



COMMUNICATION SUR LE PROGRÈS 2014



AGENCE CONSEIL EN COMMUNICATION (PLUS) RESPONSABLE

PRÉSENTATION DU GLOBAL COMPACT

Les entreprises signataires du Global Compact s'engagent à aligner leurs opérations et stratégies sur dix principes universels regroupés en quatre thèmes :

L'ENVIRONNEMENT

**LES DROITS
DE L'HOMME**

**LES NORMES
DU TRAVAIL**

**LA LUTTE CONTRE
LA CORRUPTION**

Le Global Compact, principale initiative mondiale d'entreprises citoyennes regroupe aujourd'hui des milliers de participants répartis dans plus de 100 pays. Il a pour objectif principal de promouvoir la légitimité sociale des entreprises et des marchés. Adhérer au Global Compact, c'est partager la conviction que des pratiques commerciales contribuent à l'émergence d'un marché mondial plus stable, plus équitable et plus ouvert pour des sociétés prospères et dynamiques.

LE PACTE MONDIAL EST...

Un engagement volontaire à promouvoir le développement durable et la responsabilité sociale des entreprises et êtres humains qui les composent.

Un ensemble de valeurs fondées sur des principes universellement acceptés.

Un réseau d'entreprises et d'autres parties prenantes qui collaborent dans ce sens.

Un forum d'apprentissage et d'échanges de données d'expérience.

LE PACTE MONDIAL N'EST PAS...

Juridiquement contraignant.

Un moyen de surveiller et de contrôler les entreprises.

Une norme, un système de gestion, ni un code de conduite.

Un organe de réglementation, ni une agence de relations publiques.



EN ADHÉRANT AU PACTE MONDIAL, L'ENTREPRISE PROCLAME PUBLIQUEMENT SON ATTACHEMENT AUX DIX PRINCIPES UNIVERSELS DE L'INITIATIVE ET, À CE TITRE, S'ENGAGE :

1

à prendre des mesures pour modifier la façon dont elle opère afin que le Pacte Mondial et ses principes s'intègrent à son mode d'administration, à sa stratégie, à sa culture et à ses activités quotidiennes ;

2

à décrire dans notre présente communication sur le progrès la manière dont nous appliquons le Pacte Mondial et ses principes ;

3

à faire campagne en faveur du Pacte Mondial et de ses principes, par le biais de son engagement dans la campagne du CLUB ADVANCED.

2

LES 10 PRINCIPES DU PACTE MONDIAL

DROITS DE L'HOMME

- ❶ 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 ; [en savoir plus](#)
- ❷ à veiller à ce que leurs filiales ne se rendent pas complices de violations des droits de l'homme. [en savoir plus](#)

4 THÈMES 10 PRINCIPES

DROIT DU TRAVAIL

- ❸ Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective ;
- ❹ l'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire ;
- ❺ l'abolition effective du travail des enfants ;
- ❻ l'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession.

ENVIRONNEMENT

- ❼ Les entreprises sont invitées à appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant l'environnement ;
- ❽ à entreprendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement ;
- ❾ à favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement.

LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

- ❿ Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin. [en savoir plus](#)

QUESTIONS PRELIMINAIRES

1

Votre COP contient-elle une description de politiques et de pratiques liées aux opérations de votre entreprise dans des zones à haut risque et/ou affectées par un conflit ?

Non. Nos activités n'interviennent aucunement dans des zones à haut risque et/ou affectées par un conflit.

2

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

Dans une démarche d'amélioration continue de notre stratégie RSE, l'ensemble de nos actions est désormais audité par Ecocert suivant [le référentiel de la norme ISO 26 000](#). Cet audit effectué sur l'exercice 2014 sera reconduit chaque année jusqu'en 2017. Depuis 2008 nous effectuons un bilan carbone de nos activités, celui-ci sera également vérifié par Ecocert en 2015 dans le cadre d'une [certification Engagement Climat](#). Enfin, nous poursuivons notre démarche volontaire vers la norme [ISO 14001 adaptée aux PME du tertiaire à travers la certification ENVOL](#), auditée par l'AFNOR Certification.

3

Votre COP intègre-t-elle un des hauts standards de transparence et divulgation suivant : Lignes directrices du GRI ?

Les lignes directrices suivies sont celles de l'ISO 26 000, elles incluent donc le niveau B du GRI et fournissent des informations sur le profil et le contexte opérationnel de l'entreprise, notamment à travers le Guide GRI et ISO 26 000. Le Guide d'utilisation de l'ISO 26 000 pour le secteur de la communication sert de référentiel pour fournir des informations propres au contexte opérationnel du secteur de la communication.

4

SOMMAIRE

LETTRE D'ENGAGEMENT	P.07
INTRODUCTION.....	P.08
PRÉAMBULE.....	P.10
I • IMPLANTER LES DIX PRINCIPES DANS LA STRATÉGIE ET LES OPÉRATIONS.....	P.11
II • IMPLANTER LES 10 PRINCIPES DANS LA STRATÉGIE ET LES OPÉRATIONS AU REGARD DES DROITS DE L'HOMME.....	P.13
III • IMPLANTER LES 10 PRINCIPES DANS LA STRATÉGIE ET LES OPÉRATIONS CONCERNANT LES NORMES INTERNATIONALES DU TRAVAIL.....	P.14
IV • IMPLANTER LES 10 PRINCIPES DANS LA STRATÉGIE ET LES OPÉRATIONS CONCERNANT LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT.....	P.15
V • IMPLANTER LES 10 PRINCIPES DANS LA STRATÉGIE ET LES OPÉRATIONS AU REGARD DE LA LUTTE CONTRE LA CORRUPTION.....	P.16
VI • AGIR POUR SOUTENIR LES OBJECTIFS PLUS LARGES DES NATIONS UNIES.....	P.17
VII • GOUVERNANCE ET LEADERSHIP DE LA RSE.....	P.18



LETTRE D'ENGAGEMENT

Boulogne-Billancourt, le 28 avril 2015

Monsieur le Secrétaire général,

Par cette lettre, je suis heureux de vous confirmer que l'entreprise Sidièse renouvelle ses engagements à soutenir les dix principes du Pacte Mondial des Nations Unies concernant les droits de l'homme, le droit du travail, la protection de l'environnement et la lutte contre la corruption. Nous vous exprimons de plus notre volonté de faire progresser ces principes dans notre domaine d'influence et nous nous engageons à les intégrer dans la stratégie de notre entreprise, sa culture commerciale et ses modes opératoires.

Nous nous engageons également à faire une déclaration claire et publique sur ce sujet et à en informer nos employés, nos partenaires commerciaux et nos clients. Dans notre logique de responsabilité et de transparence, nous rendons publics les résultats de nos actions en faveur de la bonne application des dix principes du Pacte Mondial grâce à notre Communication sur le Progrès que nous rédigeons chaque année.

Vous trouverez, ici, notre Communication sur le Progrès niveau Advanced. Nous nous sommes pliés à l'exercice de ce format qui, je l'espère, mettra en lumière les efforts portés par l'équipe pour faire avancer les bonnes pratiques sociales et environnementales dans nos activités.

Bien respectueusement,

Gildas BONNEL
Président



INTRODUCTION


Cette nouvelle Communication sur le Progrès offre l'occasion de structurer et valoriser les bonnes pratiques de l'agence et de faire connaître les progrès réalisés.

Quand on débute une démarche RSE dans une PME comme Sidièse et que l'on se plie à des exercices d'audit et de formalisation, on craint le gaspillage de temps et de moyens, l'aspect extrêmement contraint d'une COP ajouté à la forme peu attractive des indicateurs laissant présager le pire... Pourtant, il nous apparaît aujourd'hui comme certain que cet exercice annuel reflète la performance globale de l'entreprise et sert sa dynamique.

Nous l'avons dit, toute entreprise, grande ou petite, trouve sa vitalité dans la conscience partagée d'une histoire, voire d'une « aventure » commune. Chaque collaborateur doit y trouver ses repères et forger avec les autres cette culture socle. Sidièse est une agence de communication dédiée aux enjeux de mutations du monde et de la société. Et notre adhésion au Global Compact nourrit nos réflexions...

Nous sommes fiers chez Sidièse de travailler à l'amélioration de nos pratiques métier et d'intégrer une culture de responsabilité. Notre adhésion au Global Compact Advanced en est un pilier aujourd'hui fondamental.

Nicolas PERDRIX
Directeur Général



COMMUNICATION SUR LE PROGRÈS 2014

**LA RESPONSABILITE SOCIALE
DE L'AGENCE SIDIESE S'INSCRIT
DANS LES PRINCIPES
DU PACTE MONDIAL DE L'ONU**

LE 18 MARS 2009.

**CE JOUR LA, SIDIÈSE A REJOINT LES 1000 ENTREPRISES
FRANÇAISES SIGNATAIRES, PARMI LES 4000 ENTREPRISES
ADHÉRENTES RÉPARTIES DANS 100 PAYS.**

**CET ENGAGEMENT A CLAIREMENT CONTRIBUE A
LA MODIFICATION SUBSTANCIELLE DE NOTRE ACTIVITE.**

**EN JUIN 2013, CE CHANGEMENT S'EST ACCELERE
AVEC L'ENGAGEMENT DE L'AGENCE AU NIVEAU ADVANCED
DE SA COMMUNICATION SUR LE PROGRES.**

**EN JUIN 2015, PLUS QUE JAMAIS,
CETTE DEUXIEME ÉDITION DE NOTRE COP ADVANCED
OFFRE L'OPPORTUNITE DE PARTAGER AVEC LE PLUS
GRAND NOMBRE LES MESURES MISES EN PLACE.**

PRÉAMBULE : SPÉCIFICITÉS SECTORIELLES, ADAPTATION ET VÉRIFICATION DES 10 PRINCIPES

Au cours des années, Sidièse a intégré les enjeux du développement durable dans sa culture et ses pratiques métier. La publication annuelle de notre COP (depuis deux ans maintenant au niveau Advanced) participe de cette intégration. Notre implication auprès du Global Compact France, et notamment à travers son Club Advanced nous a donné envie d'aller encore plus loin mais surtout de partager avec le plus grand nombre les leviers de croissance pérenne qu'offre la RSE pour une entreprise comme la nôtre.

N'exerçant nos activités que sur le territoire français dont les réglementations imposent le respect des Droits de l'homme, des normes du travail, du respect de l'environnement et de la lutte contre la corruption ; c'est grâce au contact d'autres entreprises internationales que nous avons alors appris notre responsabilité élargie sur ce sujet, et ce en suivant 3 axes :

1

L'importance d'une démarche visée par des tiers afin de formaliser :
nos fondamentaux déontologiques.

Le dialogue avec nos clients et fournisseurs.

Le dialogue avec nos collaborateurs.

2

L'innovation-métier à travers ces démarches :
promotion d'offres de services écologiques en face à face.

Organisation de réunions d'information des particuliers à leurs domiciles.

Ateliers de co-construction de récits RSE.

3

L'engagement d'aller pousser toujours plus loin les messages autour de l'enjeu climatique :

en associant la communication aux démarches universitaires en cours.

En organisant des rassemblements autour des clés donnant une suite positive à l'histoire.

En participant à la conception du projet [Place To B.](#)

I

IMPLANTER LES 10 PRINCIPES DANS LA STRATÉGIE ET LES OPÉRATIONS



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



1. LA RESPONSABILITÉ DES MESSAGES :

En impliquant les parties prenantes dans le discours des marques et des entreprises, nous rebâtissons des modes de communication plus sincères et plus transparentes et contribuons à l'émergence d'une nouvelle culture marketing. L'agence a formalisé et poursuivi en 2014 le plan de formation à la communication responsable de l'ensemble de ses collaborateurs. Celui-ci se compose de 3 modules pour tous les nouveaux collaborateurs sur ce sujet.

Toutes les semaines, lors de la réunion de planning à laquelle participent l'ensemble des collaborateurs, un point d'actualité développement durable - la minute DD - est réservée au partage d'informations sur l'actualité du développement durable : culture générale (consommation responsable, innovations sociales, avancées réglementaires...), informations sectorielles, bonnes pratiques...

2. LA GOUVERNANCE :

En structurant notre réseau de parties prenantes externes, nous tissons un réseau d'alliés pour nous maintenir en éveil permanent nous ouvrant des voies d'innovation au service de nos clients (Entrepreneurs d'Avenir, IME, Conspirateurs Positifs...).

3. L'ÉCO-COMMUNICATION :

Ce n'est pas parce que nous sommes une PME du tertiaire que nous ne devons pas mesurer l'impact environnemental de nos activités. Certes, l'exercice est différent de celui d'une entreprise industrielle, mais le travail d'auto-analyse n'en est pas moins très utile. Depuis notre premier bilan carbone en 2008, nous avons mis en place des actions de diminution de nos impacts environnementaux. Cette stratégie s'est vue renforcée en 2013 par la démarche ENVOL (AFNOR) et en 2015 par notre ENGAGEMENT CLIMAT (ECOCERT).

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

L'essentiel de la chaîne de valeur de l'agence Sidièse réside dans la gestion de ses ressources humaines dont la politique se définit sur les axes suivants :



• Intéressement des salariés :

le contrat a été renouvelé et signé en 2014 pour 3 ans par les collaborateurs de l'agence et la Direction.

• **Dialogue social** : un nouveau délégué du personnel et son suppléant ont été élus cette année. Leur travail a déjà contribué à la création d'un comité de déontologie.

• Politique de santé :

une mutuelle complémentaire a été mise en place pour les salariés. Elle a été renouvelée en 2014.

• Politique de recrutement :

Sidièse respecte une politique d'égalité des chances en appliquant un principe de double entretien et de décision collégiale lors des recrutements.

• Politique des stagiaires :

l'agence a mis en place dès son vote la nouvelle loi sur le statut des stagiaires : la revalorisation de leurs indemnités et le quota de 10% sur l'effectif global. Pour les longs stages (plus de 4 mois),

une revalorisation de l'indemnité est effective dès le quatrième mois. Enfin, quand cela est possible, l'agence favorise l'embauche des stagiaires. En 2014, une embauche a été réalisée à la suite d'un stage de six mois.

L'organisation de l'agence amène souvent les équipes à faire appel à des ressources extérieures. Une politique de free-lance a été mise en place afin de garantir la qualité du travail et des relations dans la durée : Invitation aux événements et formations organisés par Sidièse afin de garantir une sensibilisation à l'ensemble des sujets RSE portés et défendus par l'agence.

Enfin, pour améliorer la chaîne de valeur, en 2014 deux actions ont été réalisées :

• Enquête fournisseur :

elle a permis de faire un bilan des politiques RSE mises en place par nos fournisseurs et de leurs démarches de progrès. Le but à long terme étant de construire un cahier des charges précis pour le choix de nos fournisseurs mais aussi d'évaluer et de réduire nos externalités négatives.

• Enquête client :

elle a été réalisée avec un focus tout particulier sur l'identification des valeurs et engagements de l'agence et de sa politique RSE.

II

IMPLANTER LES 10 PRINCIPES DANS LA STRATÉGIE ET LES OPÉRATIONS AU REGARD DES DROITS DE L'HOMME

CRITÈRE 3

**La COP décrit
des engagements stratégiques ou
politiques précis**

année en partenariat avec l'association une conférence sur l'économie de la fonctionnalité.

CRITÈRE 4

**La COP décrit les systèmes
de management pour intégrer les
principes des droits de l'homme**

Sidièse est engagée dans des actions de sensibilisation du grand public :

- **Association Laurette Fugain** : Sidièse accompagne, depuis plus de dix ans, l'association. Cette année encore l'agence a parrainé la campagne de communication et de promotion des JNCL (Journées Nationales Contre la Leucémie). Elle travaille également sur la refonte du site Internet de l'Association. Par ailleurs, l'agence promeut l'association en mobilisant ses collaborateurs lors de journées de collecte de fonds destinés au financement de la recherche médicale contre la leucémie : JNCL et Course des Héros.

CRITÈRE 5

**La COP décrit
les mécanismes de contrôle
et d'évaluation en place**

Une déclaration des engagements est signée et publiée par le Président de l'entreprise chaque année. Elle formalise la vision et les actions concrètes mises en place dans son organisation.



L'implication de la direction sur le thème de la communication responsable participe à lutter contre les messages discriminants ou portant atteinte aux Droits de l'Homme :

- **Gildas Bonnel**, Président de l'agence assure la Présidence de la Commission Durable de l'AACC qui participe à la sensibilisation et l'intégration des enjeux RSE dans l'ensemble des métiers de la communication.

- **Sidièse participe** aux travaux menés par l'OREE et a notamment organisé cette

- **Movember** : en 2014, les collaborateurs de l'agence se sont, une nouvelle fois engagés au profit de l'Association Movember, qui sensibilise au dépistage des cancers dits masculins, et sur la recherche de traitements adaptés.



III

IMPLANTER LES 10 PRINCIPES DANS LA STRATÉGIE ET LES OPÉRATIONS CONCERNANT LES NORMES INTERNATIONALES DU TRAVAIL

CRITÈRE 6

La COP formule des engagements stratégiques ou politiques précis

L'agence Sidièse respecte les Normes Internationales du travail. Elle entend améliorer ses pratiques dans une démarche continue fondée sur le suivi des critères de la norme ISO 26 000 et certifiée par Ecocert en 2015.

Des actions ont été mises en place afin de renforcer et d'intégrer ces normes au quotidien sur différents items :

- **Relation employeur/employé** : des réunions annuelles sont organisées au sein de l'agence afin d'informer les collaborateurs sur les indicateurs économiques, l'évolution de l'entreprise et les orientations stratégiques prises par la Direction. Un temps d'échanges informels est organisé lors de la réunion de planning du lundi matin où l'ensemble de l'agence est présent.

- **Conditions de travail** : Une démarche de « Well Being » a été initiée en 2013 afin de permettre aux collaborateurs de s'échapper un peu et faire redescendre la pression quotidienne. Cette démarche s'est poursuivie et formalisée en 2014, notamment avec la réalisation d'une enquête « Well Being » auprès des collaborateurs. Les résultats ont été transmis à la Direction et ont notamment permis de faire des arbitrages sur l'aménagement des nouveaux locaux :

- déplacement de la Direction dans un bureau séparé,

- installation d'un coin détente,

CRITÈRE 7

La COP décrit les systèmes de management pour intégrer les principes des droits de l'homme

CRITÈRE 8

La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place

- **formalisation d'un droit de sieste...**
Un collaborateur de l'agence est donc en charge du bien-être dans l'entreprise. Néanmoins, chacun est invité à y contribuer.

- **Dialogue social** : les délégués du personnel ont été renouvelés (Cf. : critère 2). Des réunions mensuelles avec la direction sont désormais organisées et font l'objet d'un compte-rendu formalisé.



IV

IMPLANTER LES 10 PRINCIPES DANS LA STRATÉGIE ET LES OPÉRATIONS CONCERNANT LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT



La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place

Les impacts environnementaux ont été mesurés par la démarche ENVOL (jusqu'en 2017).

En 2014, l'agence a souhaité actualiser son bilan carbone par Ecocert et a pris comme objectifs d'être vérifié et certifié suivant le référentiel Engagement Climat d'EcoCert.

En 2008, une politique d'éco-gestes avait été mise en place dans l'agence pour sensibiliser et encourager les collaborateurs. Ils ont été remis à l'ordre du jour et de nouveaux responsables ont été désignés pour les promouvoir.

LES SUJETS PRINCIPAUX SONT :

- **La gestion des déchets et la prévention de la pollution** : une collaboratrice de l'agence a été nommée « responsable déchets » afin d'animer la promotion du tri. De nouvelles poubelles de collecte de piles et de lampes ont été installées. Aujourd'hui, l'agence collecte et valorise : papier, carton, emballages, verre, piles, lampes, CD/DVD, DEEE.

- **Gestion des ressources** : dans un métier qui implique une forte utilisation du papier ; des consignes spécifiques ont été mises en place et rappelées à l'ensemble des collaborateurs. Cela passe par l'impression systématique (sauf cas exceptionnels : présentation client, signature de BAT...) des documents en noir et blanc, et en format recto-verso.



La COP décrit les systèmes de management pour intégrer les principes des droits de l'homme



La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place



- **Compostage de déchets organiques** : l'agence a programmé l'intervention d'un maître composteur afin de sensibiliser les collaborateurs au bon usage du compost pour agrémenter le jardin de l'agence.

V

IMPLANTER LES 10 PRINCIPES DANS LA STRATÉGIE ET LES OPÉRATIONS AU REGARD DE LA LUTTE CONTRE LA CORRUPTION



CRITÈRE 12

La COP formule des engagements stratégiques ou politiques précis

CRITÈRE 14

La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place

CRITÈRE 13

La COP décrit les systèmes de management pour intégrer les principes des droits de l'homme

L'agence Sidièse est clairement engagée dans la lutte contre la corruption. Les comptes sont publiés annuellement et consultables par l'ensemble des parties prenantes.

- **Un comité de déontologie a été créé, après une série de 4 ateliers de co-construction par un groupe de travail rassemblant des membres de la direction, les délégués du personnel et des collaborateurs de l'agence**

volontaires (groupe représentatif de la diversité de l'agence en termes de postes et d'expérience). Ce comité a pour but d'éviter les malentendus sur le choix des clients et des projets qui nous sont confiés. Il fixe une grille d'analyse et facilite l'émergence d'un débat à la demande d'un seul collaborateur. Avant tout, conçu comme un outil de pilotage interne, il définit une méthodologie simple d'utilisation.

- **L'agence applique, vis à vis de l'ensemble de ses parties prenantes, une communication externe engagée sur les thématiques de la protection de l'environnement notamment en favorisant les initiatives et en les relayant sur ses propres réseaux : communiqués de presse, réseaux sociaux, conférences ...**

VI

AGIR POUR SOUTENIR LES OBJECTIFS PLUS LARGES DES NATIONS UNIES



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



**La COP décrit des investissements
stratégiques en matière sociale/
sociétale et philanthropique**



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

**Au delà des actions décrites ci-dessus,
l'agence intègre les principes des
Nations-Unis dans sa responsabilité
sociale par un rayonnement sociétal fort.**

- Son action auprès de l'Association Laurette Fugain traduit l'engagement sociétal de l'agence. En 2014, Sidièse a collecté lors des JNCL environ 1500 euros et lors la Course des Héros environ 3000 euros. Des dons de sang sont également organisés en partenariat avec l'EFS de l'Hôpital Georges Pompidou tous les 3 mois. Environ 8 collaborateurs participent à chaque session sur leur temps du déjeuner.



**La COP décrit des partenariats
et une action collective**

- Sidièse a également participé à la création d'un réseau d'agences européennes spécialisées dans les enjeux RSE : DNS (Do not SMile). Cette année, ce réseau qui se réunit deux fois par an pour partager leurs cas et bonnes pratiques et renforcer leur expertise pour les enjeux environnementaux et sociétaux a accueilli l'agence de communication Myra (Turquie). Aujourd'hui, le réseau regroupe déjà une centaine de consultants et de créatifs.

- Sidièse est partenaire de l'initiative « Place to B », créé par Anne-Sophie Novel (journaliste et blogueuse spécialisée dans les alternatives) et par des acteurs issus des milieux associatifs, journalistiques et de la communication, Place to B est une dynamique inédite pour la COP 21. La vocation de Place to B est de créer des espaces de rencontres et de partage pluridisciplinaire afin de proposer des formats différents d'information et de reportage sur le climat.

- Avec un indice de communication responsable (ICR) de 84.65 (sur 100), l'agence occupe la 6eme position sur les 45 agences françaises classées. Elle se classe au niveau 1, correspondant aux 10 agences ayant un ICR supérieur à 80. L'agence se démarque particulièrement par sa performance sur l'Indice de gestion éco-responsable des supports communicationnels et sur l'indice de collaboration auprès des parties prenantes et de conseil auprès des clients concernant le contenu des messages.

VII GOUVERNANCE ET LEADERSHIP DE LA RSE

CRITÈRE
19

La COP décrit l'engagement du président et de la RSE

L'engagement de l'agence, de sa direction et l'implication des collaborateurs se traduisent par un fort accent mis sur la sensibilisation aux enjeux de la RSE.

INVITATION ENTRENOUS! MERCREDI 16 JUILLET 2014 À 18H30 (SAISON 3)

et Jean-François Julliard

GREENPEACE ET LES ENTREPRISES, COMMENT CONCILIER, INDÉPENDANCE, PRESSION ET INTERACTION ?

Greenpeace... ce mot fait frissonner les puissants du monde politique et industriel. C'est la face la plus visible et médiatique de cette ONG mondiale, relayée par ses actions spectaculaires. Pourtant Greenpeace, indépendante politiquement et financièrement, interagit régulièrement avec le monde entrepreneurial. C'est précisément cette facette de l'association que nous aborderons lors de cette rencontre : dépasser les clichés et venez découvrir l'ONG, Greenpeace et les entreprises : quelles stratégies, quelles tactiques et quels résultats ?

Originaire de Bordeaux, Jean-François Julliard a fait des études de cinéma et de journalisme à Paris. En 1998, il rejoint le secteur associatif en intégrant Reporters sans frontières. Il dirige le bureau Afrique de l'organisation de défense de la liberté de la presse. En 2004, il est nommé directeur de la recherche, puis, secrétaire général adjoint. Il joue un rôle actif dans la campagne pour le boycott de la cérémonie d'ouverture des Jeux olympiques de Pékin 2008, participant notamment à l'action menée à l'Olympie au départ de la flamme. En septembre 2008, il est élu secrétaire général de Reporters sans frontières. Depuis février 2012, Jean-François Julliard assure la direction de Greenpeace France.

LE PROGRAMME : 18H30 : ACCUEIL 19H00 : PRÉSENTATION 20H00 : APÉRITIF

Merci à tous (collaborateurs et invités externes) de confirmer votre venue à Léa Pradat : lpradat@sidiese.com

Sidiese, 49 rue de Billancourt, 92100 Boulogne-Billancourt. Tél.: 01 41 31 78 78 **osidiese GREENPEACE**

• **Entre Nous :** ces apéritifs-débats sont organisés trois à quatre fois par an à l'agence. Ils sont ouverts aux collaborateurs, aux clients, aux free-lances et aux partenaires de l'agence et ont vocation à donner un éclairage spécifique sur un sujet lié au développement durable. Un spécialiste, expert, journaliste est invité à donner son point de vue sur un thème défini. Des échanges avec l'audience sont ensuite organisés. En 2014, l'agence a organisé deux « Entre Nous » et un Apéritif Durable à l'occasion des Journées Portes Ouvertes organisées par l'AACC.

CRITÈRE
20

La COP décrit l'adoption et la mise en œuvre de l'engagement en faveur de la RSE par le Conseil d'Administration ou son équivalence

CRITÈRE
21

La COP décrit l'implication des parties prenantes

• **Événements partenaires avec Guerlain :** en 2014, un événement a été réalisé avec Guerlain sur la thématique de l'homme idéal et de son engagement à l'occasion de la campagne Movember.



• **Événements partenaires avec l'OREE :** en 2014, un événement a été organisé sur le thème de l'économie de la fonctionnalité à la Recyclerie. Une centaine de personnes étaient présentes.

ÉCONOMIE DE LA FONCTIONNALITÉ : Découvrez les secrets de l'intégration d'un nouveau modèle économique durable

CONFÉRENCE DÉBAT

Si les Français continuent par l'usage d'un produit et plus longtemps, les entreprises, les collectivités et les citoyens ont tous intérêt à en tirer parti. Mais comment passer d'un modèle basé sur la possession à un modèle basé sur l'usage ? C'est la question que nous aborderons lors de cette conférence-débat. Elle sera animée par Jean-François Julliard, directeur de la recherche chez Reporters sans frontières, et par Léa Pradat, directrice de la communication chez Sidiese.

LES INTERVENANTS

Christian de Tournay, Directeur Général de l'OREE
Jean-François Julliard, Directeur de la recherche chez Reporters sans frontières
Léa Pradat, Directrice de la communication chez Sidiese

Le programme de cette conférence-débat :
- 18h30 : Accueil et inscription des participants
- 19h00 : Conférence-débat animée par Jean-François Julliard et Léa Pradat
- 20h00 : Apéritif

Les documents de la conférence-débat sont disponibles sur le site www.oree.fr

Prix de la place : 10 € (hors frais de déplacement)

Nombre de places limité - Ce séminaire est gratuit.



• L'initiative « **Deuxième sac** » a été lancée cette année. Elle a pour vocation de sensibiliser tous ceux et celles qui profitent des dons de la nature : les cueilleurs de champignons, les ramasseurs de châtaignes, les pêcheurs de palourdes ou de bigorneaux, les dingues du pissenlit, les timbrés de la pêche à la grenouille... Tous ceux et toutes celles qui goûtent les bois, les plages, les bords de rivières ou guettent au bord des étangs... à prendre toujours un deuxième sac pour ramasser les déchets qui se trouvent dans la nature.



COP 21 : QUEL ACCORD CLIMATIQUE À PARIS ?
DEUX EXPERTS, DEUX AUTEURS POUR PARTAGER LEURS ANJEU

Mardi 24 mars 2015
dans le Grand Amphithéâtre
Université Paris Dauphine

JEAN JOUZEL, climatologue et vice-président du groupe scientifique du Giec,
et
CHRISTIAN DE PERTHUIS, professeur à l'université Paris Dauphine, président de la Chaire Economie du Climat
présenteront leurs analyses et leurs attentes sur la négociation climatique.
Ils répondront aux questions de DOMINIQUE ROUSSET et aux questions des internautes sur Jeunesclimat.

AGENDA
18H00 - Accueil
18H30 - Introduction : Patricia Savin, Présidente d'Orise et Gilles Bonnal, Président de Sidièse
18H45 - Débat
20H00 - Cocktail

INSCRIVEZ-VOUS

La conférence sera suivie d'un cocktail au cours duquel les auteurs présenteront leurs ouvrages.

Un événement **#sidièse** en partenariat avec **Orise** et **DAUPHINE**

#AGENCESIDIÈSE

• Enfin, en cette année 2015 où notre pays accueillera la 21^{ème} conférence des nations sur le climat, Sidièse a renouvelé plus que jamais son ambition de rendre le déficit climatique accessible au plus grand nombre notamment à travers 2 projets forts :

• **l'organisation de la conférence Cop21** : Quel accord climatique à Paris ? Avec Christian De Perthuis et Jean Jouzel le 24 mars dernier à l'Université Paris Dauphine.

• **La contribution bénévole** au projet **Place To B** qui accueillera plus de 600 leaders d'opinions de toute la planète, réunis pour la fabrique d'un récit alternatif de la COP21.





#sidièse

49, rue de Billancourt
92100 Boulogne-Billancourt

Tél. : +33 (0)1 41 31 78 78

Fax : +33 (0)1 41 31 78 79

www.sidiese.com • www.sidieseblog.com