À la fin du projet de deux ans, il y aura un test à la Chambre de commerce, qui est un certificat pour un séminaire de formation opérationnelle.



Quelques jeunes chefs lors de la préparation de la cérémonie finale.

La Fondation Albert Brenner (depuis 2011)

La Fondation Alfred Brenner (Alfred-Brenner-Stiftung) honore la mémoire du grand hôtelier Alfred Brenner, qui a donné son nom au l'hôtel renommé dans le Lichtentaler Allee à Baden-Baden. Créé avec la conviction qu'un hôtel de standing international porte une responsabilité à son industrie et à la société en général, la Fondation a pour but de soutenir les jeunes talents dans l'hôtellerie restauration haut de gamme de l'Allemagne.

Les candidats admissibles à la bourse Alfred Brenner sont des jeunes employés de la restauration, par exemple : chefs, restaurateurs et hôteliers gestionnaires, de moins de 29 ans qui ont atteint l'une des deux meilleures notes dans leur qualification professionnelle ou qui ont été salués par la Chambre de Commerce. Le premier prix est d'un montant de 3.000 €.

Le jury est composé d'experts de l'industrie hôtelière, avec en 2013 les membres suivants:

Année d'apprentissage – Histoires d'un Grand Hotel

Une série télévisée suit les apprentis du Brenners Park-Hotel & Spa lors de leur première année de travail. Cette série a été très réussie à la télévision allemande et a abouti à de nombreuses demandes d'emploi pour le Brenners Park-Hôtel & Spa. L'accent est mis sur trois apprentis au cours de leur première année Frank d'apprentissage. Les trois apprentis vont apprendre à servir les clients dans les restaurants, à faire des chambres, le travail dans la buanderie. Et ils vont rencontrer des

personnages impressionnants, tels que des stars internationales du show-business, de politique, de et le sport.



M. F. Marrenbach (à droite) avec le gagnant 2011

Mais le plus important pour eux sont les gens qui les forment et qui font partie de l'hôtel depuis des années, certains depuis des décennies déjà. L'objectif principal de la série était de savoir comment les trois pourraient gérer les longues heures de travail, le manque de temps de loisirs et la séparation de la famille et des amis. Tous les aspects ont été présentés, des longues journées, aux nuits courtes et de l'euphorie à des moments de grande fatigue et de tristesse pour dessiner une image réaliste de l'industrie hôtelière

Sélection des Hôtels de luxe allemands

La sélection d'Hôtels de luxe allemands, fondée en 1987, est une coopération marketing des neuf hôtels de luxe traditionnels en Allemagne. Le but de ce rapprochement de était de collaborer ensemble afin de et créer une synergie entre les hôtels, cela comprend la promotion du personnel. Ainsi, chaque hôtel envoie plusieurs apprentis sélectionnés, vers d'autres propriétés de la sélection pour les

former et d'approfondir leurs connaissances dans un département spécial, par exemple restaurant gastronomique ou la cuisine et de leur donner la possibilité d'ouvrir leur horizon. Ce projet a été un succès avec un bon nombre de ces candidats qui ont fait différentes expériences au sein de la sélection et ont souvent construit une grande carrière.

Coopération avec les écoles et universités

Depuis de nombreuses années, le Brenners Park-Hôtel & Spa travaille en étroite collaboration avec plusieurs écoles et universités nationales et internationales. Hans Peter Veit, notre Spa Manager est un conférencier à Eurocampus, une université mettant l'accent sur le sport, l'événement et la gestion du tourisme. M. Veit se concentre sur la transmission des connaissances sur les marchés et concepts de bien-

être. En outre, il est un expert en science de la nutrition et la prévention de la nutrition. Les étudiants apprennent à intégrer les habitudes alimentaires et des mode de vie sains dans le quotidien des clients.

Outre cet engagement, Brenners Park-Hôtel & Spa travaille avec le l'école hôtelière de La Haye et l'université IUBH à Bad Honnef, où nous recrutons de nouveaux employés et parrainons des étudiants, qui ont déjà travaillé dans notre hôtel.

Depuis de nombreuses années, nous travaillons également avec le Lycée des Métiers de L'Hôtellerie et du Tourisme Alexandre Dumas à Illkirch, en Alsace. Les étudiants font des stages dans tous nos points de vente pendant plusieurs semaines afin d'avoir un aperçu des différents métiers de l'hôtellerie.



L'engagement solidaire de la Oetker Collection

Selon l'engagement 4 de notre démarche de Responsabilité Sociétale, nous nous sommes engagés au côté de l'association JMAH (Jeunes Missionnaires d'Aide Humanitaire) dans un projet humanitaire au Togo, en lien avec les valeurs que nous défendons.



Dans le cadre d'un congé solidaire de la Directrice des Ressources Humaines de l'hôtel du Cap-Eden-Roc, du Château Saint-Martin & Spa et de l'Apogée Courchevel, une belle rencontre est née.



Valérie Monnier est partie en Congé Solidaire en partenariat avec l'association française Planète Urgences au Togo en 2014 où elle a rencontré Eli Apodo Directeur de l'association des Jeunes Missionnaires d'Aide Humanitaire.

Cette association a pour but d'aider les personnes atteintes du VIH à avoir accès à des bilans de santé complets.

Au cours de sa mission, Valérie a pu se rendre de l'importance du rôle de JMAH au sein de sa communauté dans le domaine de la santé. Elle a également évalué que par manque de moyens, l'action bénéfique de l'association se trouvait limitée.

Ainsi, de retour en France et représentante de l'association JMAH en France, elle a proposé à Oetker Collection de créer un projet de partenariat en collaboration avec Eli Apodo, le Directeur de l'association. Ainsi, un don d'une valeur de 5000€ a été accordé à l'association JMAH pour la mise en place d'une pharmacie communautaire en faveur des malades du sida.

Le lien avec Oetker Collection a été établi par l'investissement d'un de ses établissements, l'Hôtel du Cap-Eden-Roc qui reçoit chaque année le prestigieux évènement de l'AmFar (American Foundation for AIDS Research) qui est une des plus importantes fondations américaines du monde pour le financement de la prévention et de la recherche médicale contre le sida. Fondée en 1985 par l'actrice Elizabeth Taylor, avec pour présidents fondateurs les chercheurs Mathilde Krim et Michael Gottlieb, elle soutient et finance plus de 2000 équipes de recherche dans le monde avec plus de 360 millions de dollars d'aide depuis 25 ans.

Par conséquent, œuvrer pour un tel projet est en lien avec les valeurs que nous défendons.



CONTEXTE

Plusieurs facteurs ont initié la nécessité de création d'une pharmacie communautaire :

- L'ampleur de manque des ressources infrastructures sanitaires,
- La pauvreté de la population,
- L'absence d'une couverture d'assurance maladie pour tous dans le pays,
- Le coût des produits pharmaceutiques.

VISION

Permettre aux personnes atteintes du VIH d'avoir accès aux soins et aux médicaments.

DEROULE DU PROJET

Le 05 novembre 2014, l'association a démarré les préparatifs par une réunion d'information avec l'ensemble de l'équipe professionnelle de l'association. Suite à cette réunion, il a été décidé d'installer la pharmacie un local sécurisé afin

d'interdit l'accès à toute personne étrangère. De plus, une liste de produits pharmaceutiques a été validée par l'équipe médicale ainsi qu'une liste de différents fournisseurs, avec une étude sur le rapport qualité/prix. Il a également été décidé de créer un guichet de service pour réguler le flux de patient et pour délivrer en toute confidentialité les médicaments. Pour cela, des travaux ont été mené : maçonnerie et menuiserie.

Le 26 novembre 2014, la première commande des médicaments a été livrée et mis en place dans la pharmacie suivant une classification par ordre alphabétique.

Une cérémonie d'inauguration et d'ouverture officielle a été organisée le 09 décembre par les personnes souffrantes du VIH avec le Directeur de l'association M. APEDO Eli qui dans un premier temps a expliqué aux patients la vision que poursuit JMAH et le groupe OETKER COLLECTION à travers la pharmacie communautaire. Le même exercice a été poursuivi avec un autre rassemblement le 11 décembre afin de communiquer d'avantage sur cet évènement. Il est à noter que la pharmacie est ouverte à tous afin de permettre à la population défavorisée de bénéficier aussi des bienfaits du projet.

C'est ainsi que la pharmacie a ouvert ses portes le 10 décembre 2014. Une formation sur la gestion des stocks sera organisée mais nous poursuivons la réflexion sur la personne (le gestionnaire de la pharmacie) à recruter et avec quel moyen. En attendant l'association a doté la pharmacie d'un nouvel ordinateur et tous les produits sont informatisés dans une base de données ACESS que contrôle le directeur de l'association.



4

ENGAGEMENT 4

Participer au développement social, culturel et économique de nos territoires d'implantation

ACTION MENEES

Privilégier les produits et les fournisseurs locaux

Favoriser les producteurs locaux et leurs produits c'est favoriser l'économie locale et créer du tissu social ainsi que valoriser notre territoire.

ACTION MENEES

Renouveler nos partenariats

L'hôtel continue à s'impliquer dans divers projets en lien avec son territoire et tant au niveau de la protection de la biodiversité, que du social ou culturel.

4

ENGAGEMENT 4

Participer au développement social, culturel et économique de nos territoires d'implantation

96%

De fournisseurs français

dont **57%** locaux

5 000 euros

Versés chaque année à
l'association JMAH au Togo

1100 kilos

De textiles récupérés et donnés à des associations humanitaires

2015

Nos voies de progrès

- ✓ Diminuer la part de nos partenaires internationaux
- ✓ Entreprendre un réel mécénat sportif, culturel et humanitaire
- ✓ Mettre en avant nos partenaires locaux sur la chaîne de télévisions de nos clients

ANNEXES :

TABLEAU DE CORRESPONDANCE : GLOBAL COMPACT, ISO 26000 et engagements OC PLAN D' ACTIONS OC 2015-2016													
Global Compact	Question centrale ISO 26000	Engagement RSE Oetker Collection	Principes RSE Oetker Collection	THEMATIQUES ISO 26000	OBJECTIFS GLOBAUX	ACTIONS GLOBALES	DOCUMENT DE REFERENCE	RESPONSABLE	ETAT	DEADLINE	SERVICE CONCERNES	PARTENAIRES	SUIVI
Partie éléments principaux du COP	GOUVERNANCE	GOUVERNANCE	GOUVERNANCE	Approche stratégique et objectifs	Création identité RSE	Recherche engagements, principes, objectifs, logo et slogan selon les valeurs de base OC		J.Poirot	En cours	mars-15	RSE	Considerate Hoteliers, Zoo	
				Pilotage, mise en œuvre et surveillance	Score de 60% aux audits RSE	1er audit en juillet 2014	Audit RSE 2014	J.Poirot	Finalisé	déc-14	RSE		Résultats audits 2014
						2ème en septembre 2015		J.Poirot	Pas commencé	déc-15	RSE		Résultats audits 2015
				Surveillance des performances	Envoi annuel du COP Global Compact	COP Global Compact	COP Global Compact 2015	J.Poirot	En cours	mars-15	RSE	RSE France	Validation du Global Compact avril 2015
				Relations avec les parties prenantes	90% des salariés sensibilisés à la RSE	Création livret RSE		J.Poirot	En cours	avr-15	RSE/MARKETING	ZOO	
						Création d'une charte éthique global OC		J.Poirot	Pas commencé	avr-15	RSE/RH		
						Formation aux écogestes/thématique RSE	Ecogestes, PPT Formation	Référent		2015	RSE/RH		Nb de personnel formé (trimestriel)
						Insertion questions RSE dans OP: "J'ai été sensibilisé et je comprends le démarche RSE", "Je suis sollicité dans les actions RSE par mon chef de service", "Je respecte les écogestes de mon service"		J.Poirot	En cours	févr-15	RSE/RH	Opinions	Résultats annuels Opinion Survey 2015
						Intégration partie RSE dans chaque intégration	Présentation PPT	Référent		2015	RSE/RH		Nb de personnel formé
						TEAM RSE: Equipe volontaire de service administratif et opérationnel avec réunion mensuelle. Don de l'entreprise d'1/2 journée pour travail sur RSE.	Procédure Team RSE	Référent		févr-15	RSE		Suivi compte rendu réunion, élaboration d'un projet commun RSE

						Mise en compétition de chaque Team RSE avec récompense à la fin de l'année: séjour dans les Hôtel		J.Poirot	Pas commencé	janv-16	RSE					
						Election mensuel du QASE RSE sur le même modèle que le QASE	Procédure QASE RSE, liste nominé, diplômes	Référent		févr-15	RSE		Elu Green Qase			
<p>1. Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'Homme dans leur sphère d'influence ; et</p> <p>2. A veiller à ce que leurs propres compagnies ne se rendent pas complices de violations des droits de l'Homme.</p> <p>3. Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective ;</p> <p>4. L'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire ;</p> <p>5. L'abolition effective du travail des enfants ; et</p> <p>6. L'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession.</p>	DROITS DE L'HOMME - RELATIONS ET CONDITIONS DE TRAVAIL	1. S'assurer du respect des droits humains et optimiser nos conditions de travail	Intro/base	Principes fondamentaux et droit du travail												
				Conditions de travail et protection sociale												
			1.1. Nous garantissons l'équité entre nos collaborateurs tout en luttant contre les discriminations.	Discrimination et groupes vulnérables												
				Loyauté des pratiques												
			1.2. Nous favorisons une qualité de vie optimale au travail et soutenons le dialogue social.	Dialogue social	Score de 4 Opinion Survey "communication"	Score de 4 à la question: "Notre Hôtel encourage la communication ouverte à tous les niveaux"			Référent				déc-15	RSE/RH	Opinions	Résultats annuels Opinion Survey 2015
				Santé et sécurité au travail												
1.3. Nous encourageons le développement et l'employabilité de nos collaborateurs.	Développement du capital humain	Score de 4 Opinion Survey "formation et evolution professionnelle"	Score de 4 aux 4 questions: "Je suis satisfait de la formation reçue pour mon poste actuel", "Au cours de l'année passée, j'ai eu l'occasion d'acquérir de nouvelles compétences"; "les nouveaux employés reçoivent la formation nécessaire pour bien faire leur travail"; "l'hôtel offre des perspectives d'évolution aux employés".			Référent				déc-15	RH	Opinions	Résultats annuels Opinion Survey 2015			
<p>7. Les entreprises sont invitées à appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant l'environnement ;</p> <p>8. A entreprendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement ; et</p> <p>9. A favoriser la mise au point et la diffusion de</p>	ENVIRONNEMENT	2. Maitriser nos consommations et préserver notre environnement	Réglementation	Réglementation												
			2.1. Nous réduisons par l'innovation nos consommations de ressources.	Utilisation durable des ressources	Mesure et comparer nos consommations	Mise en place de l'outil Con-serve pour eau et énergies (carbone)		J.Poirot	En cours	avr-15	RSE/TECHNIQ UE	Considerate Hoteliers	Suivi mensuel sur la plate forme Con-Serve+rappor annuel			
					Diminution de 5% des consommations en eaux et énergies		Référent		déc-16	RSE/TECHNIQ UE	Considerate Hoteliers	Mise en place de d'actions pour diminution dès janvier 2016+Suivi mensuel sur la plate forme Con-Serve+rappor annuel				

technologies respectueuses de l'environnement.			2.2. Nous connaissons, protégeons et restaurons la biodiversité qui nous entoure.	Protection de l'environnement, biodiversité et réhabilitation des habitats naturels	S'investir dans la protection de la biodiversité	1 projet de biodiversité par hôtel: Etablir un inventaire de la biodiversité par une société extérieure lorsque c'est pertinent		Référent		juil-15	RSE		Suivi du projet entrepris (trimestriel)		
					Un projet global pour tous les hôtels			J.Poirot	Pas commencé	déc-15	RSE				
			2.3. Nous appliquons la réglementation liée au déchets et nous efforçons de limiter tout type de pollution.	Prévention de la pollution	Utilisation de produits écolabellisés	Faire des tests de produits d'entretien écolabellisés en remplacement des produits les plus dangereux	Liste écolabels	Référent			janv-16	RSE/ACHATS			
				Déchets	50% de déchets triés (d'ici déc 2016)	Mise en place du tri et suivi par chaque référent		Référent			déc-15	RSE/TECHNIQ UE			Suivi tonnage mensuel
						Mise en place de l'outil Con-serve pour les déchets		J.Poirot	Pas commencé	janv-16	RSE/TECHNIQ UE	Considerate Hoteliers	Suivi mensuel sur la plate forme Con-Serve+rapport annuel		
	50% de déchets triés		Référent			déc-16	RSE/TECHNIQ UE	Considerate Hoteliers	Mise en place de d'actions pour diminution dès janvier 2016+Suivi mensuel sur la plate forme Con-Serve+rapport annuel						
			Atténuation des changements climatiques et adaptation												
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.	LOYAUTE DES PRATIQUES	3. Garantir une prestation de qualité exceptionnelle et sensibiliser nos clients à la responsabilité sociétale	3.1. Nous garantissons à travers des pratiques loyales une prestation de service et une politique d'achat irréprochable.	Lutte contre la corruption	Intégrer les achats durables dans la stratégie des achats	Création de 3 documents communs: politique et charte d'achat responsable, code de conduite éthique des affaires		J.Poirot	En cours	avr-15	ACHATS		Suivi produits par typologie fournisseur		
				Promotion de la responsabilité sociétale dans la chaine de valeur											
				Respect des droits de propriété											
			Promouvoir une consommation durable	10% achats durables	Sur la totalité des achats atteindre 10% d'achats durables		Référent		déc-16	ACHATS		Suivi produits par typologie fournisseur			
	CLIENTS		3.2. Nous incitons notre clientèle à contribuer à notre vision d'avenir durable.	Education et sensibilisation	Recueillir des demandes clients sur la RSE	Questionnaires Guest Comments: ajout question RSE		J.Poirot	En cours	mars-15	RSE/QUALITE	ZOO	NB guest comment et traitement des réponses		

	COMMUNAUTÉS ET DÉVELOPPEMENT LOCAL	4. Participer au développement social, culturel et économique de nos territoires d'implantation	4.1. Nous privilégions les producteurs locaux, gage de richesse patrimoniale de notre territoire.	Création de richesses et de revenus	30% de fournisseurs locaux	Politique et charte d'achat responsable adoptées par chaque établissement et suivi par chaque référent	Politique et charte d'achat	Référent		avr-15	ACHATS		
			4.2. Nous nous engageons au côté de partenaires dans des projets durables en relation avec les valeurs que nous défendons.	Création de richesses et de revenus	Un projet global pour tous les hôtels	Pharmacie communautaire au TOGO avec l'association JMAH	Présentation du projet JMAH	J.Poirot	Finalisé	déc-14	RSE	JMAH	Rapport trimestriel de JMAH
				Education et culture	S'investir dans un projet humanitaire ou culturel	S'associer avec un organisme local dans un projet humanitaire ou culturel cohérent avec les activités de l'hôtel et son implantation		Référent		août-15	Référents RSE		Suivi des partenariats entrepris (trimestriel)
				Création d'emploi et développement des compétences									

OETKER COLLECTION REPORTING RESPONSABILITE SOCIETALE 2014 : CONFORMITE AU CADRE DU GLOBAL COMPACT AVIS DE CREDIBILITE ET DE SINCERITE

À l'attention de la Direction générale

À la suite de la demande qui nous a été faite et en notre qualité d'Organisme Tiers Indépendant (OTI) de OETKER COLLECTION, nous vous présentons notre conclusion sur la crédibilité et la sincérité du Reporting Responsabilité Sociétale (RS) 2014 de OETKER COLLECTION ainsi que de la prise en compte des lignes directrices du Global Compact pour l'élaboration de ce Reporting qui tient lieu de Communication on Progress (COP) au sens du Global Compact.

Responsabilité de OETKER COLLECTION

Il appartient à la Direction générale de OETKER COLLECTION de rendre compte de son engagement RS en présentant tous les éléments utiles d'information relatifs au profil de son organisation, à sa politique RS, à son approche managériale ainsi qu'à ses indicateurs de performance.

Indépendance et système de management de la qualité

Notre indépendance en tant qu'organisme tiers vérificateur de reporting RS est définie par les textes réglementaires français, par notre charte éthique, et par les dispositions prévues dans la norme internationale ISO 17020. RSE France est accrédité par le Cofrac sous le n°3-1051 (portée disponible sur www.cofrac.fr) pour conduire des missions de vérification des informations RSE établies en application des dispositions de l'article L. 225-102-1 du Code de commerce. En conséquence, nous avons mis en place un système de management de la qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer la conformité avec nos règles déontologiques, les textes légaux et réglementaires français applicables en matière de vérification du reporting RSE et la norme ISO 17020.

Responsabilité de l'Organisme Tiers Indépendant

Il nous appartient, sur la base de nos travaux :

- d'attester que les éléments d'informations requis par le Global Compact sont présents dans le Reporting RS 2014 ou font l'objet, en cas de présentation partielle ou d'omission d'un élément d'information, d'une explication et, le cas échéant, d'un engagement à présenter cet élément d'information dans un délai raisonnable ;
- d'exprimer un avis sur le fait que les éléments d'information présentés et la sélection globale du contenu du Reporting RS 2014 rendent compte, de manière fiable et équilibrée, de la performance de OETKER COLLECTION en matière de responsabilité sociétale.
- D'analyser les processus de collecte et de consolidation des informations qualitatives et quantitatives et de procéder, le cas échéant, à des tests de détails permettant de vérifier la sincérité des assertions et la fiabilité des indicateurs chiffrés.

Diligences mises en œuvre

Nous avons apprécié le caractère approprié du Reporting RS 2014 au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa neutralité, sa clarté et sa fiabilité. Nous avons tenu compte des avis exprimés dans le diagnostic que nous avons établi en 2013 en référence à la norme ISO 26000. Ce diagnostic a permis d'une part, d'identifier les champs d'action pertinents pour OETKER COLLECTION dans l'exercice de sa responsabilité sociétale, d'autre part, sur chacun de ces champs, de mettre en exergue les points forts de l'engagement RS de OETKER COLLECTION ainsi que les zones de risques dans lesquelles l'engagement devait être renforcé. Le périmètre du diagnostic a couvert deux des cinq hôtels alors membres de OETKER COLLECTION (neuf hôtels aujourd'hui) : l'Hôtel du Cap Eden Roc et le Château Saint-Martin. Nous avons conduit 20 entretiens individuels avec les principaux responsables des 2 établissements et 2 entretiens collectifs avec des membres du personnel de l'Hôtel du Cap Eden Roc et les représentants du personnel du Château saint Martin.

Nous avons vérifié que OETKER COLLECTION a mis en place un processus de collecte, de compilation, de traitement et de contrôle visant à l'exhaustivité et à la cohérence des Informations au regard du cadre de la GRI. Au niveau de l'entité consolidante, nous avons mené des entretiens auprès des personnes responsables du reporting RS afin de vérifier, sur la base de sondages et d'analyse de documents, l'application des règles méthodologiques précisant le contenu attendu du reporting, les périmètres, périodes et méthodologies des indicateurs quantitatifs, et les supports de reporting utilisés.

Nous avons sélectionné les informations qui nous paraissent les plus significatives en termes d'impacts au regard des activités et des implantations de OETKER COLLECTION. Ces informations sont liées aux problématiques : effectifs, rémunération, embauches/licenciements, santé/sécurité, formation, handicap, consommation d'énergie, déchets, émissions de GES, achats durables, biodiversité, satisfaction clients. Pour les d'indicateurs que nous avons considéré les plus importants⁽¹⁾ nous avons mis en œuvre des tests de détail sur la base d'échantillonnages. Le périmètre englobant trois établissements, l'Hôtel du Cap Eden Roc, le Château Saint-Martin et l'Apogée, le taux de couverture de la valeur consolidée des indicateurs chiffrés, établi à partir des effectifs, ressort à environ 27%. Par conséquent, notre avis est assorti d'une assurance limitée. Une assurance plus importante aurait nécessité des diligences supplémentaires. Nous n'avons pas relevé d'anomalie significative susceptible de remettre en cause la fiabilité et la sincérité des informations contenues dans le Reporting RS 2014 de OETKER COLLECTION.

Sans remettre en cause notre conclusion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur la nécessité pour le prochain exercice :

- d'engager des travaux de formalisation, d'harmonisation et d'appropriation des procédures de collecte et de consolidation des informations sur l'ensemble du périmètre de OETKER COLLECTION,
- de mobiliser le dispositif de contrôle interne pour vérifier la bonne compréhension et application de ces procédures.

Nous tenons à souligner que, du fait des limites inhérentes à la vérification, ainsi que de celles inhérentes au fonctionnement de tout système de reporting et de contrôle interne associé, le risque de non-détection d'une anomalie significative ne peut être totalement éliminé. Pour les mêmes raisons, nous ne pouvons pas donner l'assurance que toutes les déficiences majeures dans le système de reporting auront pu être identifiées.

Analyse de la COP (Communication on Progress) de OETKER COLLECTION au regard des lignes directrices du Global Compact

OETKER COLLECTION est devenu adhérent au Global Compact en 2014. Nous avons comparé les Informations présentées dans le Reporting RSO 2014 avec celles requises pour la conformité au cadre du Global Compact Advanced. Les conclusions de nos travaux sont présentées ci-dessous.

Questions préliminaires

La COP contient-elle, si pertinent, une description de politiques et de pratiques liées aux opérations de l'entreprise dans des zones à haut risque et/ou affectées par un conflit ?

Non

Comment l'exactitude et le périmètre des informations dans la COP est-elle évaluée par un tiers crédible ?

Le Reporting 2014 a été vérifié par RSE France qui dispose d'une large expertise dans le domaine de l'évaluation du reporting RSE au regard des grands référentiels internationaux. RSE France est accrédité en France par le Cofrac sous le n°3-1051 (portée disponible sur www.cofrac.fr) pour la conduite des missions réglementaires de vérification du reporting extra-financier en application des dispositions de l'article L. 225-102-1 du Code de commerce.

La COP intègre-t-elle de hauts standards de transparence et divulgation ?

La COP (voir profil du rapport section I 5) est construite selon les recommandations de la GRI dans sa version 4 (option « critères essentiels») sans nécessairement rechercher une conformité totale. Elle fournit des informations sur le profil et le contexte opérationnel de l'entreprise.

Implanter les 10 principes dans les stratégies et opérations

La COP décrit l'intégration dans les fonctions stratégiques et les unités opérationnelles

La COP indique que la stratégie RSE/DD a été approfondie en 2014 en s'appuyant notamment sur un diagnostic conduit fin 2013 dans 2 établissements mesurant l'engagement de l'entreprise au regard des questions centrales et des champs d'action pertinents de l'ISO 26000. Ce diagnostic a permis de mettre en lumière le caractère transversal de la politique RSE et la nécessité d'impliquer les dirigeants et l'ensemble des responsables opérationnels. La COP précise que chaque Hôtel a nommé un coordinateur RSE correspondant du responsable RSE de OETKER COLLECTION. La COP évoque également l'implication des équipes de chaque Hôtel autour d'un projet lié au Développement Durable. Les « Team RSE », comités de personnes volontaires et sensibles à cette thématique ont été créés à cet effet.

La COP décrit la mise en œuvre dans la chaîne de valeur

La COP montre clairement l'importance de la chaîne de valeur dans la stratégie et les pratiques managériales de OETKER COLLECTION. Deux des quatre objectifs de la politique RSE 2015 lui sont consacrés. Les politiques et attentes envers les fournisseurs et les autres partenaires professionnels sont définies dans un référentiel décrivant les procédures à suivre en matière d'achats durables et communiquées aux fournisseurs et partenaires professionnels. Une part significative des dépenses est réalisée avec des fournisseurs ayant signé la charte achat durable et responsable. La volonté de privilégier des producteurs locaux est particulièrement affirmée et fait l'objet d'un suivi de la performance.

La COP décrit des engagements, stratégies ou politiques précis dans le domaine des Droits de l'homme

La COP inclut le respect des normes internationales de comportement promues par des institutions internationales légitimes (ONU, OIT, OCDE...) dans une exigence globale d'éthique et d'intégrité. Le respect des Droits de l'homme, en liaison avec l'optimisation des conditions de travail, est un des quatre grands axes de l'engagement RSE de OETKER COLLECTION. Une charte éthique connue de tous les collaborateurs (jointe au contrat de travail) met notamment l'accent sur le droit au respect et à la dignité humaine et le refus de toute forme de discrimination.

La COP décrit les systèmes de management en place pour intégrer les principes des Droits de l'homme

La COP décrit les dispositifs en place pour mettre en œuvre la politique dans le domaine des Droits de l'homme, notamment un mécanisme de plainte. La charte éthique permet une sensibilisation de tous les collaborateurs sur ce sujet.

La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés aux droits de l'homme

La COP fournit des indicateurs qui permettent de contrôler et évaluer la performance dans le domaine des Droits de l'homme.

La COP formule des engagements, stratégies ou politiques précis dans le domaine des normes du travail

La COP inclut le respect des normes internationales de comportement promues par des institutions internationales légitimes (ONU, OIT, OCDE...) dans une exigence globale d'éthique et d'intégrité. L'optimisation des conditions de travail, en liaison avec le respect des Droits de l'homme, est un des quatre grands axes de l'engagement RSE de OETKER COLLECTION.

La COP décrit les systèmes de management en place pour intégrer les principes relatifs au travail

La COP évoque plusieurs dispositifs en place concernant la politique de rémunération, la restauration d'entreprise, la protection sociale, la santé et sécurité au travail, l'entretien annuel d'évaluation, la gestion prévisionnelle des compétences, la formation, et le dialogue social. Ces dispositifs sont autant de leviers importants de prise en compte des normes internationales de comportement liées au travail.

La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés aux normes du travail

La COP fournit des indicateurs qui permettent de contrôler et évaluer la performance dans le domaine de la qualité de vie au travail sur chacun des dispositifs mis en place et plus globalement en termes d'appréciation par le personnel à travers les résultats du baromètre annuel de climat social « Opinion survey ».

La COP formule des engagements, stratégies ou politiques précis dans le domaine du respect de l'environnement

La COP précise l'engagement de OETKER COLLECTION en matière d'environnement, décliné sur deux axes jugés les plus pertinents au regard des impacts identifiés : la réduction des consommations et la préservation de l'environnement. La volonté exprimée est de suivre toutes les avancées en matière de réglementation et de les dépasser chaque fois que c'est possible. Les contrats avec les fournisseurs incluent des clauses environnementales. Des objectifs d'amélioration sont fixés.

La COP décrit les systèmes de management en place pour intégrer les principes relatifs à la gestion de l'environnement

La COP décrit les systèmes innovants en place pour réduire la consommation d'énergie et d'eau. Le souci de la biodiversité est particulièrement affirmé chez l'Hôtel du Cap Eden-Roc situé sur le Cap d'Antibes qui possède une propriété d'environ 8 hectares proche d'une zone classée Natura 2000 et chez Fregate Island Private. Le système de management environnemental de l'Hôtel du Cap Eden-Roc et du Château Saint-Martin sont certifiés par GreenGlobe, celui de Namaskar par Clef Verte (1^{er} palace à l'obtenir au Maroc). La certification garantit notamment que les systèmes ont été mis en place suite à une analyse préalable des impacts, que des responsables sont désignés et qu'une sensibilisation des personnels est effectuée.

La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés à la gestion durable de l'environnement

La certification garantit notamment que les systèmes de management environnemental concernés font l'objet d'audits réguliers, internes et externes et que des revues de direction apprécient l'efficacité de ces systèmes. Des voies de progrès sont identifiées.

La COP formule des engagements, stratégies ou politiques précis dans le domaine de l'anti-corruption

La COP formule un engagement fort en matière d'éthique et d'intégrité visant une tolérance-zéro en matière de corruption. Un Code Ethique des Affaires est en vigueur pour l'Hôtel du Cap-Eden-Roc, le Château Saint-Martin & Spa et l'Apogée Courchevel. Il sera décliné sur l'ensemble de OETKER COLLECTION en 2015.

La COP décrit les systèmes de management en place pour intégrer les principes relatifs à la lutte contre la corruption

La COP montre la volonté de la direction de lutter contre la corruption. Des responsabilités sont attribuées. Les employés ont été sensibilisés.

La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés à l'anti-corruption

Le service achats et tous les acheteurs ont été sensibilisés à la thématique de la corruption par rapport aux fournisseurs. Dans chacun des hôtels, le comité exécutif revoit régulièrement les politiques anti-corruption afin de contrôler leur application et d'améliorer les résultats.

Agir pour soutenir les objectifs plus larges des Nations-Unies

La COP décrit les contributions du cœur de métier aux objectifs et problématiques plus larges de l'ONU

La COP insiste sur le fait que l'engagement de OETKER COLLECTION en faveur d'une Responsabilité Sociétale contribuant au Développement Durable ne se résume pas à une simple posture mais est en lien direct avec son modèle économique et sa stratégie. L'ensemble des éléments décrits dans la COP permet de comprendre en quoi c'est un levier stratégique et de conduite du changement et comment il est assimilé et approprié par l'ensemble des collaborateurs.

La COP décrit des investissements stratégiques sociaux et de philanthropie

La COP donne de nombreux exemples d'investissements sociaux et de contributions philanthropiques liés au cœur de métier ou au contexte opérationnel de l'entreprise

La COP décrit une prise de position et un engagement en matière de politique publique

L'adhésion au Global Compact en 2014 manifeste la volonté de OETKER COLLECTION de solenniser son engagement en faveur des objectifs de développement Durable promus par l'ONU.

La COP décrit des partenariats et une action collective

La COP met en lumière deux leviers essentiels de partenariats et d'action collective. Le premier porte sur les actions menées en collaboration avec les acteurs territoriaux publics ou privés. Le second concerne l'action engagée par OETKER COLLECTION dans sa sphère d'influence au travers de sa politique d'achats durables et responsables.

La COP décrit l'engagement du Président et de la direction

La COP débute par un engagement public explicite du Président qui démontre un leadership personnel concernant le développement durable et l'engagement envers le Global Compact. Le Président mène l'équipe de direction exécutive dans la conception de la stratégie de développement durable, définissant les buts et surveillant leur mise en œuvre, notamment par le biais d'un audit interne mené par la responsable RSE sur l'ensemble de la Collection.

La COP décrit l'adoption par le Conseil d'administration et la surveillance

La OETKER COLLECTION ne constituant pas une entité juridique, elle n'a pas à proprement parler de Conseil d'administration. Pour autant, il existe un organe de gouvernance, présidé par Franck Marrenbach, qui joue ce rôle et assume la responsabilité et la surveillance de la stratégie et de la performance long terme de la RSE. Cet organe de surveillance, qui a confié à Philippe Perd le déploiement et le suivi de la politique RSE, approuve également le reporting formel en matière de RSE (Communication sur le Progrès).

La COP décrit l'implication des parties prenantes

La COP évoque le diagnostic réalisé fin 2013 qui a permis de recenser les impacts potentiels de OETKER COLLECTION sur ses parties prenantes internes et externes. Suite à ce diagnostic, il est apparu que si le dialogue social permettait une implication des parties prenantes internes, la concertation avec les parties prenantes externes demandait à être mieux structuré. Un chantier a été ouvert dont la COP rend compte en présentant une cartographie des parties prenantes établissant les priorités en termes de dialogue et concertation.

Evaluation de la prise en compte des critères du Global Compact pour rédiger la COP

Sur la base de nos travaux, nous n'avons pas relevé de manquement significatif au regard des critères formulés par le Global Compact pour rédiger une COP.

Conclusion générale

De façon globale et au vu de l'ensemble de nos travaux, la démarche de Responsabilité Sociétale de OETKER COLLECTION nous est apparue pertinente au regard de l'implication de ses dirigeants, de la prise en compte des parties prenantes, de la pertinence des engagements formalisés et de la cohérence des initiatives engagées. Son efficacité semble satisfaisante à ce stade. Pour autant, cette conclusion devra être confirmée dès l'an prochain lorsque la démarche aura été pleinement déployée sur l'ensemble du périmètre de OETKER COLLECTION.

Paris, le 13 mars 2015

Gérard SCHOUN

- (1) Chartes d'achats responsables signées, taux de fournisseurs suivis, dispositif Pacôme recyclage, émissions de GES HDCER, balanced scorecard HDCER, LQA HDCER/CSM, réclamations, versements JMAH, bilan consommations Netseenergy HDCER, consommation eau HDCER, rapport LPO PACA, rémunérations, pourcentage de femmes dans le collège AM (quid cadres), embauches, licenciements-révocations-mises en inactivité d'office, accidents mortels, accidents du travail, taux de fréquence, taux de gravité, nombre d'heures de formation, nombre d'accords collectifs signés dans l'année, nombre d'employés en situation de handicaps embauchés, nombre d'employés en situation de handicap, taux de satisfaction salariés.