



# **UN Global Compact**

Communication sur le Progrès

## **2016**





# SOMMAIRE

<b>Avant-propos</b>	<b>3</b>
<b>Mot du Président</b>	<b>5</b>
<b>AGENCE PUBLICS et sa politique RSE</b>	<b>7</b>
<b>Présentation globale d'AGENCE PUBLICS</b>	<b>8</b>
<b>Présentation du Global Compact</b>	<b>12</b>
<b>L'engagement pour le Global Compact</b>	<b>15</b>
Les Droits de l'homme	15
Les conditions de travail	16
L'environnement	18
La lutte contre la corruption	20
<b>Conclusions</b>	<b>21</b>

# Avant-propos

La nature des activités d'AGENCE PUBLICS, en matière de stratégie de communication et d'organisation d'événements nationaux et internationaux, a conduit l'Agence à prendre en compte la question de l'impact social, économique et environnemental dans son management et la gestion de son activité.

L'engagement pour une économie mondiale durable et inclusive représente un des principes clés de notre agence. En conséquence, nous nous engageons à ce que l'ensemble des activités respectent les valeurs fondamentales des Droits de l'homme, du travail, de l'environnement et de la lutte contre la corruption.

La présente communication reflète en toute transparence, les démarches et les actions d'AGENCE PUBLICS pour la promotion et la mise en œuvre des dix principes du Global Compact des Nations Unies. Elle tend à expliquer comment l'Agence envisage et gère, au quotidien comme sur le plus long terme, la question des développements économiques, sociaux et environnementaux tout en assurant la satisfaction permanente de ses clients dans toutes les prestations et services qu'elle fournit.

Ce document marque, non pas le renforcement de notre démarche de responsabilité sociétale des entreprises (RSE), mais une étape importante pour la mise en œuvre des principes du Global Compact sur le long terme.

De nombreuses étapes ont été franchies telles que la certification de la norme ISO 20121, la révision de certains modes de fonctionnement internes ainsi que le travail continu de sensibilisation et de partage d'information avec les parties prenantes. Nous donnons notre assurance que nous poursuivons nos efforts pour apporter notre contribution à un monde meilleur ■



WE SUPPORT



# Mot du Président



L'ouverture permanente et croissante d'AGENCE PUBLICS à des marchés internationaux très divers et le contact avec de multiples réalités sociales et culturelles renforcent chaque jour, dans nos équipes, la prise de conscience des enjeux d'une démarche de responsabilité sociétale et économique.

Nous réaffirmons ici notre engagement collectif envers les dix principes du Global Compact des Nations Unies. En respectant les valeurs universelles relatives aux Droits de l'Homme, du travail, de l'environnement et de la lutte contre la corruption, AGENCE PUBLICS est engagée dans une démarche écoresponsable.

Ce document reflète l'investissement premier et les progrès constants réalisés par l'ensemble des collaborateurs de l'Agence au sein d'une démarche globale et pérenne. Cette dernière consiste à respecter et promouvoir le Pacte mondial dans le cadre de ses activités, notamment en établissant une politique RSE cohérente. AGENCE PUBLICS entend ainsi répondre aux enjeux sociaux, économiques et environnementaux de son temps.

Nous nous sommes appropriés avec une grande conviction les principes du Pacte mondial qui sont sources, pour nous, d'un processus d'amélioration continue grâce à leur prise en compte concrète ■

**Gérard Askinazi**  
PRÉSIDENT – CEO

A stylized, handwritten signature in blue ink, consisting of a circle with a diagonal line through it and some additional strokes.





# Agence Publics et sa politique RSE

**Au regard de la nature des activités d'AGENCE PUBLICS en stratégie de communication et en organisation de conférences internationales, l'intégration d'une approche de développement durable au sein du fonctionnement de l'Agence est devenue indispensable.**

La mise en place d'une stratégie RSE dans le cadre de la norme ISO 20121 et l'adhésion au Global Compact de l'ONU représentent les premiers pas indispensables vers une toujours plus grande implication de l'Agence pour le développement durable.

Ainsi, AGENCE PUBLICS s'engage à ce que l'ensemble de ses activités, notamment dans leur dimension managériale, respecte les principes du développement durable :

- **de devoir de vigilance ;**
- **de responsabilité ;**
- **d'intégrité et de loyauté ;**
- **de transparence de nos engagements de développement durable.**

La politique RSE d'Agence Publics est structurée autour des trois axes suivants :

- **Enjeu social** : Garantir la qualité et assurer les bonnes conditions de travail dans l'ensemble de la chaîne de valeur ;
- **Enjeu économique** : Favoriser les retombées et consolider l'héritage ;
- **Enjeu environnemental** : Maîtriser l'empreinte environnementale.

L'Agence s'engage à apporter les moyens humains et matériels nécessaires au suivi et à la réussite de cette politique.

Depuis janvier 2015, l'Agence a mis en place un plan d'action environnemental et un plan de communication interne associé. Le manuel RSE, élaboré par la direction de l'Agence et mis à disposition de l'ensemble des collaborateurs, est le fruit de ses actions et est devenu la référence interne.

Ce dernier comprend les lignes directrices clairement définies et permet la mise en place d'auto-évaluations régulières afin de réajuster les modes de fonctionnement pour répondre le mieux possible aux exigences induites par la politique RSE ■

# Agence Publics

AGENCE PUBLICS, agence de communication institutionnelle, conçoit et organise pour le compte de décideurs publics ou privés des rendez-vous d'exception, institutionnels, grand public, « corporate » ou culturels. De fait, l'Agence conseille les Etats, les organisations internationales et les grandes entreprises en matière de stratégie de positionnement, d'image et de visibilité afin d'assurer la réussite des opérations les plus emblématiques et les plus innovantes.

Le savoir-faire unique de l'Agence se fonde sur la longue et significative expérience de ses fondateurs issus du monde de la communication, des médias, des affaires publiques et de la culture. Il s'exprime autant en matière de conseil et d'accompagnement stratégique, que de capacité d'organisation opérationnelle et suppose la maîtrise et la mobilisation de l'ensemble des expertises métiers, facteurs clés de réussite.

AGENCE PUBLICS est l'agence de communication globale du Groupe ESL & Network qu'elle a rejoint en septembre 2014. Le Groupe est implanté à Paris, Bruxelles, Doha, Dubaï et Rabat.



**Une Agence disposant des expertises complètes en matière de conseil stratégique, de conception et de production d'événements de grande envergure.**

**AGENCE PUBLICS conseille des décideurs, des organisations internationales et des institutions publiques en effectuant des missions d'accompagnement et de conseil stratégique de positionnement, de stratégie d'image et de Marque.**

L'Agence propose une approche dédiée, « sur-mesure ». Elle offre ainsi une approche conseil en matière de stratégies de positionnement, de communication et d'influence. Ces dernières sont calibrées et cadencées pour susciter la mobilisation des parties prenantes et valoriser l'événement auprès des cibles identifiées pertinentes.



Pour cela, elle maîtrise et déploie son savoir-faire en matière :

- de conception et d'application de plans de communication et de mobilisation ;
- de création et de mise en œuvre des relations presse et des relations partenariales ;
- d'élaboration de stratégies digitales : veille, ergonomie web, campagnes virales, community management, e-reputation, réseaux sociaux et blogs ;
- de création d'univers graphiques et scénographiques ;
- d'édition.



AGENCE PUBLICS conçoit, organise et produit des sommets et des conférences internationales de haut niveau. A ce titre, l'Agence dispose d'une expertise unique et reconnue tant du point de vue de la conception et du contenu (création du positionnement stratégique des conférences, composition du programme, identification et invitation des intervenants, élaboration des stratégies de communication, de relations presse et de mobilisation), que du point de vue du dispositif de mise en œuvre en matière d'organisation et de logistique (accueil, gestion du protocole et des contraintes de sécurité), ainsi que de production.

**Une agence qui associe, pour chaque projet, les compétences et les expertises les plus pertinentes en vue de constituer l'équipe idoine pour assurer la bonne réalisation et le succès de la mission.**

La force d'AGENCE PUBLICS repose sur la mise en place d'une équipe ad hoc dédiée composée en fonction des enjeux et spécificités du projet. Cette équipe est constituée de directeurs associés, de directeurs de pôle, de chefs de projets et de consultants et partenaires seniors issus de la haute administration, des organisations internationales, des finances ou des médias, qui apportent quand cela est nécessaire les expertises complémentaires ■



## Les références d'Agence Publics

### 2010

- 70<sup>e</sup> Anniversaire de l'Appel du 18 Juin, Londres et Paris
- World Policy Conference, Marrakech
- 3<sup>e</sup> édition des MEDays, Tanger
- Cérémonie d'ouverture du Festival des Arts Nègres, Dakar

### 2011

- Réunions Ministérielles du G20 Agriculture, Paris
- 4<sup>e</sup> Forum de l'Alliance des Civilisations (UNAOC), Doha
- Sommet des dirigeants d'opérateurs européens de chemin de fer, Paris
- Cérémonie des 20 ans d'Eurotunnel, Paris
- Zermatt Summit, Zermatt
- Antwerp Diamond Conference, Anvers
- OCP Symphos Conference, Marrakech
- World Policy Conference, Vienne
- Commémoration du 20<sup>e</sup> Anniversaire de la République d'Arménie, Erevan

### 2012

- Sport Integrity Forum, Doha
- 5<sup>e</sup> édition des MEDays, Tanger
- Zermatt Summit, Zermatt
- World Policy Conference, Cannes

### 2013

- Forum Mondial des Femmes Francophones, Paris
- Cérémonie d'Ouverture des Jeux de la Francophonie, Nice
- Gender Forum de la Banque Africaine de Développement, Tunis
- World Policy Conference, Monaco
- Sport Security Forum, Doha
- 6<sup>e</sup> édition des MEDays, Tanger
- Forum Nouveau Monde, OCDE, Paris

### 2014

- Contrat cadre de 3 ans pour la stratégie de communication auprès de l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF), Paris
- Sport Integrity Forum, Doha
- World Policy Conference, Séoul
- 7<sup>e</sup> édition des MEDays, Tanger
- Défilé du 14 Juillet, Paris
- Transport Research Arena (TRA 2014), Paris
- Forum Nouveau Monde, OCDE, Paris

### 2015

- Poursuite du contrat cadre pour la stratégie de communication auprès de l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF), Paris
- 70<sup>e</sup> anniversaire de l'UNESCO en présence du Secrétaire général de l'ONU, Monsieur Ban Ki-moon, Paris
- Business & Climate Summit, UNESCO, Paris
- Climate Finance Day, UNESCO, Paris
- Cérémonie inaugurale du nouveau Canal de Suez, Ismaïlia
- Mission d'Étude de préfiguration de la COP22, Rabat
- 8<sup>e</sup> édition des MEDays, Tanger
- Accompagnement du Royaume du Maroc à la COP21, Rabat et Paris
- Action Day de la COP21, Paris
- Forum Nouveau Monde, OCDE, Paris





# UN Global Compact

Le UN Global Compact, Pacte mondial des Nations Unies, est l'expression et la vision d'une économie mondiale durable et inclusive qui offre des avantages durables pour les personnes, les communautés et les marchés. Le Pacte mondial encourage les entreprises à fonctionner de façon responsable en alignant leurs stratégies et leurs actions avec les principes universels relatifs aux Droits de l'homme, du travail, de l'environnement et de la lutte contre la corruption.

Le UN Global Compact est la principale initiative mondiale d'entreprises citoyennes. Ainsi, plus de 13 000 entreprises et organisations dans 160 pays adhèrent au Pacte mondial pour promouvoir le développement durable au sein des entreprises et dans le cadre de marchés internationaux. Le Pacte mondial a vocation à aider les entreprises à répondre à l'ensemble des enjeux environnementaux et sociaux et d'envisager leur impact sur leur gouvernance interne. Il associe la société civile ainsi que d'autres acteurs essentiels pour privilégier un environnement favorable à l'entreprise responsable ■

## Adhérer au Global Compact c'est :

- Respecter des pratiques commerciales fondées sur des principes universellement reconnus contribuant à un fonctionnement économiquement et socialement responsable ;
- S'engager pour promouvoir le développement durable et le civisme social ;
- Être accompagné dans son engagement indépendamment de la taille, de la complexité et de la localisation de l'entreprise ;
- Participer à un réseau mondial d'entreprises et de partenaires ;
- Apprendre et échanger sur des expériences et l'instauration des bonnes pratiques.



# Les dix principes du Global Compact



## DROITS DE L'HOMME

1. Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux Droits de l'homme ;
2. Les entreprises sont invitées à veiller à ne pas se rendre complices de violations des droits de l'homme ;



## ENVIRONNEMENT

7. Les entreprises sont invitées à appliquer l'approche de précaution aux problèmes touchant à l'environnement ;
8. Les entreprises sont invitées à prendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement ;
9. Les entreprises sont invitées à favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement ;



## NORMES INTERNATIONALES DU TRAVAIL

3. Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective ;
4. Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination du travail forcé ou obligatoire ;
5. Les entreprises sont invitées à contribuer à l'abolition effective du travail des enfants ;
6. Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination de toute discrimination en matière d'emploi et de profession ;



## LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

10. Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes.



# L'engagement d'Agence Publics

## Les Droits de l'homme

### Enoncés des principes et des objectifs

De par sa nature éminemment internationale, et sa vocation profondément institutionnelle, AGENCE PUBLICS respecte le droit international relatif à la Déclaration Universelle des Droits de l'homme ainsi que les Principes Entreprises et Droits de l'Homme de 2011.

### Mise en œuvre

AGENCE PUBLICS applique le droit français auprès de ses propres collaborateurs et prestataires, et le droit de chaque pays où l'agence est implantée. Nous nous engageons aussi à la promotion et l'application de ce droit auprès de nos fournisseurs. Cela inclut que nous incitons nos prestataires et fournisseurs à adhérer également au Global Compact et à s'investir dans une démarche RSE. L'agence prévoit la rédaction d'un code de conduite définissant, tant pour ses acteurs internes qu'externes, les conditions respectueuses d'exercice de l'activité qu'elle produit ou génère.

### Indicateurs de performance

Pour compléter son engagement, l'Agence adopte en 2016 une **Charte Ethique** (Droits de l'homme) qui définit les standards et les fondamentaux de son métier. Tous les collaborateurs sont tenus de la respecter et de la faire respecter par les consultants, fournisseurs et prestataires. Pour les clients internationaux et institutionnels d'AGENCE PUBLICS, c'est un élément de réassurance complémentaire et essentiel ■



## Les conditions de travail

### Enoncés des principes et des objectifs

AGENCE PUBLICS respecte la législation française en matière de Droit du travail ainsi que les principes fondamentaux promus par les Nations Unies (notamment les conventions fondamentales de l'OIT). L'engagement de l'Agence s'étend à l'ensemble de la chaîne de valeur, au-delà des conditions associées aux conditions de travail de nos salariés et de nos collaborateurs, incluant nos prestataires ou entreprises.

Le respect du droit du travail est une « condition sine qua non » pour toute personne œuvrant pour le compte d'AGENCE PUBLICS. Nous visons à appliquer notre **politique RSE** à l'ensemble de notre supply chain. Pour atteindre cet objectif, nous évaluons et référençons régulièrement nos prestataires et fournisseurs. Une clause sur le droit social est ainsi intégrée dans tout contrat adressé à nos prestataires et fournisseurs. L'élaboration et le respect d'une Charte d'achats responsables valable pour l'ensemble des fournisseurs et des prestataires, font partie de cette démarche. De plus, chaque salarié d'AGENCE PUBLICS dispose du guide interne de bonnes pratiques permettant de recourir et d'appliquer son achat à un comportement écoresponsable.

La charte éthique est une autre référence importante positivement impactante sur les conditions de travail de nos collaborateurs.





## Mise en œuvre et indicateurs de performance

### SOCIAL

#### **Garantir la cohérence entre le poste et les tâches – Créer des fiches de postes**

- Plus de 10 fiches de postes en correspondance avec les métiers de l'Agence : chef de projet, directeur de la création, assistant chef de projet, graphiste, assistant administratif, etc.

**Perspective** : Evaluer et/ou réévaluer les besoins en fonction des évolutions et de la stratégie de développement de l'Agence. Si nécessaire, ajuster ou rédiger de nouvelles fiches.

#### **Mener des actions de formation – Développer le processus continu d'amélioration et de formation interne**

- Les stagiaires de l'Agence (6 mois de présence obligatoire) suivent une formation complète aux métiers de l'Agence. En fonction du satisfecit, 50 % d'entre eux se voient proposer une mission à l'issue de leur période de stage ;
- Utiliser les compétences techniques internes des collaborateurs pour former des collègues à de nouvelles pratiques ou de nouveaux logiciels.

**Perspective** : Poursuivre les bonnes pratiques en matière de formation et d'intégration des stagiaires et de ceux accédant à leur premier emploi.

#### **S'assurer que le droit du travail est bien respecté sur l'ensemble de la chaîne d'exécution – Référencer et évaluer les prestataires et fournisseurs de l'Agence**

- Vérifier leur clause de droit social dans les contrats ;
- Vérifier les enregistrements légaux des travailleurs indépendants.

**Perspective** : Mettre en place un processus de systématisation des contrôles.

#### **Intégrer les critères RSE dans les clauses contractuelles des fournisseurs – Rendre public l'engagement de l'Agence et encourager les partenaires à respecter cet engagement**

- Elaboration d'une charte d'achats responsables ;
- Evaluation annuelle des prestataires.

**Perspective** : Systématiser les entretiens annuels avec les fournisseurs sur l'évolution RSE.

### SOCIÉTAL

#### **Promouvoir l'éthique dans la pratique des métiers – Elaborer une déclaration Ethique**

- Définition des standards éthiques du métier ;
- Charte Ethique, signée par le Président.

**Perspective** : Porter à la connaissance de l'ensemble des collaborateurs et surveiller le respect de la Déclaration.

#### **Promouvoir une communication plus conforme au développement durable – Développer une conscience au développement durable dans le cadre d'une communication interne**

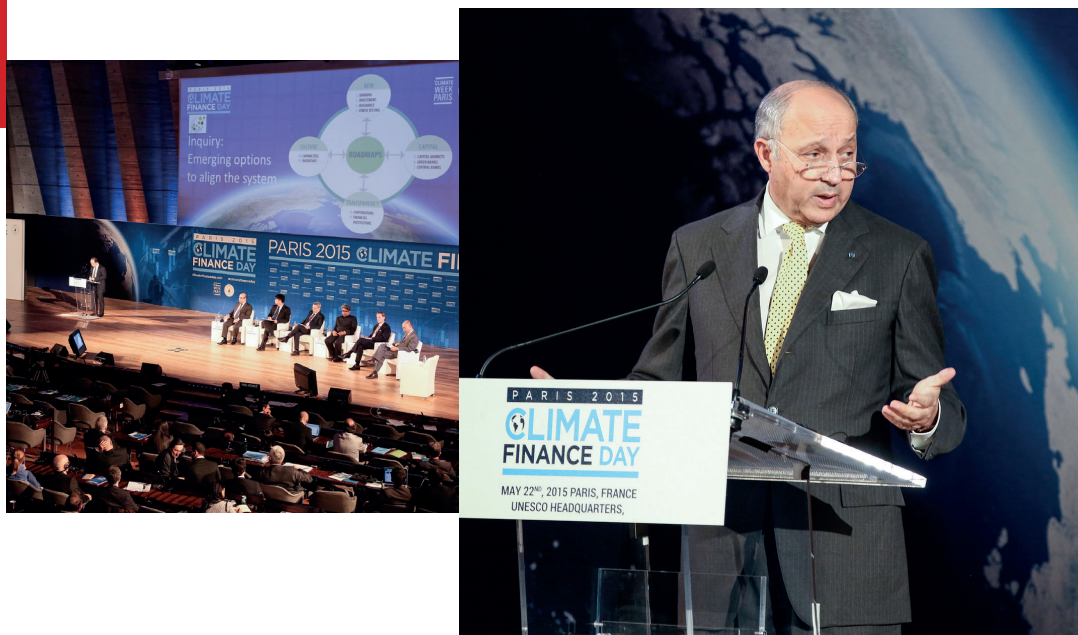
- Elaboration de guides internes en matière de bonnes pratiques ;
- Suivi et mise à jour des guides internes de bonne pratique ;
- Transmission systématique des guides dans le cadre du processus d'intégration de tout nouveau salarié et/ou stagiaire.

**Perspective** : Enrichir les guides de bonnes pratiques et améliorer le processus de communication interne et de dialogue entre toutes les parties prenantes.

#### **Promouvoir et appliquer une démarche de transfert de compétences – Intégrer le principe de transfert de compétences**

- Elaboration de cahiers des charges et de programmes de formation dans le cadre d'une démarche de transfert de compétences.

**Perspective** : Amélioration des processus et des modalités de transfert de compétences et sensibilisation de l'ensemble des expertises métiers.



## L'environnement

### Enoncés des principes et des objectifs

AGENCE PUBLICS a mis en place une politique couvrant le volet environnemental en se fondant sur des constats et des mesures liés à son fonctionnement interne et à son type d'activité.

Ainsi, en interne, les mesures prises supposent d'/de :

- **Agir sur les pratiques internes** en matière de consommation diverses et quotidiennes : privilégier la réduction ou la suppression de consommables jetables (comme le papier ou les gobelets en plastique) ou en favorisant la réduction des impressions ;
- **Privilégier la dématérialisation** dans nos pratiques en matière de communication, de transfert de données et d'enregistrements administratifs internes ;
- **La mise en place d'un bilan carbone pour les déplacements** des collaborateurs dans le cadre de leurs missions. Le premier bilan sera établi en 2016.

Dans le cadre de sa relation clients, l'action de tous les collaborateurs de l'Agence vise à encadrer les négociations avec les parties-prenantes en prenant en compte, chaque fois que cela est possible, la composante environnementale.

## Mise en œuvre et indicateurs de performance

### Implémentation d'une stratégie et d'une pratique RSE

- Audit initial de la certification 21/05/ et 22/05/2015 ;
- Certification de la norme ISO 20121 le 04/08/2015 ;
- Elaboration d'un manuel RSE respectant et appliquant la norme ISO 20121
- Nomination de référents interne RSE ;
- Information des clients et partenaires sur l'engagement pour la Norme ISO 20121.

**Perspective :** Evaluation et si nécessaire réajustement de la stratégie RSE et systématisation de l'information auprès des clients et prospects.

### Mise en place d'un plan de communication intelligible

#### Intégration des critères RSE dans les clauses contractuelles des fournisseurs :

- Elaboration d'un plan de communication interne et externe, prenant en compte les enjeux du développement durable ;
- Réunions d'information pour des collaborateurs ;
- Communication auprès des partenaires, fournisseurs et clients.

**Perspective :** poursuite de ce plan de communication.

### Mise en place d'un plan d'action des enjeux environnementaux :

- Appliquer le logo de Global Compact au pied des mails et sur le site web de l'Agence ;
- Le logo de Global Compact est visible dans la communication et les recommandations de l'Agence à ses clients et prospects ;
- Une démarche s'inscrivant dans le cadre de la refonte de l'identité visuelle et des supports de l'Agence (nouvelle identité graphique) ;
- Incitation l'utilisation des transports publics ;
- Incitation à la multiplication des e-conférences.

**Perspective :** Maintenir le logo dans la communication de l'Agence et systématiser en sensibilisant l'ensemble des collaborateurs et consultants de haut niveau de l'Agence.

### Emissions de CO<sub>2</sub>

#### Dématérialisation de la communication :

- Privilégier la communication dématérialisée et digitale en interne et en externe, y compris et surtout avec les agences basées à Bruxelles, Dubaï, Doha et Rabat ;
- Emploi accru des conférences téléphoniques et systématisation du compte Skype des collaborateurs ;
- La forte implémentation internationale de l'Agence ne le rend impossible de dématérialiser toute communication, des déplacements des collaborateurs sont toujours nécessaires.

**Perspective :** Sensibiliser davantage les collaborateurs à l'importance de la maîtrise de consommation des fournitures et à l'impact pour l'environnement ainsi que continuer ces processus.

### Introduction du bilan carbone :

- Dématérialisation de la communication ;
- Un mécanisme pour recenser et évaluer les émissions de CO<sub>2</sub> est élaboré.

**Perspective :** Le premier bilan sera effectué en 2016.

### Fournitures et consommables

#### Mise en place d'un comportement en matière d'impression plus raisonnable :

- Réduire le nombre des imprimantes individuelles et le nombre global des impressions, éviter l'impression des e-mails, privilégier l'impression en noir et blanc ainsi que le recto verso.

**Perspective :** Maîtrise significative des impressions malgré un contexte fort d'expansion, de surcroît d'activité et démarche accrue de développement à l'international.

### Choix des fournitures et des consommables recyclés et recyclables

#### Utilisation du papier de bureau recyclé ou certifié (FSC ou PEFC) :

- Le papier standard est certifié FSC et privilégie des grammages papier plus faibles ;
- Inclure cet aspect dans la charte d'achats responsables ;
- Créer à partir des impressions papier en surplus, des cahiers de prise de note et de brouillon pour l'ensemble des collaborateurs.

**Perspective :** Poursuivre cet engagement et inciter à diminuer toujours plus le volume d'impression des collaborateurs.

### Optimisation de la gestion des déchets

#### Réduire la consommation de produits « jetables » (bouteilles, vaisselle plastique...) :

- L'Agence utilise exclusivement des vaisselles en céramique autant pour des rendez-vous de ses clients, que pour l'usage quotidien de ses collaborateurs.

**Perspective :** Maintenir ce comportement par l'ensemble des collaborateurs.

### Recyclage :

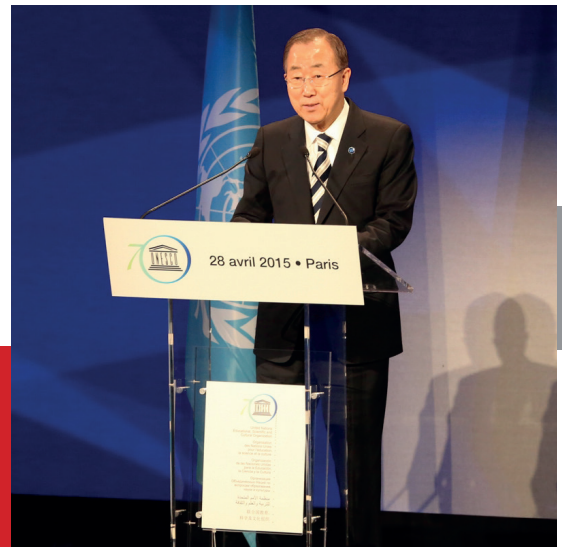
- L'Agence participe à une action de recyclage des bouchons, menée par une Association en faveur des personnes handicapées ;
- L'Agence s'engage au recyclage des capsules de café.

**Perspective :** généraliser le recyclage.

## La lutte contre la corruption

AGENCE PUBLICS veille dans le cadre de son positionnement et dans le cadre de ses activités à agir contre toute forme de corruption sous toutes ses formes. À ce titre, l'ensemble des collaborateurs de l'Agence s'inscrivent dans le respect maximal de la Charte Ethique d'AGENCE PUBLICS.

Instaurée en 2016, cette Charte constitue la pierre angulaire de l'approche de l'Agence en matière de Droits de l'homme et de lutte contre la corruption ■







# Conclusion

## Bilan de l'année 2015 et mise en perspective pour l'année 2016

La présente communication résume les actions menées par AGENCE PUBLICS dans le cadre de son engagement en matière de développement durable. L'adhésion de l'Agence au Global Compact marque une volonté forte, celle de mettre en place un fonctionnement plus responsable et plus écologique.

Ainsi, pendant l'année 2015, AGENCE PUBLICS a progressé sur tous les champs et notamment, en matière de réduction des impacts environnementaux dans le cadre du fonctionnement quotidien de l'Agence. De nombreuses étapes ont d'ores et déjà été franchies en 2015. 2016, sera l'année de la consolidation et de la mise en place de nouveaux chantiers.

AGENCE PUBLICS s'engage ainsi à renforcer ses réalisations et initiatives entamées en 2015 et à les réajuster, si nécessaire. En l'occurrence, 2016 sera l'occasion de/d' :

- **Continuer à sensibiliser** les collaborateurs, fournisseurs, prestataires et clients à un comportement responsable ;
- **Réfléchir à de nouvelles initiatives** pour améliorer davantage l'empreinte écologique de l'Agence ;
- **Encourager toutes les parties prenantes** à suivre l'engagement d'AGENCE PUBLICS pour une économie responsable ;
- **Réfléchir à des actions opérationnelles** afin de promouvoir et de renforcer les Droits de l'Homme et la lutte contre la corruption.



# Contact

**Gérard ASKINAZI**

PRÉSIDENT & CEO

T. +33 1 80 96 04 04 ■ [gerard.askinazi@agencepublics.com](mailto:gerard.askinazi@agencepublics.com)



# **AGENCE PUBLICS**

15 avenue Matignon 75008, Paris  
[www.agencepublics.com](http://www.agencepublics.com)