

Paris, le 26 octobre 2015

Je, soussignée Aurélie FELD, en tant que nouvelle dirigeante de CSP m'engage à poursuivre le soutien à l'initiative du Global Compact. De même, je confirme ma volonté de le traduire au quotidien, et de le véhiculer auprès de toutes mes équipes.

Ainsi notre entreprise, par la présente, confirme son intention de renouveler son engagement à respecter les 10 principes de la rubrique « GENERAL » du PACTE MONDIAL.

Malgré une conjoncture économique changeante, il est de notre devoir, en tant qu'entreprise innovante, de respecter notre engagement auprès du « United Global Impact ». Il est, plus que jamais, impératif de renforcer la place de la RSE au sein de la stratégie globale de CSP. Cela se traduit par des initiatives originales de respect du bien-être des salariés au quotidien, et aboutit à un fort sentiment d'appartenance à l'équipe de CSP.

Notre bienveillance à l'égard de l'environnement nous amène sans cesse à revoir nos objectifs à la hausse en termes d'économie d'énergie. C'est avec une pareille exigence que nous choisissons nos partenaires et nos fournisseurs.

Nous veillerons à respecter cette initiative et ses principes dans la continuité.

Aurélie Feld

Directrice Générale

A handwritten signature in dark ink, appearing to be 'A. Feld', written in a cursive style.

***PRINCIPE N°1 ou 2***

***Principes relatifs aux droits de l'homme***

---





## **Ambitions et objectifs :**

Notre société est très soucieuse du respect des droits de l'homme. Notre métier nous amenant à travailler sur l'« humain » dans nos formations, c'est avec une attention toute particulière que nous appréhendons ce sujet.

### **1) Respect des droits de l'homme pour les collaborateurs CSP**

En 2015 les missions de la commission dont l'objectif était la « Sérénité » ont été confiées au comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (ou CHSCT). Mais l'ambition de la politique « Sérénité » reste la même : « travailler sereinement » et dans le respect des droits de chacun.

Les enjeux du CHSCT relatifs au respect des droits de l'homme et de la sérénité des employés nous font attendre les résultats suivants :

- Communication aisée auprès des représentants du personnel.
- Ecoute et remontée régulière.
- Identifier des points d'alertes/points de risques majeurs.
- Véhiculer le respect d'autrui auprès de chacun.

**Un de nos objectifs premier est de donner le maximum de sérénité à tous les acteurs de l'entreprise. Cette sérénité permet une qualité de vie améliorant les services que nous proposons. L'équilibre est primordial.**

## **Réalisations :**

Le plan d'action relatif au respect des droits de l'homme s'est développé en partie à l'occasion du travail d'entreprise sur le « Vivre ensemble » qui a été établi entre février et avril 2015. Plusieurs réalisations sont le résultat de ce travail.

### **1) Respect des droits de l'Homme :**

L'humain et le respect des droits de l'homme ont, clairement, trouvé leur place au sein des valeurs de CSP et font partie intégrante de la mission de l'entreprise depuis avril 2015. Il a été décidé d'afficher explicitement l'importance de l'aspect humain au sein de l'entreprise.




## Mission de CSP

*Accompagner le développement des compétences individuelles et des capacités collectives des organisations en:*

- *Plaçant l'humain au cœur de la performance*
- *Mettant l'émotion au cœur des apprentissages*
- *Répondant au plus près des besoins des clients*
- *S'appuyant sur des modalités et des modes d'intervention innovants*

## Valeurs de CSP

	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Innover</li><li>▪ Penser <b>C</b>lient</li><li>▪ Etre <b>A</b>gile</li><li>▪ <b>R</b>especter les autres (et soi même)</li><li>▪ Agir en <b>E</b>quipe</li></ul>
--	--

### 2) Moments d'échanges informels :

- Afin de favoriser la communication, la connaissance de l'autre et un vivre-ensemble harmonieux, des moments d'échanges informels sont instaurés tous les trimestres. Ils permettent à l'ensemble des salariés de se rencontrer et d'échanger.
- Evènement annuel : de façon plus importante et répondant à un souhait exprimé par les salariés, un événement de type « team building » sous forme de soirée a été mis en place avec les filiales du groupe travaillant dans le même domaine d'activité : la formation. Cela offre de meilleurs échanges inter-salariés.
- La promotion de l'innovation et de l'esprit d'équipe est assurée par le concours « Idéaction », permettant à chacun d'échanger avec d'autres salariés du groupe (y compris à l'étranger). Chacun des 2 000 employés du groupe peut ainsi constituer une équipe (entre deux et quatre participants) autour d'une idée qu'il souhaite mettre en œuvre au sein du groupe. Aucun thème n'est défini à l'avance, et seul compte l'innovation et la créativité. Deux journées permettront ensuite aux candidats dont les idées ont été sélectionnées, de se



retrouver afin d'échanger et d'aboutir à un produit exploitable par le groupe. Enfin, le concours interne se clôturera sur un après-midi de team-building et sur une soirée festive.

### 3) Reconnaissance par la direction des investissements de chacun :

La direction a souhaité remercier, sous forme de chèques cadeaux d'une valeur de 100€, ses salariés pour leur bon travail depuis janvier 2015.

## Résultats

- En moyenne, 60% des employés participent aux événements de l'entreprise
- De meilleurs échanges et un nombre de réclamations au CHSCT en baisse.
- 53 idées ont été proposées par les salariés CSP au concours « Idéaction ». Au total, ce sont 38 personnes qui ont directement participé à cet événement. Cela représente le meilleur ratio nombre d'idées proposées par la filiale/effectif de la filiale.

## Actions à venir :

- 1) Le projet « Vis ma vie » présenté en avril 2015, avec une mise en place prévue en 2016 :

Cette opération a pour but de mieux comprendre les tâches et les enjeux du métier de chacun dans l'entreprise en permettant un échange de rôles.

Objectifs :

- Favoriser la compréhension et le vivre-ensemble.
- Encourager la solidarité.

En quoi consiste ce projet ?

Un jour par mois : devenir l'adjoint d'un collègue appartenant à un autre périmètre pour mieux se comprendre de manière constructive (entraide).

Ce projet s'accompagne d'initiatives plus locales.

- Inviter chacun, systématiquement, lors de réunions d'équipe à formuler ce qu'il aime/n'aime pas dans son travail pour permettre aux membres de CSP d'ajuster leurs souhaits et de jouer en transparence sur les complémentarités (compétences, motivation) des uns et des autres.
- Dans le même esprit, remettre à l'ordre du jour des réunions d'équipes, des objectifs d'équilibre « vie personnelle » (où lorsque l'un des équipiers a du mal à tenir cet objectif, les autres lui proposent des solutions).
- 2/3 des économies réalisées sur les impressions en interne seront reversés pour améliorer le bien-être des salariés.
- Mise en place d'un Noël des enfants pour 2016 afin de donner à tous les salariés la possibilité de fêter la fin d'année en toute convivialité.
- Achat d'un baby-foot en 2016 à l'attention des employés afin de favoriser l'esprit d'équipe.



## 2) Respects des droits de l'homme pour nos clients et nos fournisseurs :

CSP, dans sa volonté de respecter ce point, veille régulièrement à ne pas se rendre complice de violations des droits de l'homme chez ses fournisseurs comme chez ses clients.

## ***PRINCIPE N°6***

***L'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession***

---







## **Ambition et objectifs :**

Notre entreprise a la volonté de maintenir une forte diversité en matière d'âge, de religion, ou encore d'origine ethnique.

Les recrutements et les changements de direction sont l'occasion de renforcer la parité et l'égalité en matière d'emploi. Les embauches en cours contribuent également à ce phénomène de parité et de diversité.

**La diversité au sein de CSP a été renforcée, tant sur des critères de sexe, d'âge, d'origine ethnique, de religion, d'orientation sexuelle que de handicap.**

**Nos locaux, depuis 2013, sont accessibles aux personnes en situation de handicap.**

## **Réalisations :**

Notre plan d'action a été construit autour de 3 grands axes :

### **1) Poursuite de la sensibilisation des managers :**

- A l'embauche sans discrimination de sexe, d'âge et de religion notamment.
- A la promotion sans considération de sexe, d'âge et de religion notamment.
- A la délégation de missions de façon objective.
- A la gestion des équipes pour faciliter l'intégration des nouveaux personnels ; un travail d'intégration a été réalisé avec un retro planning pour toutes les actions à réaliser.
- Sensibilisation et formation des managers sur le handicap et l'accueil des personnes en situation de handicap.

### **2) Organisation :**

- Création de passerelles entre les différents types de fonctions et de métiers dans l'entreprise ; promotion interne pour les postes à responsabilité managériale.
- Nomination de personnes de sexe féminin, à des postes à responsabilité.
- Possibilité de travailler à distance ou à temps partiel, permettant de concilier vie professionnelle et vie personnelle.
- Aménagements de temps de travail facilitant la pratique religieuse.
- Maintien de la DUP (Délégation Unique du Personnel).
- Des locaux labellisés : Société Handi Accueillante.

### **3) Embauches et intégration :**

- Choix d'embauches dans la diversité.
- Maintien d'un processus d'intégration.
- Nomination d'un parrain ou d'une marraine à chaque embauché, dont la mission consiste à épauler l'arrivant sur le plan de la communication, du comportement et des process. C'est un facilitateur.





## Résultats :

### 1) En 2015, la société compte 65 salariés contre 48 en 2006 :

La direction est assurée depuis Janvier 2015 par une femme Aurélie FELD.

- Le comité de direction est composé depuis 2015
  - Dans sa forme restreinte, de 5 personnes : dont 4 femmes et 2 parmi elles ont moins de 45 ans.
  - Dans sa forme élargie, le comité de direction est composé de 9 personnes dont 5 femmes.
- Passage de 0 à 7 administratifs / commerciaux / marketeurs, issus de la diversité ethnique.
- Modification de la pyramide des âges de la société, avec un rajeunissement de plus de 5 ans, et un meilleur équilibre dans l'âge des employés.
- Modification de l'organisation du travail : temps partiel, travail à distance, respect des temps religieux ... en sollicitation des contraintes, et en réponse aux demandes des salariés (aucun refus Direction sur les demandes argumentées).

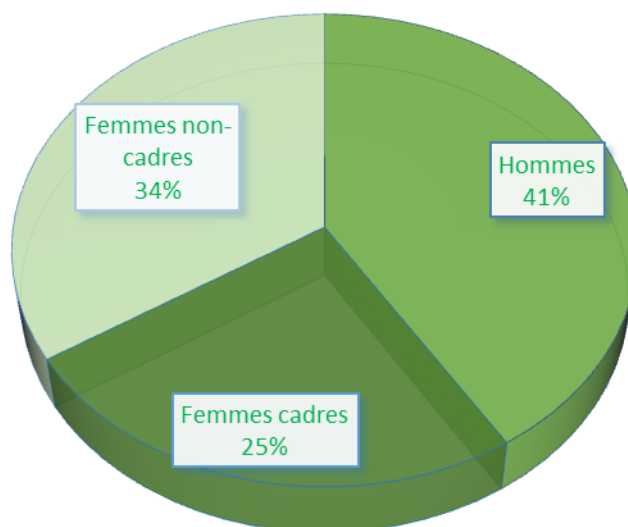
### 2) Une DUP très active depuis fin 2008, qui se réunit tous les mois, avec une prise de décision collective et des suggestions sur les dossiers de nature RH :

### 3) Les chiffres CSP en ce qui concerne les ressources humaines :

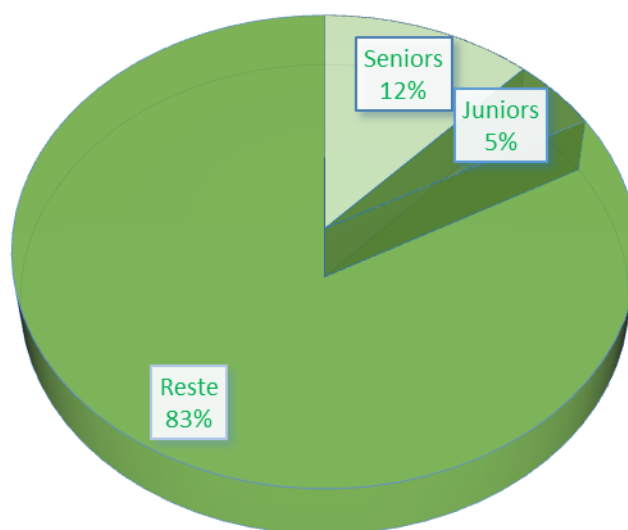
- Stagiaires : 3,08%
- Seniors > 55 ans : 12,31%
- Femmes : 58,46%
- Femmes cadres : 24,62%
- Jeunes < 28 ans : 4,62%
- Collaborateurs handicapés : 1,54%
- Collaborateurs handicapés cadre : 1,54%



## PARITÉ 2015



## RÉPARTITION PAR ÂGE 2015



### **Actions à venir :**

Ces actions et décisions s'inscrivent dans le quotidien de l'entreprise. Cela est fait en tout équilibre, et avec l'objectif d'ouvrir d'esprit de tous les salariés.

- Formations pour favoriser la montée en compétences.
- Poursuites des embauches dans la diversité.
- Maintien d'un équilibre homme-femme.

## ***PRINCIPE N°8***

***Des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement***





## **Ambition et objectifs :**

**CSP prend très à cœur le respect de l'environnement.** Notre métier nous amène à avoir une consommation de papier importante, tant du fait de nos actions marketing, que de nos actions de formation.

**Un de nos objectifs premiers a donc été la réduction de la consommation de papier.**

**Nous occupons également un bâtiment dans le centre de Paris.**

**L'objectif qui était, entre 2012 et 2013, de réduire de 20% la quantité de papier à photocopie a été largement atteint. Pour 2014-2015, l'objectif est de poursuivre la baisse de la consommation sur une base similaire.**

## **Réalisations :**

Notre plan d'action s'est articulé autour de 3 grands axes :

### **1) Communication :**

- Accentuer dans le plan marketing la présence du Web et des E-mailings sur le Print.
- Maintenir le catalogue en version numérique et en accès site web.

### **2) Supports de formation :**

- Imprimer nos supports de formation en recto verso.
- Retravailler le contenu des supports, pour le réduire à l'essentiel.
- Imprimeurs labellisés « Imprim'vert », PEFC ou FSC.

### **3) Pour les salariés CSP :**

- Augmenter les documents électroniques (dématérialisation).
- Favoriser les impressions en recto verso.
- Travailler par poste et par métier pour limiter les impressions.
- Sensibilisation régulière des équipes par la direction.
- Incitation à ne pas imprimer les courriels avec un message final généralisé.
- Favoriser les transports en commun : dans les règles transmises au formateur pour les notes de frais.
- Recyclage de cartouches d'encre par notre prestataire CONIBI.
- Récupération des capsules Nespresso destinés au recyclage par la société Paprec.

### **4) Site parisien de CSP :**

- Obtenir l'accréditation BREEAM pour le site parisien du 33 rue de Chateaudun.



## Résultats :

### 1) Obtention de l'accréditation BREEAM (BRE Environmental Assessment Method) en 2015 :

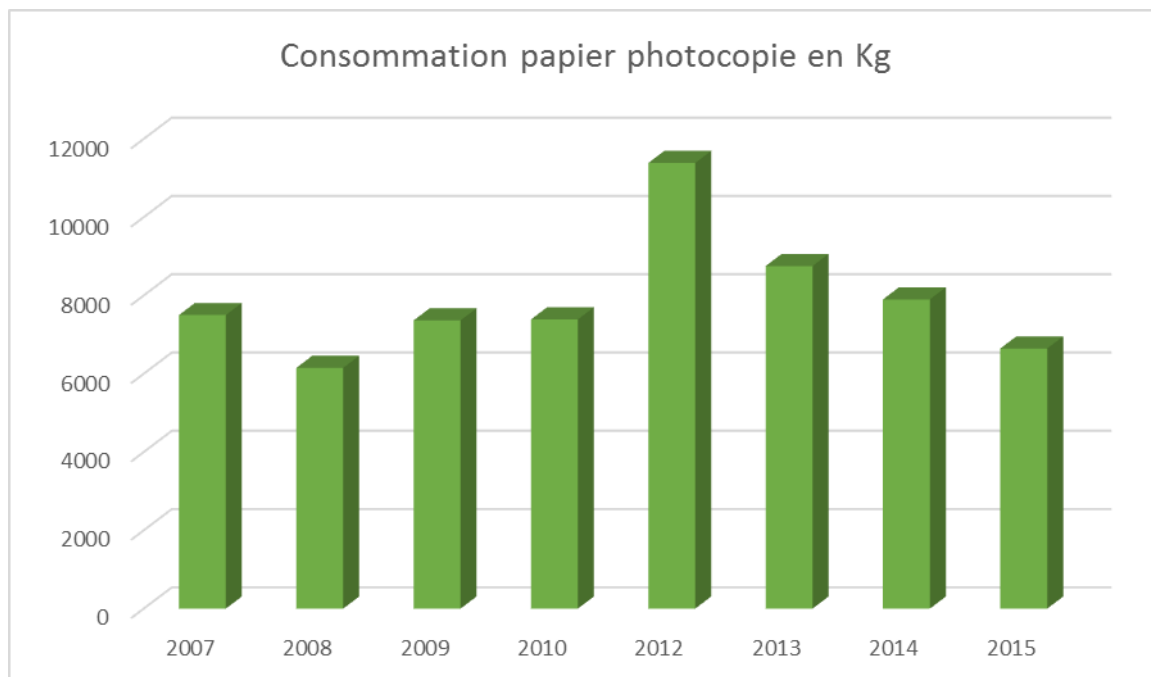
Depuis 1990, celle-ci valorise les entreprises disposant de bâtiments écoresponsables. Fort d'une ancienneté inégalée dans le secteur, le BREEAM est délivré à 250 000 bâtiments à travers le monde dans plus de cinquante pays, mais seulement un quart des demandes de certification est accepté. La méthodologie d'évaluation épousant au mieux les besoins des acteurs, c'est désormais le cycle de vie global d'un bâtiment qui est scruté à la loupe par les experts du BREEAM. En accord avec des exigences environnementales toujours plus ambitieuses en Europe et dans le monde, le BREEAM reste la référence en la matière. S'adaptant aux différents types de bâtiments et prenant en compte les avis des accrédités eux-mêmes, la certification se veut la plus pragmatique et la plus efficiente possible. Le BREEAM est ainsi unanimement reconnu par le marché comme un standard, et témoigne de la bonne volonté et de l'ambition des entreprises certifiées, eu égard à la question du développement durable. Les normes n'étant pas toujours suffisantes pour efficacement agir pour l'environnement, CSP a choisi de confier au BREEAM le soin d'établir un diagnostic plus rigoureux et exigeant afin de se conformer à nos propres exigences écologiques.

Mais, outre cette intransigeance méthodologique, c'est également l'exhaustivité de la certification qui nous a séduits. En effet, débutant son diagnostic avec le design et la construction du bâtiment et clôturant son analyse sur la performance énergétique de l'édifice, le BREEAM se penche aussi sur le bien-être des salariés.

Toutes ces raisons font que nous avons choisis de postuler pour le BREEAM. Notre bonne gestion en la matière nous a alors permis d'obtenir l'accréditation dès 2015. Accréditation qui reste valable trois ans, mais notre démarche s'inscrivant sur le long terme, c'est tout naturellement que nous prolongerons l'aventure une fois la validité de l'accréditation révolue.



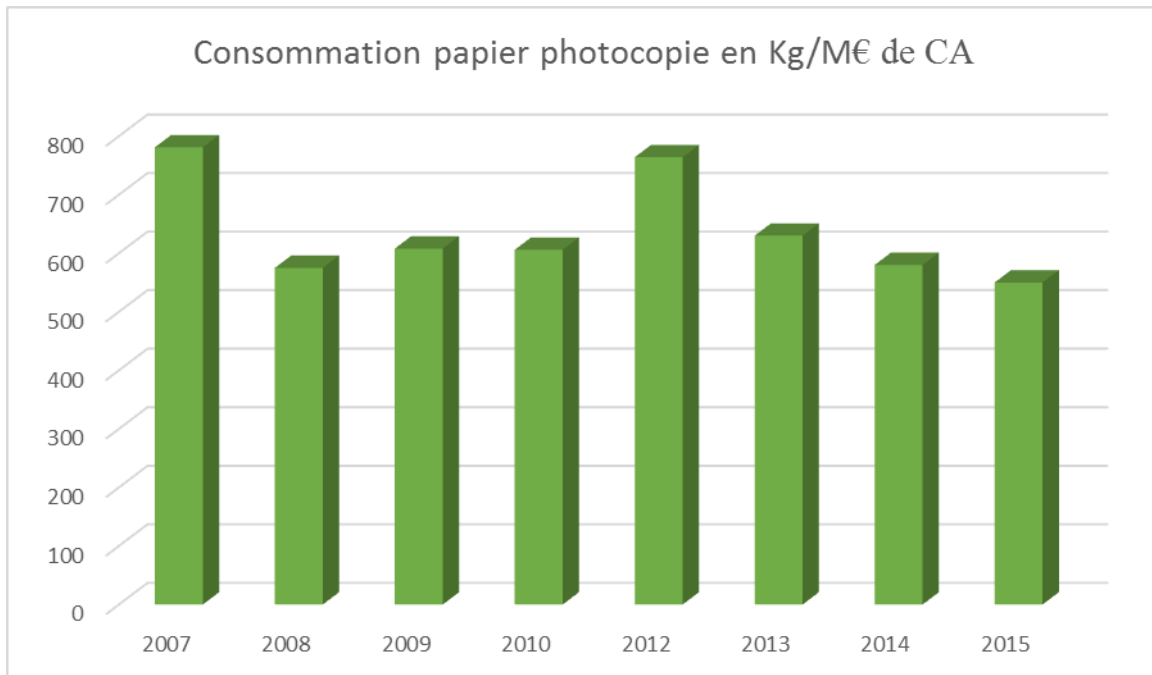
2) La consommation de papier en kg est en baisse entre 2014 et 2015. Nous retrouvons une bonne dynamique environnementale. Nous sommes en-dessous des 6 700 kg à l'année :



Les chiffres 2011 ne sont pas disponibles. Hausse en 2012 car augmentation de l'activité 2012  
Données prévisionnelles pour novembre et décembre 2015

**L'indicateur de consommation de papier en kg par M€ de CA permet de s'affranchir de la variation de consommation due à la variation d'activité.**

**Nous sommes passés de 877 kg de papier photocopie par million d'euros de CA en 2006 à 606 kg en 2010. En 2015 nous atteignons 550 kg de papier photocopie par million d'euros de CA.**



Les chiffres 2011 ne sont pas disponibles. Hausse en 2012 car augmentation de l'activité 2012  
Données prévisionnelles pour novembre et décembre 2015

- Message « green » pour n'imprimer qu'en cas de nécessité.
- Nombre de capsules Nespresso recyclées : 40 000 capsules.
- Lancement du CRM Marketing pour optimiser les tâches.
- Pour les déplacements des salariés et des partenaires : les transports en commun non polluants (train, RER, vélib) sont privilégiés et le meilleur compromis économie/confort sera choisi.

## Actions à venir

Pour 2015/16, nous avons décidé de continuer nos efforts de réduction de la quantité de papiers imprimés. Nous nous fixons comme objectif une réduction supplémentaire de 5%.

1) Afin de mieux maîtriser la consommation en matière de papier et d'encre : mise en place de codes pour imprimer à chaque étage (chaque personne a son code et ne peut imprimer que si elle le saisit sur la machine) :

- Réduction du nombre d'imprimantes individuelles.
- Impression des supports à la demande seulement et au fur et à mesure des besoins.
- Poursuite de la sensibilisation sur la consommation de papier des imprimantes.
- Récompense pour l'employé le plus écoresponsable du trimestre.
- Changement d'imprimeur : le nouveau prestataire est certifié Imprim'Vert.





2) La climatisation sera désactivée dans les salles inoccupées l'été afin de limiter toute surconsommation et de rafraichir au mieux. Le thermostat du chauffage sera limité à une valeur maximale de 19°C.

3) Par ailleurs, nous avons décidé d'élargir à d'autres actions notre initiative :

- Encourager l'utilisation des transports peu polluants : suivi des déplacements professionnels et des tonnes de CO2 émises : -1%.
- Mettre en place un tri des déchets plus performant.
- Distribution d'un Mug par salarié afin de réduire l'utilisation de gobelets en carton.

**PRINCIPE N°10**

***Principes relatifs à la lutte contre la corruption***

---





## Ambition et objectifs :

La corruption met en danger la réputation d'une entreprise, et accroît les risques juridiques, financiers et autres.

La lutte contre la corruption fait partie des valeurs de l'entreprise CSP. La promotion de l'intégrité de chacun est une valeur que nous partageons.

Nous abordons ce principe de deux manières : en interne auprès des salariés et dans nos messages lors des formations.

### 1) Pour l'entreprise vis-à-vis des clients

Nous accordons une importance à éviter toute forme de corruption dans la relation que nous entretenons avec nos clients :

- Pas de cadeaux clients de fin d'année.
- Pas de réponse à des sollicitations diverses de la part de clients ou prospects qui nous mettraient dans des cas de confusion entre le choix factuel de CSP pour ses compétences et sa capacité à répondre aux projets client, et un choix qui se porterait davantage sur une relation de « copinage ».
- Pas de privilège client accordé de manière particulière. A ce titre nous avons créé des grilles de tarification et négociation, génériques et qui s'appliquent donc indistinctement à tous.
- Aucune incitation à destination du personnel lui permettant de penser que l'entreprise et les managers encouragent ou acceptent ce type de pratiques.
- Refus de remboursement sur des frais du personnel qui ne sont pas dûment justifiés, à la fois en termes de facture, et de preuves de la nécessité de la dépense.

La transparence des processus d'appel d'offre protège l'intérêt général. Cela promeut des règles du jeu équitables et transparentes.

Le comportement éthique est primordial pour tous les acteurs CSP. Une grande sensibilisation des équipes est faite régulièrement sur ce point.

### 2) Pour l'entreprise vis-à-vis des fournisseurs :

Du côté fournisseurs, nous n'acceptons aucun cadeau personnel autre que « symboliques » (boîte de chocolat ou bouteille de fin d'année). De plus ces cadeaux sont partagés au sein des services ou de l'entreprise globalement, pour ne pas servir à une seule personne. Enfin, lorsqu'un fournisseur prend l'habitude de fournir des cadeaux, nous lui signalons aimablement notre refus de ce type de pratiques, afin d'éviter que cela ne se reproduise (voire refus du cadeau s'il s'avère non symbolique).

### 3) Pour l'entreprise vis-à-vis des partenaires :

Du côté partenaires, nous fonctionnons de la même manière. Les seuls cadeaux acceptés sont des repas pris entre le partenaire et nous-mêmes, au titre d'un point d'arrêt, et dans un restaurant « normal ». Nous n'acceptons pas de rétribution d'apport d'affaires autres que celles définies au sein d'un contrat écrit.



#### 4) Messages lors des formations :

L'item « corruption » fait partie des points de vigilance travaillés et partagés avec les participants lors des formations délivrées par CSP. Cela est le cas tant dans les formations d'acheteur que dans les formations commerciales.