



Janvier 2017



CAPITALCOM

CONSEIL EN COMMUNICATION RESPONSABLE
FINANCIER, EXTRA-FINANCIER, MIXITÉ

GLOBAL COMPACT

Communication On Progress 2017

« Chères parties prenantes,

Je suis très heureuse de confirmer que CAPITALCOM réitère son soutien envers les 10 principes du Global Compact des Nations Unies portant sur les droits de l'homme, le travail, l'environnement et la lutte contre la corruption.

Formalisée en 2016, mais engagée dès la création de l'Agence en 2005, cette démarche prolonge la conviction profonde – et partagée par l'ensemble de l'équipe – que les organisations les plus avancées demain seront celles qui fondent leur projet sur le concept de performance intégrée (financière et extra-financière). En adhérant pleinement aux principes du Global Compact et en s'engageant à promouvoir les 17 Objectifs de Développement Durable, CAPITALCOM s'inscrit dans une dynamique de progrès et de responsabilité vis-à-vis de l'ensemble de ses parties prenantes, en particulier vis-à-vis de ses clients. À travers cette Communication sur le Progrès, nous nous engageons cette année encore à poursuivre et approfondir nos initiatives en matière de responsabilité et à les partager avec l'ensemble de notre écosystème.

Bien sincèrement »

Caroline de La Marnierre,

Présidente-Fondatrice de CAPITALCOM

CAPITALCOM, Agence de conseil en communication, est née en 2005 d'une conviction forte : placer la **performance responsable** – *corporate*, financière et extra-financière – au cœur des préoccupations de l'entreprise, en impliquant l'ensemble des parties prenantes (salariés, clients, fournisseurs, actionnaires, experts, associations, société civile).

Chaque jour, cette approche inédite de la performance intégrée, par l'alignement de l'entreprise sur sa trajectoire stratégique et prospective, guide notre action.

Notre métier : accompagner nos clients dans leurs démarches d'intégration du financier et de l'extra-financier & contribuer à véhiculer des messages de responsabilité auprès des entreprises et de la société en général

Une responsabilité majeure pour CAPITALCOM, au cœur de notre positionnement et de nos missions : **la communication responsable**

Les impacts des messages et supports de communication que nous réalisons...



... et notamment la promotion des principes de responsabilité et de l'*integrated thinking* auprès de nos clients et l'exemplarité des messages de nos clients

L'influence sociétale de nos messages...



... et notamment la sensibilisation et la diffusion des valeurs ESG et de l'intégration auprès de la société

Reflet du positionnement que nous souhaitons construire durablement, la démarche de responsabilité de CAPITALCOM, formalisée en 2016, s'appuie sur le dialogue et l'engagement auprès de nos parties prenantes.

Concrètement, nos engagements portent sur :

- La **promotion des Objectifs de Développement Durable** et de **modèles économiques plus responsables** – aux côtés d'autres acteurs – à travers notre activité de conseil et nos pratiques internes ;
- La **diffusion des valeurs de responsabilité** au sein de notre écosystème et de la société civile ;
- L'**attention au bien-être et au développement personnel** de nos collaborateurs ;
- La **réduction de l'impact environnemental** lié à notre activité et à nos déplacements.

Une démarche de communication responsable à structurer tout au long du cycle de vie de nos projets



Conception des messages

- Conception responsable de nos messages
- Promotion de la responsabilité, de la RSE et de l'intégration auprès de nos clients et partenaires
- Assurance de l'exemplarité de nos clients, eux-mêmes prescripteurs



Exemples de bonnes pratiques

- Réalisation de rapports intégrés
- Allongement du temps et de la place consacrés à la RSE en AG et dans les communications financières
- Intégration de l'extra-financier à la stratégie de l'entreprise et aux activités (ou prestations)
- Consultation des parties-prenantes et organisation de panels



Choix des modes de production

- Manière de penser nos supports
- Impact environnemental & sociétal de l'agence
- Choix de nos partenaires
- Choix de nos prestataires et fournisseurs



- Achats de biens et services intégrant des critères de responsabilité
- Limitation de la consommation de matières premières
- Limitation des aplats de couleur dans les supports de communication imprimés
- Eco-conception des supports de communication



Choix des modes de diffusion

- Choix de nos supports de communication et de ceux de nos clients
- Manière dont nous rencontrons nos différentes parties prenantes
- Interventions auprès de la société civile



- Préférence pour le digital face à l'imprimé
- Organisation d'événements et débats réunissant différents acteurs dont les représentants des parties prenantes et de la société civile
- Interventions dans les écoles et les universités
- Intervention dans les débats de place et les conférences

- 1 Une démarche portée à **tous les niveaux de l'Agence** :
 - Revue et soutenue par la direction
 - Coordonnée par un responsable interne
 - Déployée et relayée par chaque collaborateur
 - Co-construction des éléments principaux de la démarche
 - Avis et retour sur la démarche
 - Mise en application des différentes actions
- 2 Une démarche évaluée par des **regards experts externes** pour aller plus loin
→ En 2016, CAPITALCOM a été évaluée « entreprise à maturité confirmée » par l'AFNOR, dans le cadre de l'évaluation AFAQ 26000 de sa démarche de responsabilité
- 3 Une démarche communiquée à toutes nos **parties prenantes**, elles-mêmes intégrées dès l'élaboration de la démarche
→ Une consultation de nos parties prenantes internes et externes a été menée lors de l'élaboration de notre démarche de responsabilité
- 4 Une démarche formalisée dans une **Charte d'Engagement** et complétée par un **Code de conduite**, signés par l'ensemble des collaborateurs de l'Agence et partagés à tous ses clients et partenaires

Notre démarche de responsabilité

Cette démarche répond à 4 grands objectifs :



Incarner notre positionnement :
la performance responsable



Améliorer notre impact
environnemental, social et sociétal



Accroître notre visibilité auprès des
clients et partenaires et nous
différencier de nos concurrents



Fédérer les équipes en intégrant la
RSE à l'ADN CAPITALCOM

Les 10 principes du Global Compact

Droits de l'homme

Principe 1 : Les entreprises doivent soutenir et respecter la protection des droits de l'homme internationalement proclamés; et

Principe 2 : veiller à ce qu'ils ne sont pas complices de violations des droits de l' homme.

La main d'œuvre

Principe 3 : Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et la reconnaissance effective du droit de négociation collective;

Principe 4 : l'élimination de toutes les formes de travail forcé et obligatoire;

Principe 5 : l'abolition effective du travail des enfants; et

Principe 6 : l'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession.

Environnement

Principe 7 : Les entreprises doivent soutenir une approche préventive des défis environnementaux;

Principe 8 : prendre des initiatives pour promouvoir une plus grande responsabilité environnementale; et

Principe 9 : encourager le développement et la diffusion de technologies respectueuses de l' environnement.

Anti-Corruption

Principe 10 : Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l' extorsion et la corruption.

Principes relatifs aux droits de l'Homme

Puisque basé en France et n'ayant recours qu'à des fournisseurs et prestataires français, régis donc par la loi française, très stricte, CAPITALCOM n'est pas amené à traiter directement avec des entreprises qui ne respecteraient pas la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme.

CAPITALCOM souhaite donc aller au-delà des principes énoncés dans cette Déclaration, notamment en termes d'égalité et est fortement engagé dans la **lutte pour l'égalité Femme / Homme**.



L'Agence a ainsi lancé en 2012 l'**Observatoire de l'Équilibre Hommes / Femmes**, qui suit et analyse la perception de la société civile en matière d'engagement des entreprises en faveur de la Mixité, propose des solutions concrètes pour une plus grande équité et accompagne les entreprises vers une meilleure prise en compte de ces considérations.



Tous les collaborateurs CAPITALCOM ont également été sensibilisés aux questions de Mixité et ont à leur disposition un **guide pour une communication respectant les principes d'égalité Femme / Homme**.

Principes relatifs aux conditions de travail (i)

CAPITALCOM porte une attention toute particulière aux conditions dans lesquelles travaillent ses collaborateurs.

Pour s'assurer de leur bien-être, une politique de ressources humaines responsable prenant en compte leurs besoins a été mise en place :

Renforcement de l'**esprit d'équipe et fédération** des collaborateurs :



- Définition de valeurs claires et partagées, renforcement de la culture d'entreprise
- Organisation d'activités renforçant la cohésion des équipes (activité annuelle de « team building », événements d'entreprise, repas d'équipe...)

Association des salariés à la prise de décision



- Consultation des salariés pour toutes les grandes décisions
- Transparence
- Facilité de dialogue avec la direction

Principes relatifs aux conditions de travail (ii)



Politique **d'embauche** et de **rémunération équitable** :

- Contrats principalement à durée indéterminée, en particulier pour les consultants
- Niveau des salaires débutants identique, revalorisation annuelle des salaires selon la performance individuelle et collective
- Intéressement : accès à un plan d'épargne entreprise



Formation et développement des compétences

- Accès à des formations pour tous les consultants et salariés
- Système de mentorat pour accompagner l'intégration



Attention portée au **bien-être des collaborateurs**

- Remboursement de l'abonnement Velib'
- Achat d'un panier de fruit toutes les semaines

De par la nature de ses missions de conseil et de communication, les principaux enjeux environnementaux de CAPITALCOM sont liés aux impacts de ses supports de travail et des supports de communication de ses clients.

Guide de la communication responsable

L'écologie a pour objectif de réduire les impacts environnementaux des produits tout au long de leur cycle de vie : extraction des matières premières, production, distribution, utilisation et fin de vie. Elle se caractérise par une vision globale de ces impacts environnementaux : c'est une approche multidimensionnelle prenant en compte les différents stades du cycle de vie et multiacteurs prenant en compte les consommateurs de matières et d'énergie, les lieux dans les réseaux nationaux, les effets sur le climat et la biodiversité.

L'écocorrection est mise en œuvre par une entreprise ou un organisme public, mais elle implique un grand nombre d'acteurs tout au long de la chaîne de valeur du produit et même au-delà, en incluant les consommateurs ou utilisateurs et jusqu'aux recycleurs et repreneurs.

Tout en conservant la qualité de la communication, il est possible de limiter l'impact des documents :

- Par une meilleure diffusion du besoin en termes de quantité et de diffusion ;
- En se basant quelques règles sur le choix du papier, de l'impression, etc.

Conception

- Mise en page optimisée pour un usage papier ET une diffusion numérique
- Format standard (A4/A5/A6) ou adapté avec l'imprimeur pour minimiser la perte de papier
- Absence de traitements superflus (encres spéciales, pelliculage, matières plastiques)
- Abandon à la fois de grands apports colorés consommateurs d'encre

Fabrication

- Imprimeur certifié FSC ou PEFC
- Imprimeur certifié ISO 14001 ou adhérent d'associations
- Imprimeur au plus près du lieu d'utilisation, afin d'éviter les longs trajets
- Choix du papier
 - Papier 100 % recyclé ou un papier certifié FSC ou PEFC ou disposant d'un label équivalent
 - Grammage raisonnable (moins de 250g/m² pour la couverture et moins de 150g/m² pour les pages intérieures)

Impression

- L'emploi d'encres végétales ou à base de pigments, privilégier les encres végétales et à l'eau
- Éviter les vernis acryliques au détriment des vernis machine, des vernis UV et du pelliculage

Diffusion

- Nombre d'exemplaires suffisant sans prévision de stockage

CAPITALCOM a donc mis en place un **guide de communication responsable**, recommandant notamment l'usage d'un grammage de papier plus fin et la limitation des aplats de couleur, fourni à l'ensemble de ses collaborateurs. Ces recommandations sont également communiquées, autant que possible, à ses clients.

Par ailleurs, CAPITALCOM a, à l'occasion du renouvellement de son matériel informatique, mis en place un **partenariat avec une association** récupérant les anciens équipements informatiques pour équiper les écoles de zones défavorisées.

Principes relatifs à l'environnement (ii)

CAPITALCOM s'est également engagé dans une démarche de réduction de ses impacts environnementaux directs à travers la mise en place d'**actions quotidiennes** :



- **Réduction de la consommation d'énergie** : ampoules LED basse consommation, électroménager certifié, sensibilisation à l'extinction des lumières et des ordinateurs le soir...



- **Limitation de la consommation de papier** et achat de papier labellisé



- **Réduction de la consommation de plastique** à travers la mise en place d'une fontaine à eau et la mise à disposition de couverts



- Prise en compte des **critères environnementaux** dans le cadre des différents **achats** de fournitures et consommations « quotidiennes »



- **Tri sélectif des déchets** permettant le recyclage d'un maximum de déchets

CAPITALCOM a, en complément de ces actions, lancé auprès de ses collaborateurs une **campagne « éco-gestes »** avec pour objectif de les sensibiliser aux différents gestes du quotidien respectueux de l'environnement.

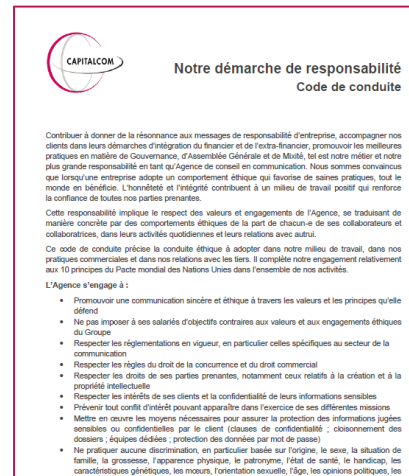
Principes relatifs à lutte contre la corruption

La lutte contre la corruption est l'une des clauses centrales du **Code de Conduite** rédigé en 2016 et signé par l'ensemble des collaborateurs de l'Agence et communiqué à ses principaux clients et partenaires.

Ceux-ci s'engagent notamment à :



- Refuser toute sollicitation ne rentrant pas dans le cadre de leur rémunération habituelle
- Informer la direction de toute offre leur ayant été faite qu'ils jugeraient être une forme de corruption
- Ne pas proposer de telles sollicitations à des clients, fournisseurs ou partenaires
- Ne pas offrir ou accepter de la part des fournisseurs des cadeaux de valeurs s'il est probable que ceux-ci sont destinés, ou puissent être perçus comme tel, à influencer de manière inappropriée le jugement de la personne qui les reçoit



CAPITALCOM a mis en place des indicateurs de suivi pour chacun des 4 volets de sa politique de responsabilité :

Politique d'*advocacy*

Indicateur	Disponibilité	Thématique	Unité	2016	2017
Nombre d'évènements organisés		Sociétal	Nbr	6	
Nombre d'interventions publiques		Sociétal	Nbr	8	
Nombre de newsletters/tribunes/notes de position		Sociétal	Nbr	10	
Nombre de participations à des comités de travail		Sociétal	Nbr	3	
Nombre de publications-livres blancs		Sociétal	Nbr	5	
Part de collaborateurs ayant signé la charte éthique		Social	%	81,25	

Politique d'achats

Indicateur	Disponibilité	Thématique	Unité	S1 2016	S2 2016	S1 2017
Consommation d'eau		Environnemental	m3	/		
Consommation d'électricité		Environnemental	Kwh	/		
Consommation de gaz		Environnemental	Kwh	/		
Consommation de papier de bureau		Environnemental	kg	60,8		
Nombre de recours à un coursier		Environnemental	Nbr	17		
Part d'ampoules LED ou basse consommation		Environnemental	%	100	100	
Part de papier recyclé et/ou garant d'une gestion durable dans les achats de papier de bureau		Environnemental	%	100	100	

NB : Les chiffres 2016 sont en cours de vérification et sont donc susceptibles d'être modifiés

Politique RH

Indicateur	Remarque	Disponibilité	Thématique	Unité	S1 2016	S2 2016	S1 2017
Part de femme dans les effectifs	au dernier jour du semestre		Social	%	85		
Nombre de recrutements	au cours du semestre		Social	Nbr	7		
Nombre de licenciements			Social	Nbr	1		
Nombre de départs (CDI)			Social	Nbr	2		
Nombre de salariés < 30 ans			Social	%	69,23		
Nombre de salariés entre 30 et 49 ans			Social	%	23,08		
Nombre de salariés de 50 ans et plus			Social	%	7,69		
Moyenne d'âge du premier CDI			Social	Nbr	25,3		
Evolution des rémunérations	Augmentation moyenne annuelle		Social	%	/		
Nombre de stagiaires			Social	Nbr	2		
Nombre de collaborateurs formés			Social	Nbr	0		
Nombre d'accidents de travail	En jours par semestre		Social	Nbr	0		
Nombre d'arrêts maladie	En jours par semestre		Social	Nbr	28,5		
Part de collaborateurs ayant accès à un plan d'épargne	Parmi ceux ayant plus de 6 mois d'ancienneté		Social	%	100	100	
Nombre d'activité team building organisées	Nb de jours par semestre		Social	Nbr	0	1	
Part de collaborateurs à temps partiel			Social	%	0	0	
Part de collaborateurs ayant eu un entretien annuel dans l'année	Parmi ceux ayant plus de 6 mois d'ancienneté		Social	%	/	100	

Politique de mécénat

Indicateur	Remarque	Disponibilité	Thématique	Unité	2016	2017
Partenariats avec des écoles ou des universités	Partenariat avec l'ESSEC et la Sorbonne		Sociétal	Nbr	2	
Partenariats avec des associations			Sociétal	Nbr	2	
Montant investi par micro-financement			Sociétal	€	0	
Montant donné à des associations			Sociétal	€	0	
Taux de salariés investis dans des actions sociétales			Sociétal	%	0	
Nombre d'heures consacrées au mécénat de compétences	Total effectué, dont 50% abondé par l'entreprise et 50% pris par le salarié		Sociétal	Nbr	0	

NB : Les chiffres 2016 sont en cours de vérification et sont donc susceptibles d'être modifiés