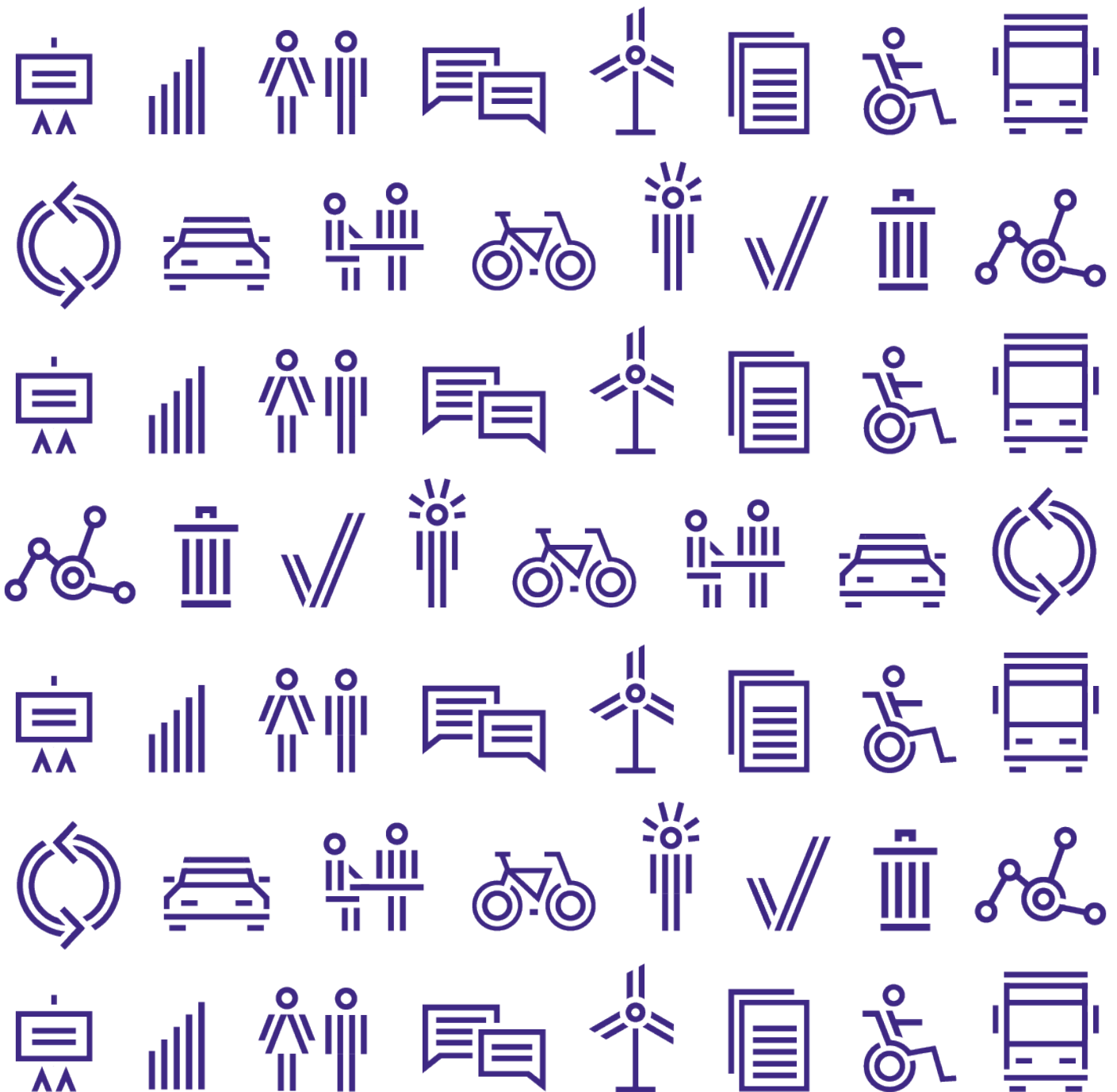


POLITIQUE RSE 2019





Notre société est confrontée à trois risques majeurs : une exploitation du monde qui risque de la détruire, un délitement du lien social dans un modèle économique qui peine à générer de la croissance et une hyperconsommation qui interroge nos modes de vie individuels.

La remise en cause du système, doublée de la transformation radicale de notre rapport aux acteurs économiques, induite par la révolution digitale, accélère **une mutation de la société et l'avènement de l'économie de l'immatériel.**

De l'économie de la fonctionnalité, où la valeur naît de l'usage d'un objet et non de sa possession, à l'économie collaborative, les nouvelles pistes de création de valeur sont aussi celles de la rénovation de notre société. Au cœur de ces nouveaux modèles, les actifs immatériels ont un rôle crucial à jouer : **les dimensions culturelle et symbolique d'une entreprise, la valeur de ses talents et de ses savoir-faire sont aujourd'hui plus centrales que sa production matérielle.**

Ces enjeux guident ma réflexion en tant que communicant et ma vision de ce que doit être notre métier : une discipline capable de transformer le réel grâce à la force de ses idées, capable de **penser le rôle des marques dans toute leur justesse et leur puissance transformative**, loin d'une communication vaine largement répandue qui aboutit à l'une des pollutions les plus dévastatrices du monde qui nous entoure : la pollution du langage. Des slogans publicitaires aux discours politiques, on assiste partout à une surenchère de mots consensuels, de fausses questions et de paroles vaines qui, mis bout à bout, forment un babil informe et creux, aussi vide qu'il est assourdissant. Les conséquences de ce « bruit blanc » sont multiples : il réduit notre attention, anesthésie nos cerveaux et, surtout, il conduit à un sentiment d'impuissance généralisé. **C'est pour lutter contre cette dérive du langage, pour faire retrouver aux mots leur utilité et leur capacité à édifier et à transformer le réel que Babel existe.**

J'ai créé en 2012 **une agence fondée sur une démarche d'hybridation des métiers et des cultures, d'écoute des parties prenantes**, notamment via sa démarche de *user intelligence*. Une agence qui, au-delà de sa capacité à créer des emplois directs – nous avons embauché plus de 80 personnes en un peu plus de deux ans –, participe au développement d'autres structures en soutenant des start-up, comme le cabinet Akoya, au sein de ce que nous avons appelé la « communauté Babel ».

**Une agence qui forme et fait grandir les talents** qu'elle rassemble, qui sont le cœur même de son modèle de création de valeur et la clé de son excellence : notre programme de mentoring entre dans sa deuxième année et a été très suivi.

**Une agence qui s'engage en signant le Pacte mondial** des Nations unies, mais aussi en accompagnant des associations d'intérêt général comme Apprentis d'Auteuil lors de missions *pro bono* ou encore des collectifs d'artistes (le collectif H5, la Gaîté lyrique).

**Une agence qui prend conscience de sa responsabilité sociétale et environnementale**, dans ses recommandations, dans son fonctionnement interne, mais aussi à l'échelle de toute une profession, en s'engageant au sein du groupe de travail Développement durable de l'AACC. Une agence qui, avec pragmatisme et humilité, s'efforce de progresser pour limiter ses impacts négatifs et démultiplier ses impacts positifs par ce qu'elle a de plus précieux : son intelligence collective.

**Laurent Habib**  
Président de Babel

# Avant-propos

**Consciente de son impact environnemental, social et sociétal, Babel a souhaité mettre en place une politique « RSE » (responsabilité sociale, sociétale et environnementale des entreprises).** Depuis sa fondation, fin 2012, Babel s'est concentrée sur la création de la structure et sur la réussite du rapprochement des agences Ligaris et Plan Créatif et de l'intégration d'équipes nouvelles.

En 2015, Babel intègre également Human Live et BornToRun.

L'objectif de cette première étape est avant tout d'assurer une structure économique durable et la stabilité des emplois, de créer une organisation et des conditions de travail bienveillantes et efficaces, de partager une culture commune et de développer les compétences individuelles et collectives.

**En 2015, Babel met en place les fondamentaux de sa démarche :**

formalisation de sa politique, systématisation de bonnes pratiques, mise en place d'indicateurs, publication de son premier rapport RSE en 2015.

**En 2016, Babel va plus loin dans sa politique RSE** en se fixant de nouveaux

objectifs internes et en travaillant sur ses pratiques métiers, notamment à la suite de l'intégration du métier événementiel.

**Les enjeux de responsabilité sociale et sociétale sont cruciaux pour une entreprise de communication qui est à la croisée de deux champs :**

- ▶ celui, interne, des talents qui font sa force et la valeur de ses missions ;
- ▶ l'autre, externe, que représente l'ensemble des publics concernés par les actions de communication qu'elle mène.

L'agence peut donc, de par les spécificités de son activité, autant promouvoir auprès du plus grand nombre que s'appliquer à elle-même les principes auxquels elle adhère, au nombre desquels on peut citer : la lutte contre les discriminations, le soutien à l'égalité des chances, la mise en place de conditions de travail durables, la consommation responsable, etc.

Depuis 2014, Babel est signataire du Pacte mondial des Nations unies. En adhérant au Global Compact, Babel s'engage à respecter et à mettre en œuvre les 10 principes relatifs aux droits de l'homme, aux droits fondamentaux au travail, à la responsabilité environnementale et à la lutte active contre la corruption.

La volonté de progrès de Babel en matière de RSE s'incarne au premier chef dans la déclaration de son dirigeant, Laurent Habib, qui fait écho à sa vision même du rôle de la communication : la transformation des usages, des organisations et des business models.\*

\*La Communication transformative, 2010. La Force de l'immatériel, 2011.

# Sommaire

Gouvernance RSE.....	4
Axes stratégiques.....	6

## 1. RESPONSABILITÉ, TALENTS ET PERFORMANCE

Créer des emplois et nourrir des parcours .....	8
Développement du capital humain et des compétences.....	13
Prévention des discriminations et insertion professionnelle .....	16
Prévention des risques .....	20

## 2. ENGAGEMENT SOCIÉTAL ET SOLIDAIRE

Babel et le rôle de la communication .....	24
Politique parties prenantes .....	25
Intégration sociétale.....	28
Éthique et lutte contre la corruption.....	32

## 3. TRANSFORMATION ET IMPACT ÉCOLOGIQUE

Politique environnementale.....	37
Gestion des déchets .....	41
Énergie .....	43
Transports et déplacements.....	47
Politique GES.....	49

# Gouvernance RSE

Afin de faire avancer la démarche RSE de l'agence et d'infuser cette problématique dans chacune des équipes, Babel a fait le choix de constituer une équipe transverse et pluridisciplinaire pilotée par des spécialistes de la RSE.

## Équipe RSE

**Depuis 2016, Babel a fait le choix de construire un groupe de travail multimétier composé de six personnes représentant six entités de l'agence Babel, portant chacune un enjeu propre à son expertise et une thématique transverse, sur la base du volontariat. Ce groupe de travail et le reporting de son action sont coordonnés par Frédérique Pruvost-Laurent, chef de projet éditorial, et pilotés par Fabienne Cammas, Directrice générale de Babel.**

### **Fabienne Cammas**

Directrice générale

Fabienne Cammas est garante au sein du comité d'associés des grandes orientations stratégiques qui y sont décidées. Elle est engagée de longue date et à titre personnel sur la RSE, a créé le Club des communicants sur le handicap, rassemblant nombre de responsables de « mission handicap » de grands groupes. Elle formalise et pilote la démarche RSE de l'agence dont elle est garante au sein du comité de direction, où les avancées sont partagées et où les managers de pôle sont mobilisés. Elle a aussi longtemps participé à Respect, les amis et au Women's Forum. Elle fait partie du Conseil d'administration de l'AACC.

### **Frédérique Pruvost-Laurent**

Chef de projet éditorial

Frédérique Pruvost-Laurent coordonne le groupe de travail RSE et est en charge du reporting de ses actions. Elle soutient les équipes du développement de l'agence en constituant les dossiers RSE dans le cadre des réponses aux appels d'offre de l'agence. Depuis 2013, elle s'investit aussi bien professionnellement que personnellement sur les sujets RSE. Elle fait partie de la commission Développement durable de l'AACC depuis 2017.

# Axes stratégiques

Les trois principes majeurs qui structurent la démarche de progrès.



## 1. ENGAGEMENT, TALENTS ET PERFORMANCE

### Construire un modèle singulier d'entreprise :

- ▶ sécurisation des emplois ;
- ▶ politique salariale et partage de la valeur ;
- ▶ intégration des collaborateurs et accompagnement des temps de travail (intégration, équilibre vie professionnelle/vie personnelle, etc.).

### Faire grandir les talents :

- ▶ accompagnement du progrès et reconnaissance individuelle ;
- ▶ formation, programme de mentoring collaboratif.

### Veiller à l'égalité et à la diversité :

- ▶ lutte contre les discriminations ;
- ▶ soutien à la professionnalisation des jeunes générations ;
- ▶ politique « handicap ».

## 2. RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE ET SOLIDAIRE

### Identifier et dialoguer avec ses parties prenantes. S'inscrire dans une responsabilité sociétale globale :

- ▶ rôle de la communication selon Babel ;
- ▶ mobilisation pour de grandes causes ;
- ▶ soutien de la création artistique et de l'innovation économique.



### S'engager pour une meilleure prise en compte de la RSE. S'engager pour l'éthique et le respect des droits de l'homme.



## 3. TRANSFORMATION ET IMPACT ÉCOLOGIQUE

### Faire évoluer les pratiques métiers :

- ▶ réduction des impacts métiers.

### Réduire l'empreinte environnementale de l'entreprise :

- ▶ mieux gérer les déchets ;
- ▶ optimiser les déplacements ;
- ▶ conduire une politique énergétique.

# 1. Responsabilité, talents et performance



# Créer des emplois et nourrir des parcours

En tant qu'entreprise de conseil en stratégie et création, Babel fonde son modèle économique sur l'actif immatériel clé pour son activité : le talent. Il est au cœur de son modèle de création de valeur. C'est pourquoi Babel développe une vision à long terme de la politique « ressources humaines » qui se traduit notamment par une politique « emploi et formation » ambitieuse. Babel recrute des talents et déploie son énergie à les faire grandir et monter en compétences.

La politique « emploi » de Babel est construite autour de trois axes stratégiques : la politique de recrutement, l'intégration et le partage de la culture, et la gestion des parcours.

## 1. La politique de recrutement

### LES CDI AVANT TOUT

Babel recrute ses collaborateurs en CDI de façon largement prioritaire. Lors de la création de Babel en 2012, les collaborateurs ont été recrutés en CDI sans période d'essai pour leur assurer une stabilité pendant la phase de création de l'entreprise.

Babel ne recourt que très rarement à l'intérim et les contrats à temps partiel font suite à des demandes de la part des collaborateurs.

Entre 2017 et 2018, l'effectif ETP a progressé de 17%.



**89 % de CDI**

au 31 décembre 2018

**57 collaborateurs recrutés**

sur les 12 derniers mois



## LES ALTERNANTS

Babel souhaite faire grandir les alternants qu'elle accueille. Ainsi, une formation systématique au management d'alternant a été mise en place pour professionnaliser leur intégration à la vie active et optimiser leur acquisition de compétences.

2 alternants ont été embauchés en CDI en 2018.

## LES STAGIAIRES

Les stagiaires disposent toujours d'une convention de stage, signée par le stagiaire, l'entreprise et l'école, où sont détaillées les missions. Le stagiaire est obligatoirement accompagné d'un tuteur référent au sein de la structure, même si ses missions peuvent l'amener à collaborer avec différentes équipes projet. La politique de rémunération des stagiaires va au-delà de la réglementation en vigueur (de 600 à 1 200 euros selon les qualifications et le niveau d'études). Les stagiaires disposent des mêmes avantages sociaux que les collaborateurs (Tickets Restaurants®, etc.).

Les stagiaires sont parties prenantes de l'activité quotidienne, de tous les moments internes (exemple : présence aux réunions de pôle hebdomadaires, aux réunions « salariés »). Les stagiaires bénéficient d'un suivi régulier au travers d'échanges avec leur tuteur afin de faire le point sur les missions qui leur sont confiées, d'un entretien de progrès en milieu de stage et d'un entretien de bilan en fin de stage.

Au-delà de la conformité à la loi, Babel s'est fixé comme règle de ne pas avoir plus de 12 % de stagiaires par pôle, pour proposer des stages formateurs et encadrés, mais aussi pour assurer l'excellence des missions auprès de ses clients.

Trois stagiaires ont donné lieu à des embauches en 2017, dont deux en CDI. Entre janvier et septembre 2018, 18,75% des stagiaires ou alternants ont été embauchés.

## FREE-LANCES ET INDÉPENDANTS : PARTICIPER AU TISSU ÉCONOMIQUE DU SECTEUR

L'agence privilégie des collaborations régulières avec les free-lances afin de favoriser la régularité de la relation et une confiance mutuelle.

Les free-lances sont payés en fin de mission (vs processus de facturation des sociétés partenaires à 45 jours fin de mois).

À noter que le recours aux free-lances se fait en fonction de spécialités non représentées à l'agence, d'indisponibilités conjoncturelles sur le marché de l'emploi (digital, par exemple) et/ou de pics de travail relevant de compétitions ou de saisonnalité.

## 2. L'intégration et le partage d'une culture

### L'INTÉGRATION, FACTEUR CLÉ D'UNE RELATION RÉUSSIE

En 2017 et 2018, Babel a fait porter ses efforts sur l'enrichissement de l'expérience et de la formation des nouveaux collaborateurs.

En désignant un parrain pour chaque nouvel arrivant, en mettant en place un processus d'accueil prévoyant chaque étape de rencontres pendant les premières semaines, en offrant un kit d'accueil intégrant le book interne de l'agence récemment édité, Babel se mobilise pour que chaque salarié trouve sa place le plus rapidement possible.



*Le Babelbook est à la fois la bible de la culture de l'agence et un vade-mecum de ses fonctionnements pratiques. Il présente l'entreprise, ses mots, son état d'esprit, mais aussi son organisation, ses process internes, les outils mis à disposition, les contacts utiles, etc.*

Les accélérateurs d'intégration :

- ▶ désignation d'un parrain ou d'une marraine pour guider le nouveau collaborateur ;
- ▶ formalisation d'un parcours d'intégration :
  - accueil du premier jour, par le manager, le parrain et l'équipe, autour d'un petit-déjeuner ;
  - session informelle de présentation de Babel – sa vision, sa construction et son fonctionnement, co-animée par la Directrice générale et la secrétaire générale, par petits groupes de cinq ou six personnes de pôles différents afin de favoriser les rencontres ;
- ▶ immersion dans la culture de l'agence et de ses métiers a minima pendant les trois premiers jours ;
- ▶ formations aux outils de travail dispensées par les équipes techniques (informatique et gestion) ;
- ▶ rendez-vous RH ;
- ▶ présentation des nouveaux collaborateurs dans la newsletter interne, Babel News.

### LE PARTAGE DE LA CULTURE

Le partage de la culture d'entreprise, de l'information d'actualité interne comme la création de moments conviviaux sont nécessaires au bien-être au travail. Cette transmission passe par des réunions « salariés » bisannuelles, des newsletters bimensuelles, des séminaires de pôle annuels ou pluriannuels, des réunions de pôle hebdomadaires, des e-mails pour les informations spécifiques ou exceptionnelles et des soirées deux fois par an.

### L'IMPLICATION DANS LES CHANTIERS TRANSVERSES STRATÉGIQUES

Chaque année, l'agence définit les axes de travail prioritaires de sa politique de chantiers transverses. Elle mène ainsi une démarche de progrès sur l'ensemble de ses métiers et de ses processus, en particulier sur les sujets suivants : production, qualité commerciale, sécurité et gestion des données, qualité de collaboration intermétiers, satisfaction client, politique de recrutement, politique RSE.

Chaque année, sur la base du volontariat, des collaborateurs sont invités à participer à ces groupes de travail de façon à les impliquer dans des réflexions stratégiques de l'entreprise, développer leur attachement au projet collectif et leur faire vivre des expériences motivantes pour leur parcours professionnel.

### 3. La gestion des parcours

La motivation et l'engagement sont une base de la stabilité des emplois. Pour Babel, cette stabilité passe par un état d'esprit collaboratif autour d'un projet commun auquel les collaborateurs participent pleinement.

#### MANAGEMENT DE PROXIMITÉ ET TRANSMISSION

Première clé de réussite de la collaboration, le management de proximité permet la création d'une relation de confiance. Cette attention passe par le choix d'un organigramme très plat, le mode d'accueil des collaborateurs, la relation de proximité au quotidien, des réunions de pôle hebdomadaires, un entretien de progrès annuel, des points individuels très réguliers et une proximité physique entre collaborateurs et managers. Surtout, cette relation est nourrie par un état d'esprit qui prévaut dans l'agence, celui de la transmission des compétences et de la capacité de chaque manager, de chaque senior, à nourrir les compétences de son équipe.

#### LA MOBILITÉ INTERNE

Dans l'idée de l'enrichissement des parcours des collaborateurs et de l'hybridation des métiers, l'agence est attentive aux opportunités de mobilité interne des collaborateurs, qu'elles viennent de lui ou qu'elles lui soient proposées. Cette politique est centralisée par la secrétaire générale.

Les questions de RH, en particulier concernant les évolutions des pôles de l'agence et les nouveaux besoins, sont abordées lors du comité de direction, qui se tient de façon bimensuelle et rassemble les associés et managers de l'agence. Ce partage permet d'envisager les parcours de collaborateurs d'une façon plus large.

#### TRANSMISSION, FORMATION

Pilier majeur de l'état d'esprit de l'agence, la transmission, sous toutes ses formes, s'incarne autant dans le principe du partage de connaissance au quotidien sur chaque dossier que dans une politique volontaire de knowledge management. Mentoring, formats magistraux, experts ou pratiques, ateliers d'application, format d'ouverture culturelle : Babel investit tous les champs de la formation et du partage de compétences. (Voir « Développement du capital humain et des compétences ».)

#### DES COLLABORATIONS DE LONGUE DATE

ANCIENNETÉ		HORS CADRES	CADRES	AGENTS DE MAÎTRISE	EMPLOYÉS	TOTAL
Jusqu'à 5 ans inclus	Femmes	1 %	39 %	2 %	-	66 %
	Hommes	-	17 %	-	-	
De 5 ans à 10 ans	Femmes	1 %	10 %	-	1 %	15 %
	Hommes	1 %	4 %	-	-	
De 10 ans à 15 ans	Femmes	-	3 %	1 %	-	8 %
	Hommes	-	4 %	-	-	
De 15 ans à 20 ans	Femmes	-	3 %	1 %	-	6 %
	Hommes	-	2 %	-	-	
	Femmes	1 %	2 %	-	-	4 %

## Responsabilité, talents et performance

De 20 ans à 25 ans	Hommes	-	1 %	-	1 %	
Plus de 25 ans	Femmes	-	1 %	-	-	2 %
	Hommes	-	1 %	-	-	
TOTAL		4 %	87 %	4 %	1 %	100 %



**38 % des collaborateurs**  
ont plus de 5 ans d'ancienneté

Ce chiffre est remarquable au regard des cinq années d'existence de Babel. Les collaborateurs plus anciens, issus des structures qui ont composé les différentes étapes du projet Babel, ont donc été intégrés avec succès dans la nouvelle agence.

Le taux de turn-over depuis la naissance de Babel est situé entre 14 et 19 % en moyenne annuelle et est toujours resté inférieur à la moyenne du marché de 21 %.

# Développement du capital humain et des compétences

*« Pour gérer la complexité et créer de la valeur, nous avons compris qu'il faut prendre appui sur ce qui ne change jamais : l'infinie inventivité des hommes et le pouvoir structurant du talent. » Laurent Habib*

Les talents sont au cœur de l'activité de l'agence. La transmission, levier puissant de leur développement, est la première des missions qu'elle se donne en tant que marque employeur. Composante clé du modèle social de Babel, la transmission permet à la fois de faire grandir les individus, leurs compétences et leur employabilité, et d'assurer la capacité de Babel à se transformer et s'améliorer sans cesse.

Babel fait vivre cette notion clé de transmission dans un programme complet de partage de la connaissance et d'enrichissement des parcours individuels, tant sur les savoir-faire que les savoir-être. Au menu, formation interne magistrale ou en atelier, formation externe métiers ou compétences transversales, rencontres, formats « hors les murs », mentoring, coaching, etc.

En 2018, et en écho à l'étude de l'AACC sur le regard que portent les collaborateurs des agences de communication sur leur métier, un accent particulier est donné à l'accompagnement des profils seniors non managers des agences. Un plan d'actions est déployé afin d'accompagner les besoins particuliers de ces professionnels.

## 1. Curiosité et partage de connaissance

### LE KNOWLEDGE MANAGEMENT CHEZ BABEL

Babel propose quatre formats de formation et d'ouverture à ses collaborateurs, soit en moyenne deux heures de partage de la connaissance par quinzaine :

- ▶ Les « Universités » Babel, un format magistral dispensé par des experts de l'agence ou d'ailleurs.  
Sur les derniers mois : Les outils stratégiques de Babel ; Données, c'est donner, reprendre c'est RGPD, les nouvelles frontières de la data encadrées par la réglementation européenne ; Youtube ; L'accessibilité.
- ▶ Les « Dredis », un format d'ouverture sur des grands thèmes, pilotés par le planning stratégique.  
Sur les derniers mois : Le contrat, Les monstres, Les jardins, etc.

- ▶ Les « Biscuits », invitation d'un intervenant extérieur, le plus souvent issu du monde de l'art et de la création. Sur les derniers mois : rencontre avec Alex Jaffray, tout savoir sur Ulule par François Xavier Couvak et Robots Flint par Benoit Raphael.
- ▶ Les « BabelShare », présentation des travaux de l'agence par ceux qui les ont conçus, pilotés et accompagnés.
- ▶ Le « Hors les murs »  
L'Université s'est enrichie en 2016 d'un nouveau format « Hors les murs » afin d'ouvrir l'agence sur de nouveaux horizons culturels, à travers des visites collectives et guidées de grandes expositions. Sur les derniers mois : expositions « Bauhaus », « Rodin » et « La lune » au Grand Palais, exposition « MOMA » à la Fondation Louis Vuitton.
- ▶ Deux modules de formation à destination plus spécifiquement des producteurs approfondissent la question du pilotage financier des dossiers et des politiques propres à l'agence sur ce sujet. Les deux modules ont été déployés sur trois pôles en déclinant les spécificités métiers.



## 90 formations ont été dispensées en 2018

### FORMATIONS COLLECTIVES ET INDIVIDUELLES EXTERNES

- ▶ Renforcement des compétences « savoir-être » : un parcours de formation a été mis en place pour les collaborateurs en relation avec les clients comprenant quatre modules : « Prise de parole en public », « Relation client », « Négociation financière » et « Management et leadership » pour les collaborateurs déjà expérimentés. Un « parcours Babel » auquel chacun devra être exposé en quatre ans.
- ▶ Renforcement des compétences métiers (en particulier Digital et Contenus).
- ▶ Renforcement des savoir-faire techniques (production, création, gestion des droits, etc.).

98 % des collaborateurs ont bénéficié des entretiens de progrès en 2018, l'un des préambules à l'identification des besoins des collaborateurs en formation et en accompagnement individuel.

## 2. L'accompagnement personnel

L'accompagnement personnel est une préoccupation managériale qui s'incarne à différents niveaux de l'agence par des déjeuners « seniors-juniors », des déjeuners individuels avec le manager direct, des petits-déjeuners croisés entre collaborateurs de différents pôles. Ces pratiques sont enrichies par deux dispositifs : le mentoring et le coaching.

### LE MENTORING

Afin de compléter la formation professionnelle, Babel a souhaité développer une démarche fondée sur l'accompagnement des collaborateurs par leurs pairs plus expérimentés, au travers d'entretiens individuels visant principalement au développement du « savoir-être ». La bienveillance, l'écoute et la confidentialité sont les principes fondateurs de ces échanges et sont indispensables au transfert et au partage d'expérience.

## Responsabilité, talents et performance

La relation mentor-mentoré permet une transmission directe, pragmatique et dans la durée de la culture de l'agence, et surtout de conseils et d'outils permettant à chacun d'acquérir une maturité plus grande lui permettant de mieux appréhender son rôle au sein du collectif.

Après une première année construite en partenariat avec une start-up, l'agence a préféré améliorer l'expérience des utilisateurs en développant sa propre méthodologie de rapprochement entre mentors et mentorés, sur la base d'un questionnaire d'affinités, géré de façon confidentielle par deux personnes-ressources à l'agence. Les thématiques proposées concernant le développement de compétences interpersonnelles sont : savoir gagner en autonomie, savoir prendre des initiatives, avoir confiance en soi, savoir dire non, savoir valoriser son travail, savoir s'organiser, savoir gérer ses émotions, savoir gérer un conflit, savoir écouter, savoir donner un feed-back constructif, savoir parler finances, savoir être sociable, savoir faire passer une idée, savoir trouver sa place dans une équipe, savoir gérer une relation professionnelle.

En 2017, 35 mentors et 55 mentorés ont participé au programme de mentoring, soit 44 % des collaborateurs impliqués dans le programme de mentoring, pour développer leur « savoir-être » et la culture Babel.

Une étude de satisfaction du programme de mentoring est menée chaque année depuis la création du programme en 2014.

Les résultats plébiscitent son renouvellement et confirment les points d'amélioration qui ont été apportés en 2015 : augmenter le nombre de séances mentors-mentorés et étendre les thématiques proposées.

Des réunions de pédagogie autour du programme ont été associées au programme en juillet 2016 ainsi que la diffusion d'un livret sur les thématiques proposées auprès des mentors et des mentorés.

### LE COACHING

Épanouissement professionnel, qualité de l'engagement des collaborateurs et performance sont un triptyque central dans la politique « talents » de l'agence.

Entre autres actions, le coaching fait partie des outils proposés à des collaborateurs prometteurs ou en réflexion sur leur parcours.

Deux formes de coaching ont cours à l'agence : des sessions proposées avec un coach issu d'un pool de coaches professionnels qui travaillent régulièrement avec l'agence ou en coaching interne auprès de deux personnes formées à accompagner les parcours.

# Prévention des discriminations et insertion professionnelle

Dans une agence dont la pertinence dépend de sa capacité à comprendre et anticiper les réalités et les transformations du monde qui l'entoure, dont l'activité économique même se fonde sur l'intelligence hybridée de la création et du conseil, la richesse de ses ressources humaines et la mixité des talents sont des enjeux clés. Babel travaille sur cet enjeu dans son approche du recrutement et de la diversité et le formalise par la signature du Global Compact. La lutte contre les discriminations et pour l'égalité des chances, portée par la fonction RH (centralisée par la secrétaire générale et articulée avec la Directrice générale de l'agence), recouvre quatre thématiques prioritaires.

## 1. L'égalité hommes/femmes

Les enjeux sous-tendus par la question de la mixité et de l'égalité hommes/femmes sont les conditions de travail, l'accès aux postes à responsabilité pour les femmes et le niveau de rémunération.

Chez Babel, les femmes représentent 63 % des effectifs en 2018 (vs 59 % dans le secteur de la communication). Contrairement à de nombreuses entreprises de ce secteur, cette supériorité numérique perdure au sein des instances dirigeantes, c'est-à-dire où les femmes sont majoritaires : 74 % de femmes siègent au comité de direction. Ce chiffre est inversement proportionnel aux chiffres du marché où les instances dirigeantes ne sont plus révélatrices de la large part féminine des collaboratrices du secteur.



**% de femmes  
sur l'effectif total**



**% de femmes au  
comité de direction**



## Responsabilité, talents et performance

De plus, par son recrutement très féminin et sa capacité à faire accéder des femmes jeunes à des postes à responsabilité (association, management d'entité, responsabilité commerciale ou fonctionnelle, etc.) Babel manifeste son engagement pour que les discriminations hommes/femmes n'aient pas cours dans ses murs.

Entre 2014 et 2018, sur les 13 femmes ayant eu un congé maternité, 7 se sont vues promues et/ou augmentées de façon significative dans les 6 mois qui ont suivi leur retour.

Suite aux récents évènements dénonçant des problèmes de harcèlement sexuel ou moral au sein de certaines agences, l'agence réaffirme son engagement et met en place des actions de prévention. Babel a notamment constitué une équipe au sein de la DUP, à l'écoute des salariés, qui travaille avec la direction sur un diagnostic partagé et un plan d'actions pour mettre en oeuvre rapidement des solutions d'écoute par des professionnels, des formations pour mieux détecter les personnes en risque et des actions globales pour améliorer encore la qualité de vie collective et individuelle à l'agence.

## 2. L'égalité des chances

Les enjeux abordés concernent autant l'employabilité des jeunes que l'emploi des seniors.

Chez Babel, l'ensemble des tranches d'âge sont présentes et sont recrutées. Babel est un savant mélange d'expériences diverses provenant d'univers variés.

La pyramide des âges de Babel correspond à la moyenne du marché : 55 % des salariés du secteur ont moins de 34 ans en 2013 (source : CB News).

L'agence met en place également des méthodologies de recrutement qui permettent d'ouvrir le recrutement à des candidats issus de la diversité et/ou de quartiers populaires et de les faire grandir en responsabilités dans l'agence.

TRANCHES D'ÂGE	HORS CADRES ET CADRES	AGENTS DE MAÎTRISE	EMPLOYÉS	TOTAL
Moins de 25 ans	5 %	0 %	4 %	9 %
25/35 ans	42 %	2 %	2 %	46 %
35/45 ans	25 %	1 %	1 %	27 %
45/55 ans	13 %	1 %	0 %	14 %
Plus de 55 ans	3 %	0 %	2 %	5 %

Afin de communiquer sur ce sujet en interne, l'un des « Biscuits » a porté sur la thématique « Diversité », avec Marc Cheb Sun, fondateur de la revue *Respect Mag*.

## 3. L'équilibre vie professionnelle/vie personnelle

La thématique de l'équilibre entre vie personnelle et vie professionnelle est un enjeu très objectif, identifié à l'échelle de la profession. En 2016, Babel a choisi de travailler sur ce sujet, en amont même des recommandations de l'AACC et du débat sur le droit à la déconnexion, en formalisant une charte dédiée à cette thématique. Présentée lors de sa première diffusion dans l'ensemble des pôles de l'agence, elle fait l'objet d'une présentation systématique lors des rendez-vous sur le contrat de travail pour chaque nouveau collaborateur. Cette charte est mise à disposition des collaborateurs sur l'intranet de l'agence.

Des aménagements d'horaires ou du télétravail ont pu être mis en place de façon spécifique pour certains jeunes parents afin de leur permettre de trouver un équilibre entre leur parentalité et leur parcours professionnel. Chaque année, plus de 50 enfants sont accueillis dans l'agence pour fêter Noël avec leurs parents.

## 4. Le handicap

### DANS L'AGENCE

Depuis la création de Babel, un collaborateur en situation de handicap déclaré est présent dans les effectifs de l'agence. Lors des prises de parole agence, un traducteur en langue des signes est systématiquement présent, ainsi que lors des « Universités » auxquelles souhaite participer le collaborateur.

## Responsabilité, talents et performance

L'agence développe ses collaborations avec le milieu protégé pour les projets de fabrication de l'agence ou de ses clients.

Au premier semestre 2016, Babel mène un audit avec Alther 75 (service Agefiph) pour mettre en place des solutions d'insertion concrètes et adaptées.

En 2017, l'agence s'associe à l'initiative de l'AACC d'accueillir de jeunes stagiaires en situation de handicap en stage d'observation afin de contribuer à leur donner une image positive de l'entreprise en général et des métiers de la communication en particulier.

Babel s'apprête à adhérer à l'association Arpejeh et travaille à un plus grand recours aux établissements et services d'aide par le travail (Esat).

### INTÉGRATION DES PROBLÉMATIQUES HANDICAP DANS LES PRODUCTIONS

Babel a fait partie des premières agences à systématiser le sous-titrage pour les malentendants des films publicitaires produits pour ses clients (100 % des films depuis 2015).

### SENSIBILISATION

Babel a fortement contribué à la conception et à la réalisation du Guide du handicap - Mettre en place une démarche simple et concrète au sein de la commission Développement durable de l'AACC, qui est diffusé à l'ensemble des agences en communication.

[http://www.aacc.fr/uploads/file/file/000/000/266/AACC\\_DD\\_Guide\\_Handicap\\_25112015\\_MD.pdf](http://www.aacc.fr/uploads/file/file/000/000/266/AACC_DD_Guide_Handicap_25112015_MD.pdf)

En 2018, Babel a organisé une université (formation interne) sur le sujet de l'accessibilité afin de sensibiliser les collaborateurs sur le sujet, notamment par une intervention / témoignage d'une maquettiste de l'agence sourde depuis l'enfance.

# Prévention des risques

L'agence Babel a analysé l'ensemble des risques inhérents à son activité (Document unique) et pilote ces enjeux via le secrétariat général ainsi que le responsable facility management et exploitation immobilière.

Au sein de la délégation unique du personnel, le comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT) dialogue avec la direction de l'agence afin de travailler ensemble à la protection de la santé et de la sécurité des travailleurs ainsi qu'à l'amélioration des conditions de travail.

La politique « risques » de Babel est construite autour de trois axes :

1. Les risques individuels ;
2. Les risques liés au bâtiment ;
3. Les risques liés aux données.

## 1. Les risques individuels

### RISQUES ET QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

#### Les risques psychosociaux

Les risques psychosociaux sont identifiés sur le secteur des agences de communication comme le corollaire potentiel des pics de travail liés notamment au système des appels d'offres et des remises de production majeure. Consciente de ces enjeux, Babel a formalisé une charte sur l'équilibre vie professionnelle/vie personnelle et a notamment renforcé le management de proximité dans son rôle d'observateur attentif, capable de détecter les signes annonciateurs de difficulté, détresse ou surcharge de travail, mais surtout apte à piloter la charge de travail des collaborateurs, gérer les priorités de ceux qui en éprouveraient le besoin, actionner les solidarités au sein d'une équipe, etc.

L'équipe RH, renforcée en 2017, pilote un plan d'actions sur cette thématique. Au premier chef, le comité de direction et la délégation du personnel ont été formés, par une consultante spécialisée, à la compréhension et à l'identification des risques psychosociaux.

Deux outils d'accompagnement, le coaching et le mentoring, ont été également fléchés pour accompagner les collaborateurs sur ces enjeux. Ces outils contribuent non seulement à aider les collaborateurs à mieux prendre du recul et à gérer le stress, mais aussi à valoriser les compétences et à renforcer l'estime de soi.

Chaque année, depuis 2015, plusieurs collaborateurs prenant de nouvelles fonctions avec plus de responsabilités ou éprouvant des difficultés à gérer leur stress ont bénéficié de coaching individuel.

#### Aménagement de l'espace de travail

D'importants travaux ont été réalisés dans le bâtiment. À l'occasion de ces travaux, il a été demandé aux architectes d'intérieur d'être particulièrement attentifs aux conditions de travail. Ainsi, les emplacements lumière

## Responsabilité, talents et performance

directe/lumière indirecte ont été mûrement réfléchis : les néons sont supprimés, des calculs ont été réalisés concernant la hauteur et l'intensité des suspensions pour un meilleur éclairage, etc. De plus, les postes de travail ont été pensés de façon ergonomique et le zoning a été étudié avec les managers de proximité. Le 3e étage a été isolé non seulement thermiquement, mais aussi phoniquement, pour absorber efficacement les bruits et améliorer le confort de travail.

Des espaces détente et une salle à manger sont aménagés pour les pauses déjeuner et les discussions informelles. Certaines salles de réunion n'ayant pas d'ouverture vers l'extérieur ont fait l'objet de travaux pour intégrer des points lumineux artificiels muraux.

### LES RISQUES PHYSIQUES

En tant qu'entreprise de conseil, Babel n'intègre pas de chaîne industrielle de production, ce qui limite les risques d'accidents graves. Les accidents relèvent majoritairement du trajet domicile-travail ou d'accidents légers sur le lieu de travail de type entorse ou coupure légère.

Pour limiter au maximum les risques d'accident, les collaborateurs n'ont pas accès aux salles techniques (chaudière, serveur, produits d'entretien).

En cas d'accident intra-muros, une procédure a été formalisée notamment pour faire intervenir des collaborateurs formés aux premiers secours. Babel dispose d'un défibrillateur et forme chaque année les collaborateurs volontaires à son utilisation.

Babel a disposé des armoires à pharmacie fermées à clé à chaque étage. Un responsable et un suppléant ont été nommés.

Dans le cas de travail tardif le soir, le retour au domicile du collaborateur s'effectue en taxi aux frais de l'entreprise.

En 2018, il y a eu deux accidents du travail.

### FOCUS MÉDECINE DU TRAVAIL

Le suivi médical est effectué dans les cas suivants :

- ▶ tous les deux ans pour chaque collaborateur ;
- ▶ suite à une absence longue pour maladie ;
- ▶ lors du retour de congé maternité ;
- ▶ à la demande du médecin du travail ou du management de l'agence au retour de maladie ;
- ▶ à la demande de collaborateurs.

L'agence est suivie par le cabinet CPMC depuis 2012, ce qui garantit le suivi médical des collaborateurs et un bon accompagnement sur les conditions de travail. Une rencontre régulière est instaurée entre la secrétaire générale et le médecin du travail afin d'identifier les risques éventuels et de suivre le sujet de la santé des collaborateurs.

Embauche	Visite systématique	Reprise maternité	Demande par le médecin	Total de personnes ayant passé la visite médicale
43	23	2	1	69

*Médecine du travail – Statistiques 2017*

## 2. Les risques liés au bâtiment

### LE RISQUE D'INTRUSION

Babel dispose d'un dispositif d'entrée sécurisé, avec un badgeur à code individuel, ainsi que d'un dispositif de télésurveillance et d'alarme en cas d'effraction.

Lors d'événements, Babel peut faire appel à un service de sécurité renforcé pour éviter l'intrusion de personnes extérieures non conviées.

### LE RISQUE D'INCENDIE

Babel dispose de 35 extincteurs répartis dans l'ensemble du bâtiment et vérifiés annuellement. Babel affiche à chaque étage les plans d'évacuation du bâtiment. 13 têtes de détection incendie ont été installées dans l'agence. L'alarme à incendie est testée au moins tous les six mois. Le test fait l'objet d'un e-mail général d'avertissement. Par ailleurs, des évacuations inopinées et chronométrées ont lieu deux fois par an. 14 collaborateurs ont suivi une formation serre-file/guide-file pour mener à bien les évacuations et se servir efficacement des extincteurs. En prévention, Babel fait une vérification annuelle de la conformité des prises électriques.

Babel a réalisé d'importants travaux d'aménagement pour installer des portes pare-flamme à chaque étage, pour éviter la propagation d'un éventuel incendie d'un étage à l'autre et préserver l'escalier comme itinéraire d'évacuation.

Des extracteurs de fumée ont aussi été installés.

## 3. Les risques liés aux données

Babel a mis en place une salle serveur dédiée, sous badge, protégée en cas d'incendie, d'inondation, d'intrusion ainsi que de piratage.

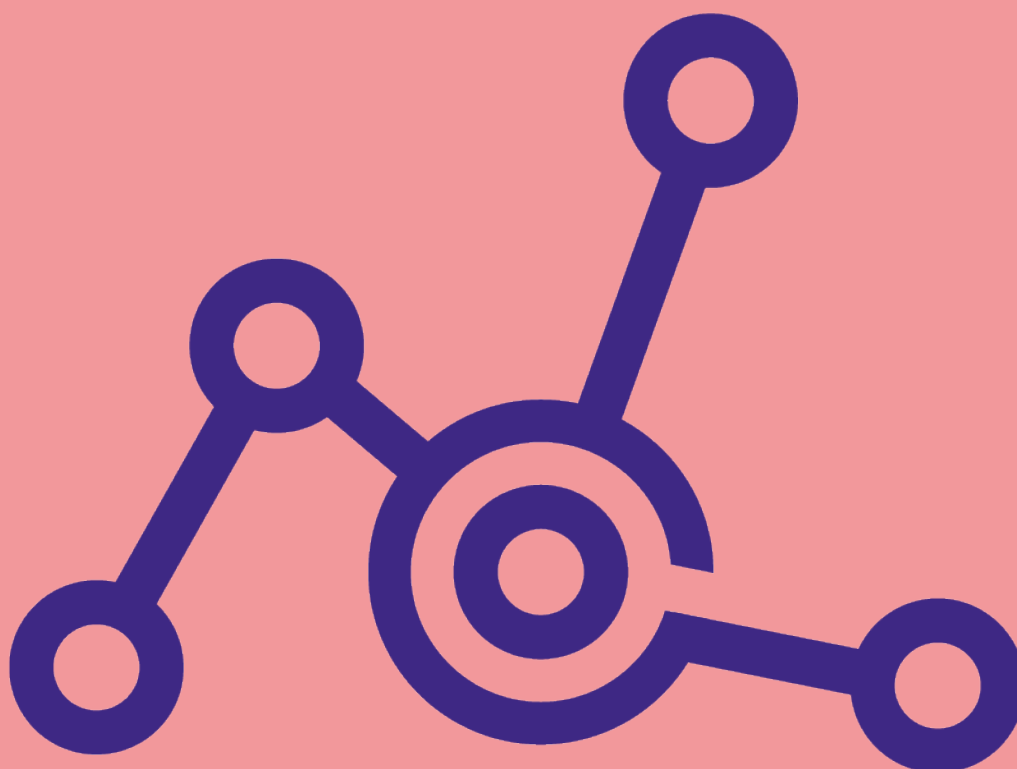
Babel a développé une procédure de sécurisation de l'activité et des données par la création de profils spécifiques dans les accès au serveur ainsi que par la mise en place, en 2015, d'un protocole de sécurisation des données avec évolution des pratiques d'arborescence et d'archivage et l'identification de référents serveurs dans chaque pôle.

Une sauvegarde de l'intégralité des données liées à l'activité commerciale de l'agence est réalisée toutes les heures et dupliquée tous les jours dans un data center sécurisé de manière à pouvoir reconstruire en moins de quatre heures l'ensemble des données de l'agence pour une reprise de l'activité en cas de force majeure.

Aucune autre base de données n'a été constituée que celle permettant le traitement de la paie et des déclarations associées, et qui est dispensée de déclaration CNIL. Seuls la directrice générale, le directeur financier et la gestionnaire de paie accèdent à cette base sécurisée (entrées-sorties, traitement de la paie et des déclarations).

Enfin, Babel est en conformité avec la réglementation RGPD et a sensibilisé ses collaborateurs sur ce sujet à travers des réunions d'informations et une présentation disponible sur son intranet.

## 2. Engagement sociétal et solidaire



## Babel et le rôle de la communication

La création même de l'agence Babel repose sur la conviction que la communication, loin des *a priori* sur les prises de parole factices et superflues destinées à déclencher à tout prix une consommation outrancière, loin de l'usure du langage générée par l'abus d'une parole vaine, est à même d'accompagner les transformations des organisations, des usages et des sociétés.

Babel est née de la conviction que devait voir le jour une communication transformative.

Partenaire du dynamisme du tissu économique, adjuvant des grandes transformations comportementales, de la sécurité aux problématiques de santé publique, la communication porte en elle le pouvoir de la transformation.

C'est fort de cette responsabilité, et nourri par cette culture très spécifique à Babel, que chacun des collaborateurs de l'agence aborde la notion de conseil, dans une exigence permanente de créer des dispositifs porteurs de sens, où chaque mot compte, où chaque opération, même ponctuelle, drôle ou événementielle, doit nourrir le patrimoine de la marque qu'elle sert.

C'est dans cette même exigence que les notions clés de clarté, de transparence, de preuve, de créativité au service du sens sont rendues primordiales.

Le nouveau modèle de Babel, lancé en janvier 2018, affirme plus que jamais ces fondamentaux en structurant l'agence sur les enjeux même de ses clients, en allant à la rencontre de ses parties prenantes pour étayer sa propre transformation.

Dans les faits :

- ▶ une culture très forte du conseil dans laquelle les profils stratégiques et l'ensemble des consultants de l'agence sont garants de la justesse des campagnes, tant dans leurs messages que dans le choix des plans d'actions ;
- ▶ des processus de création et de production qui intègrent pleinement les exigences déontologiques du métier (en particulier l'ARPP) ;
- ▶ une gouvernance de la RSE qui est à la disposition des équipes pour valider ou challenger les dispositifs auprès des créatifs et des consultants ;
- ▶ une capacité à accompagner les enjeux stratégiques, dont des enjeux de RSE, au plus haut niveau auprès des grands clients (ENGIE, SNCF Réseau, etc.) ;
- ▶ une volonté de mettre la communication au service des causes justes, en particulier via des partenariats en *pro bono* ;
- ▶ un engagement du top management de l'agence au service de la création de valeur du métier de la communication, dans ses prises de parole au nom de l'agence ou via l'AACC dont Laurent Habib est aujourd'hui le président.



## Politique « parties prenantes »

En tant qu'acteur responsable et agence construite sur la conviction de l'intelligence collective, Babel fonde son modèle sur le dialogue avec ses parties prenantes.

En janvier 2018, au cours d'une journée événement, la réorganisation de l'agence basée sur ce dialogue a été évoquée au cours d'un débat permettant de préfigurer la nouvelle Babel et d'accompagner sa construction.

### Actualité : « Babel 2 »

Babel lance le 17 janvier 2018 une transformation profonde de son modèle organisationnel en passant d'une structure par pôles à une structure par clusters, dans une organisation matricielle répondant aux problématiques clients et non plus aux préoccupations par métiers.

Fruit d'une réflexion interne nourrie en particulier par des chantiers menés en interne avec les collaborateurs sur les spécificités de la culture de l'agence et les défis qui lui font face, cette réorganisation s'appuie sur des temps forts de dialogue avec ses parties prenantes internes (entretien avec les collaborateurs, groupe de travail sur l'anticipation et le suivi de la transformation au sein de la délégation unique du personnel) et externes.

En particulier, elle lance le 9 février 2018 une grande journée de rencontres avec ses parties prenantes : clients, médias, collaborateurs, partenaires, créateurs et créatifs sont invités à interagir et repenser le modèle d'une agence à travers le prisme des nouveaux besoins du marché.

### 1. Cartographie des parties prenantes

Babel a procédé à l'identification des parties prenantes, à la caractérisation de sa relation avec chacune pour comprendre les besoins et attentes et à la définition d'un plan d'actions spécifique pour les parties prenantes prioritaires.

Les étapes ont été conduites en interne et en interaction avec un échantillon de parties prenantes (interviews et débats).

## 2. Caractérisation de la relation avec chacune des parties prenantes

Parties prenantes	Attentes	Modalités de dialogue
Collaborateurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vision sur le projet</li> <li>• Transparence</li> <li>• Plan d'évolution individuel</li> <li>• Gestion durable de l'emploi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intranet (refonte en 2018)</li> <li>• Information régulière - Babel News</li> <li>• Réunion générale salariés bisannuelle</li> <li>• Réunions de clusters et métiers hebdomadaires</li> <li>• Managers de proximité</li> <li>• Processus d'accueil et brandbook agence</li> </ul>
Gouvernance	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visibilité à long terme</li> <li>• Participation aux décisions de l'entreprise</li> <li>• Transparence</li> <li>• Résultat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comité stratégique trimestriel</li> <li>• Déjeuner hebdomadaire des associés</li> <li>• Réunion bimensuelle du comité de direction</li> <li>• Déjeuner mensuel du comité de direction</li> <li>• Réunion bimensuelle de développement</li> <li>• Instances informelles</li> </ul>
Financeurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profitabilité</li> <li>• Transparence</li> <li>• Orientation stratégique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comité stratégique trimestriel</li> <li>• Réunion d'actionnaires</li> <li>• Information régulière</li> <li>• Résultats financiers</li> </ul>
Représentants du personnel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dialogue - négociation</li> <li>• Conditions de travail</li> <li>• Prévention des risques</li> <li>• Participation aux décisions de l'entreprise</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réunion bimestrielle de la délégation unique du personnel</li> <li>• Groupe de travail spécifique sur la réorganisation de l'agence en 2018 (hebdomadaire à bimensuel).</li> </ul>
Clients	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compétences et modernité : excellence du conseil, créativité, qualité de production</li> <li>• Réactivité</li> <li>• Durabilité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Études Limelight</li> <li>• Site Internet</li> <li>• Conférences et événements</li> <li>• Mailing</li> </ul>
Partenaires (free-lances, pigistes, sociétés de production, agence médias, développement technique, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Durabilité de la relation</li> <li>• Rigueur et bonnes pratiques comptables</li> <li>• Qualité de la relation de travail</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contact direct avec les équipes opérationnelles</li> <li>• Fiche de renseignements dont transparence RSE</li> <li>• Clause de confidentialité</li> <li>• Pilotage de la relation au sein d'un groupe de travail interne à l'agence.</li> </ul>
Fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Achat responsable</li> <li>• Durabilité de la relation</li> <li>• Rigueur et bonnes pratiques comptables</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personnes en charge des achats : services généraux et production</li> <li>• Document d'éthique : confidentialité, démarche RSE</li> <li>• Pilotage de la relation au sein d'un groupe de travail interne à l'agence.</li> </ul>
Communauté Babel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Soutien stratégique et financier</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contact direct</li> <li>• Rencontre annuelle</li> </ul>
Écoles et universités	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transmission de savoir : secteur et métier</li> <li>• Stage et emploi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cours et interventions dispensés par le Président, les managers et plusieurs collaborateurs experts dans différentes écoles et universités</li> <li>• Annonces de stage et d'emploi</li> <li>• Site Internet</li> <li>• Plateforme de recrutement sur le site</li> <li>• Présence sur Welcome to the Jungle</li> <li>• Entretiens</li> </ul>

## Engagement sociétal et solidaire

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réseaux sociaux</li> <li>• Événement Journées portes ouvertes de l'AACC : « La Grande Charrette »</li> <li>• Pilotage de la relation au sein d'un groupe de travail interne à l'agence</li> </ul>
Concurrents	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Échange d'expériences, partage de bonnes pratiques</li> <li>• <i>Fair business</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instances représentatives du secteur (AACC, Syntec, etc.)</li> </ul>
Médias	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Échange d'expériences, partage de bonnes pratiques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Groupes de travail et instances sectorielles</li> </ul>
Syndicats, instances représentatives du secteur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Échange d'expériences, partage de bonnes pratiques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Groupes de travail et instances sectorielles</li> <li>• Présidence de l'AACC par Laurent Habib depuis 2017</li> </ul>
Législateur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Respect de la règle</li> <li>• Transparence</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plateforme de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP)</li> <li>• Documents administratifs</li> </ul>
Leaders d'opinion	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Information</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Site Internet</li> <li>• Réseaux sociaux</li> <li>• Communiqué de presse</li> <li>• Interviews</li> </ul>
ONG, associations	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transparence</li> <li>• Échange collaboratif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Groupe de travail</li> <li>• Site Internet</li> <li>• Réponse aux sollicitations</li> <li>• Mécénat</li> </ul>
Grand public	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilité et pertinence des messages</li> <li>• Accessibilité de l'information</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Site Internet</li> <li>• Réseaux sociaux</li> </ul>



**parties prenantes  
identifiées**



**parties prenantes  
prioritaires :  
collaborateurs,  
clients, partenaires**

# Intégration sociétale

En tant qu'agence de stratégie et de création, Babel se définit comme une communauté de talents, ouverte sur le monde, stimulée par l'énergie créatrice et l'esprit critique issus d'une culture pluridisciplinaire.

En tant qu'entreprise moderne fondée sur l'intelligence collective, Babel construit son expertise en hybridant les savoir-faire, en stimulant la création, en nouant des partenariats forts, stratégiques ou serviciels avec des acteurs de tous horizons, qui confortent la pertinence d'une nouvelle forme de communication : la communication transformative.

Les engagements de Babel s'exercent sur deux axes :

- l'axe sociétal de son soutien à des projets humains et culturels ;
- l'axe du métier de la communication que Babel s'engage à faire évoluer vers le champ de la responsabilité.

## 1. La responsabilité sociétale

La responsabilité sociétale porte sur les interactions sociétales, entrepreneuriales, artistiques et solidaires que l'agence entretient depuis sa création avec des partenaires privilégiés.

### SOUTIEN DE GRANDES CAUSES

**Depuis 2013, Babel soutient plusieurs démarches en *pro bono* de façon régulière.**

#### **Mécénat de compétences pour Apprentis d'Auteuil**

Fondation catholique reconnue d'utilité publique, acteur engagé de la prévention et de la protection de l'enfance.

**Nature du mécénat** : mécénat de compétences. Stratégie de communication, plateforme de messages, conception créative et suivi de projet ont été offerts. Seuls les frais de production sont facturés au réel (hors périmètre de l'agence).

#### **Accompagnement *pro bono* pour *Rose Magazine***

Magazine féminin à destination des personnes touchées par le cancer.

**Nature du partenariat** : concours de création sur le thème du cancer du sein ; trois publicités sélectionnées, une publicité récompensée par Act Responsible.



**projets de mécénat  
suivis régulièrement  
depuis la création de  
Babel**

### **Accompagnement *pro bono* pour la FIDH**

Fédération internationale des ligues des droits de l'homme, qui réunit 178 organisations à travers le monde.

**Nature du partenariat :** stratégie de communication, conception créative et suivi de projet. Seuls les frais de production sont facturés (hors périmètre de l'agence).

### **MÉCÉNAT CULTUREL**

Chaque année, Babel met l'accent sur une action culturelle majeure.

### **Mécénat Gaîté lyrique – H5**

Babel a été grand partenaire de l'exposition HELLO™, coproduite par le collectif H5 et la Gaîté lyrique, qui s'est déroulée du 11 octobre 2012 au 30 décembre 2012 au théâtre de la Gaîté lyrique.

H5 est un collectif de graphistes français, reconnus pour leur court-métrage *Logorama*, qui a reçu neuf distinctions, dont le César du meilleur court-métrage en 2011 et l'Oscar du meilleur court-métrage d'animation en 2009.

**Nature du mécénat :** partenariat stratégique pour la conception et la production.  
Apport financier.

### **Partenariat Rock en Seine**

**Nature du partenariat :** accompagnement créatif depuis 2014 sous la forme de mécénat de compétences.

### **Cartes blanches**

En 2017, pour son book interne, Babel a fait le choix de donner carte blanche à trois jeunes illustrateurs pour illustrer les trois grands axes de communication interne que l'agence s'était choisis.

### **SOUTIEN AUX JEUNES ENTREPRISES : LA COMMUNAUTÉ BABEL**

#### **Akoya, cabinet de conseil spécialisé dans la gestion et la valorisation du capital immatériel**

**Nature du soutien :** participation au capital (20 %) et apport en compte courant.

Hébergement à prix coûtant et mise à disposition de services partagés (*facilities* : système informatique, accueil, salles de réunion, etc.).

Présentation prospects – Création d'une offre complémentaire avec Babel.

Conseil en management.

Réalisation d'outils de communication.

#### **Accès public, consultant stratégique et formateur dans les relations avec les collectivités locales**

**Nature du soutien :** participation au capital (20 %) et apport en compte courant.

Hébergement à prix coûtant et mise à disposition de services partagés (*facilities* : système informatique, accueil, salles de réunion, etc.).

Présentation prospects – Création d'une offre complémentaire avec Babel.

Conseil en management.

## 2. La responsabilité métiers : engagements sectoriels

### AACC

Créée en 1972, l'Association des agences-conseils en communication (AACC) est un syndicat professionnel. C'est aussi une fédération de métiers organisée en neuf délégations couvrant l'ensemble des disciplines de la profession.



instances  
professionnelles

### Actualité : Laurent Habib, président de l'AACC

L'élection de Laurent Habib au poste de président de l'AACC, le syndicat professionnel des agences-conseils en communication, renforce les interactions entre l'agence et les problématiques sectorielles au cœur de laquelle elle évolue : pilotage des carrières, risques psychosociaux, RSE, etc.

#### Commission Développement durable (DD)

Frédérique Pruvost-Laurent, coordinatrice de la démarche, est membre de la commission RSE de l'AACC, qui se tient une fois par mois. Cette commission a notamment participé à la réflexion sur les indicateurs dans la profession, la systématisation des sous-titrages malentendants, le guide *EcoVadis*, le guide sur l'intégration du handicap en agence.

Récemment, l'équipe a activement contribué à l'élaboration du label « Agences actives » établi avec l'AFNOR, qui, avec 22 questions sur quatre grands thèmes structurants (Vision et gouvernance, Réalisation des prestations, Ressources humaines et aspects sociaux et Impact environnemental de l'agence) devient, à partir de 2018, le référent de la profession en matière d'engagement pour le développement durable.

#### Délégation corporate

Un collaborateur est membre actif de la commission corporate. La commission travaille sur la mesure de la valeur de la communication corporate et sur la relation entre les agences et les annonceurs.

#### Commission sociale et commission Formation

La secrétaire générale de Babel participe à la commission sociale et à la commission Formation afin de contribuer aux avancées sectorielles sur les sujets en question et de bénéficier des informations délivrées.

#### Commission Data compliance

Afin d'accompagner la mise en place de la conformité avec le RGPD entrant en vigueur à partir de mai 2018, l'AACC a mis en place une commission spécifique. Babel participe à cette commission afin de co-construire la trajectoire de responsabilité de la profession sur ce sujet sensible et hautement imbriqué dans le métier même des agences.

#### Commission financière

Un collaborateur est membre actif de la commission financière, qui se tient une fois par mois. Ce groupe a notamment conçu un document, « La relation financière et contractuelle en communication digitale », envoyé à toutes les agences.

### SYNTEC RP

Julie Espalioux fait partie du comité d'administration du Syntec RP, qui se réunit une fois par mois. Le syndicat Syntec Conseil en relations publics représente les principales agences de conseil en relations publics et de conseil stratégique en communication. Par le biais du syndicat Syntec RP, ces « bâtisseurs de réputation » initient une réflexion sur le positionnement du métier des relations publics, ses expertises, ses évolutions, ses certifications et sa déontologie.

### COMMUNICATION & ENTREPRISE

Babel est membre de Communication & Entreprise. Forte de plus de 1 700 adhérents, Communication & Entreprise est la plus importante association des métiers de la communication corporate en France. À ce titre, elle joue un rôle référent de représentation et de promotion de la profession.

### EBG

Babel est adhérente de l'Electronic Business Group (EBG), premier club d'affaires de l'économie digitale en France, au service des grandes mutations.

### ADETEM

Babel est adhérente de l'Association nationale des professionnels du marketing (Adetem), dont la mission principale est d'offrir à ses adhérents un lieu nourri d'échanges et de rencontres pour progresser en permanence dans leur métier. Les enjeux développement durable sont au cœur du sujet de l'Adetem.

## 3. Audits et labels : une reconnaissance de l'engagement RSE de Babel

Afin d'apporter une réponse lisible et cohérente aux donneurs d'ordre du marché sur sa démarche RSE et sur son engagement collectif, Babel a répondu, en 2018, à l'audit co-construit avec l'AACC et AFNOR Certification. L'agence s'est vu attribuer, à l'issue de celui-ci, le niveau 3 étoiles qui correspond au niveau le plus élevé du label « Agences Actives ».



Démarche évaluée  
par AFNOR Certification

De même, Babel se situe dans le top 5% des fournisseurs évalués par Ecovadis dans la catégorie « Advertising and market research ». À ce titre, elle a obtenu en 2018 le niveau gold dans le cadre de cette labellisation RSE.



# Éthique et lutte contre la corruption

Babel intègre les enjeux de la RSE au cœur de sa stratégie d'entreprise et est signataire du Pacte mondial des Nations unies (Global Compact) depuis 2014.

En tant qu'adhérente, Babel s'engage à respecter, à mettre en œuvre et à promouvoir les 10 principes relatifs aux droits de l'homme, aux droits fondamentaux au travail, à la responsabilité environnementale et à la lutte active contre la corruption.

Babel est l'une des rares agences de stratégie et communication à avoir choisi de constituer une équipe dédiée à sa démarche RSE. Cette équipe travaille à la formalisation de la politique RSE, de son plan d'actions et de son reporting.

## 1. Éthique et droits de l'homme

Babel s'engage pour une scrupuleuse conformité vis-à-vis des lois françaises en vigueur, de la convention collective de la publicité et des recommandations déontologiques de sa profession.

Dans ses pratiques internes, du recrutement aux parcours professionnels des collaborateurs, Babel veille à appliquer et à promouvoir l'égalité des chances, sans égard pour la nationalité, le lieu de résidence, le sexe, l'origine ethnique ou nationale, la religion ou toute autre condition.

Babel lutte activement contre toute forme de discrimination dans l'exercice de son activité selon trois axes : l'interne, les pratiques métiers, le soutien à de grandes causes.

### L'INTERNE

Dans ses pratiques de recrutement, de développement du capital humain et de relations à ses partenaires économiques, clients et fournisseurs, Babel met en pratique ses principes d'éthique.

Babel partage aussi ses principes fondamentaux en interne, notamment via des moments privilégiés d'échange avec des intervenants internes ou externes. Pour l'un de ses « Biscuits », Babel a ainsi reçu Marc Cheb Sun, fondateur de la revue *Respect Mag*, autour de la notion de diversité. Des Universités et Dredis ont été consacrés aux notions de contrats et de travail (*voir chapitre sur le développement du capital humain*).

Babel s'engage auprès de l'AACC pour l'intégration de jeunes stagiaires en situation de handicap depuis 2017.

La notion d'éthique s'étend également à la question de la gestion des données personnelles sur laquelle la RGPD exige, à partir de sa mise en vigueur en mai 2018, la mise en conformité avec des principes clarifiés et rendus plus rigoureux. Depuis fin 2017, l'agence a constitué un groupe de travail et un mode de pilotage du chantier de mise en conformité et de maintenance du principe dans la durée. Ce sujet touche au premier chef les données personnelles gérées par l'agence pour des raisons légales et/ou de fonctionnement qui font l'objet d'une charte partagée avec les collaborateurs sur l'intranet de l'agence et des plus rigoureuses modalités de gestion.

En 2017, un collaborateur a suivi un cursus spécifique sur l'éthique à l'École des hautes études en sciences sociales, sur un format hebdomadaire pendant un semestre.



### LES PRATIQUES MÉTIERS

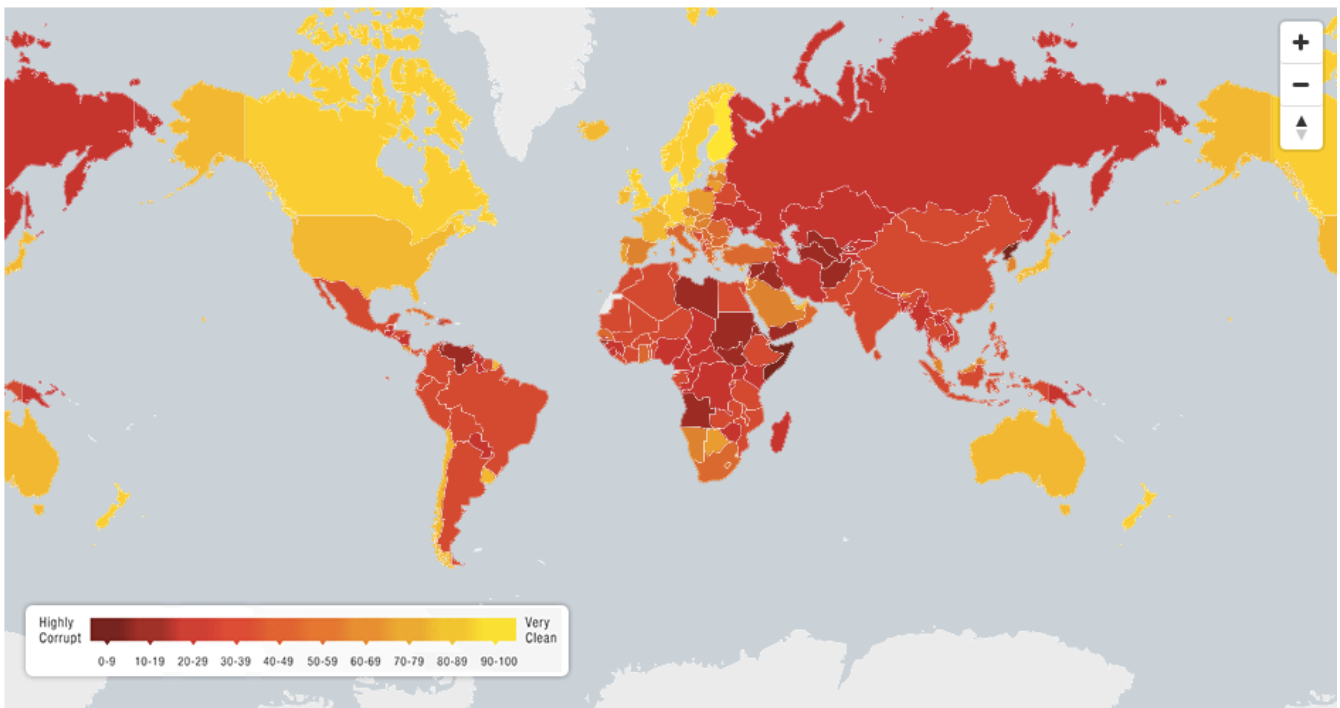
Babel s'attache au respect des droits de l'homme dans ses pratiques métiers et dans la production des outils de communication pour ses clients. Babel est vigilante sur les pratiques de ses sous-traitants : elle intègre, au moment du référencement, des questions de RSE, dont des questions d'éthique, en particulier sur le droit du travail, et demande une lettre d'engagement si le fournisseur n'a pas signé le Pacte mondial des Nations unies. Babel veille aussi au respect des droits individuels des intervenants extérieurs, notamment au respect contractuel des intermittents ou au respect des droits des tiers pour les partenaires artistiques. Au nombre des bonnes pratiques liées au handicap, Babel fait le choix de sous-titrer systématiquement ses productions télévisuelles.

### LE SOUTIEN AUX GRANDES CAUSES

Dans ses engagements aux côtés de grandes causes, Babel fait le choix d'accompagner des enjeux de lutte contre la discrimination, par exemple aux côtés des malades du cancer avec *Rose Magazine* ou pour soutenir Apprentis d'Auteuil qui agit auprès des jeunes et des familles en difficulté.

## 2. Éthique des affaires et lutte contre la corruption

Babel est une agence de conseil en communication qui exerce son activité majoritairement sur le territoire français et minoritairement dans des pays européens qui représentent un faible risque de corruption, comme l'indique Transparency International, à l'index de laquelle la France est classée 21<sup>e</sup> sur 180 en 2018.



### GOUVERNANCE ET APPLICATION

La politique d'éthique des affaires est pilotée par le directeur financier et la secrétaire générale de l'agence Babel et implique un contrôle financier de tiers une fois par an.

Par ailleurs, Babel a mis en place des procédures strictes (recrutement de nouveaux collaborateurs / hors CEE, commandes et achats, etc.) qui limitent les possibilités de non-respect de ses principes éthiques.

Des points réguliers sont opérés avec les collaborateurs dont les fonctions commerciales les mettent en contact avec ces enjeux afin de sensibiliser les équipes RH, financière et juridique sur les sujets d'éthique.

Babel a choisi d'exercer son activité dans un mode dialogué avec l'ensemble des parties prenantes qui impactent ou peuvent être impactées par son activité. Pour ce faire, Babel a identifié ses parties prenantes, caractérisé les interactions avec chacune d'entre elles pour comprendre leurs besoins et leurs attentes.

L'agence délivre une information, en particulier financière, unique et transparente.

(Voir chapitre « Parties prenantes ».)

### FOCUS CLIENTS

L'accompagnement de Babel fait majoritairement l'objet d'un contrat avec le client ou, à défaut, de l'adoption des conditions générales de vente de l'agence ou d'achat de ses clients. La notion d'éthique commerciale y est notamment cadrée par la définition du périmètre des missions, les cessions de droits, les modalités de collaboration et de facturation.

L'entrée en vigueur, en mai 2018, de la RGPD, renforce les obligations de l'agence vis-à-vis des données personnelles qui transitent par elle. Le chantier de mise en conformité, piloté au sein de l'agence et accompagné par un conseil extérieur, est l'occasion d'élever considérablement le niveau de rigueur dans la formalisation de l'exigence d'éthique commerciale qui a toujours eu cours dans l'agence (sérieux des partenaires d'hébergement, absence de réutilisation des données à des fins autres que convenue, etc.).

En particulier, depuis 2014, Babel est signataire de la Charte « La belle Compétition ». À travers elle, l'agence souhaite entraîner le marché français de la communication dans une démarche de progrès en vue de créer un cadre toujours plus vertueux pour les appels d'offres d'agences, fondé sur des exigences de transparence, de responsabilité et de sincérité. Dans le cadre de cette démarche, elle promeut ces principes autour d'elle, dans son écosystème commercial,

### FOCUS FOURNISSEURS

Lors d'achats de biens et de services, la sélection de fournisseurs se fait équitablement sur la base de critères objectifs de comparaison et selon les procédures d'appel d'offres en vigueur si une consultation du marché est réalisée. Dans le cadre de la politique d'achat responsable de l'agence, le processus de référencement d'un nouveau fournisseur prévoit la transmission de données RSE, dont un engagement sur l'éthique.

Babel peut avoir recours à des fournisseurs situés dans des pays marqués par un plus fort indice de perception de la corruption (CPI), notamment pour la réalisation de goodies événementiels. Dans ce cas, Babel exige un engagement écrit de respect des droits de l'homme et de lutte contre la corruption et demande les justificatifs de certification.

Les flux financiers sont cadrés par les conditions générales d'achat de Babel et les signatures de bons de commande.

### PRÉVENTION DE LA CORRUPTION

De par ses pratiques commerciales et financières, Babel s'inscrit dans une démarche d'éthique, de facto protectrice de toute dérive de corruption. Dans toutes les activités où l'agence opère, toute action pouvant conduire directement ou indirectement à de la corruption est strictement interdite. Tout versement ou acceptation

## Engagement sociétal et solidaire

de sommes illicites est strictement interdit dans la conduite des opérations de l'agence. Le Responsable financier est garant des bonnes pratiques. Il est un recours et un conseil pour toute question ayant trait à ces sujets. Enfin, l'agence ne finance aucun partis politiques, syndicat ou organisation religieuse.

### FOCUS SALARIÉS

#### *Rémunération et remboursement des frais professionnels*

Toute rémunération et avantage de quelque nature que ce soit accordés par Babel à tout collaborateur doit résulter d'un accord écrit. Les termes de l'accord écrit doivent avoir été préalablement autorisés par le service comptabilité de l'agence. Tout autre arrangement est considéré comme nul et non avenu. Le service comptabilité peut être consulté pour toute clarification en cas de doute.

L'agence rembourse les frais professionnels des collaborateurs en relation avec leurs activités professionnelles conformément aux règles internes. Les demandes doivent être documentées afin que l'objet, la présence et l'identité des participants puissent être vérifiés. Une personne du service comptabilité est en charge de garantir ces bonnes pratiques.

#### *Utilisation des biens de l'agence*

L'agence est vigilante à ce que les biens et équipements mis à disposition des collaborateurs dans le cadre de leur fonction soient exclusivement réservés à un usage professionnel. Les collaborateurs s'engagent à ne pas utiliser les équipements de l'agence à des fins personnelles.

Babel, en matière de propriété intellectuelle, a pour règle d'acquiescer les licences nécessaires à l'utilisation de chaque logiciel.

# 3. Transformation et impact écologique



# Politique environnementale

En tant qu'acteur responsable du secteur de la communication, Babel souhaite réduire ses impacts sur l'environnement, qu'ils soient directs, indirects ou induits (liés aux effets de la communication).

Pour construire sa politique environnementale, Babel a réalisé un état des lieux de ses activités et de leurs impacts sur l'environnement. À l'issue de ce travail, Babel a formalisé sa politique autour de trois catégories.

## **1. Les impacts environnementaux liés à l'organisation**

De par son activité de service, n'intégrant pas de chaîne de production sur site, les impacts environnementaux de Babel sont plutôt limités, mais l'agence s'efforce de les réduire encore.

Les impacts environnementaux principaux sont l'énergie et les matières premières nécessaires au fonctionnement de l'agence.

## **2. Les impacts environnementaux liés à la production/fabrication**

Il s'agit des impacts liés à la fabrication des supports de communication ou d'événements. Les impacts environnementaux sont donc liés à l'impression, au développement informatique, à la tenue d'un événement, à la fabrication de goodies, à la réalisation d'un shooting photo, d'un tournage ou d'un montage, etc. Il s'agit d'un ensemble d'activités complexes et spécifiques à chaque cas, qui nécessitent de l'énergie, des matières premières, et génèrent des déchets.

## **3. Les impacts environnementaux liés aux effets de la communication**

Il s'agit, d'une part, de la nature du produit ou service mis en scène et, d'autre part, de la nature du message qui lui est attribué : quel est le produit concerné ? Le message pousse-t-il à une surconsommation ?

Le message environnemental délivré est-il justifié ?

## Les actions

Dans le cadre d'une activité de service, qui n'intègre pas de production sur site, Babel a choisi de construire un plan d'actions par thématique (vs par nuisance).

### 1. Les impacts environnementaux liés à l'organisation

THÉMATIQUES	OBJECTIFS 2018	INDICATEURS DE SUIVI	ACTIONS
<b>Énergie</b>			
Chauffage (fioul)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réduire la consommation de 5 %</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consommation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Régularité du tableau de suivi des consommations</li> </ul>
Électricité	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réduire la consommation de 5 %</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consommation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Changement des ampoules</li> <li>Détecteurs de présence</li> <li>Serveurs virtuels</li> <li>Sensibilisation des collaborateurs (charte interne)</li> <li>Régularité du tableau de suivi des consommations</li> </ul>
<b>Eau</b>			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réduire la consommation de 2 %</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consommation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analyse des fuites</li> <li>Sensibilisation des collaborateurs (charte interne)</li> </ul>
<b>Transport</b>			
Déplacements domicile/travail	<ul style="list-style-type: none"> <li>Augmenter la part d'abonnements Vélib'</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Quantité d'abonnements</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incitation financière lors de la Semaine de la mobilité ou de la Semaine du développement durable</li> </ul>
Déplacements professionnels	<ul style="list-style-type: none"> <li>Augmenter la part d'abonnements Vélib' et Autolib'</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Quantité d'abonnements</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proposition en réunion d'équipes</li> <li>Souscrire un contrat Vélib' pro ou incitation financière individuelle</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réduire l'impact taxi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Km compensés</li> <li>Km parcourus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sensibilisation des collaborateurs (charte interne + Babelbook)</li> <li>Augmentation des abonnements mobilité douce</li> <li>Coursier à vélo pour les plis non urgents</li> <li>Compensation carbone des taxis</li> </ul>
<b>Achat</b>			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mettre en place une politique « achat durable »</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pourcentage de produits labellisés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Groupe de travail achat</li> <li>Formalisation d'une politique « achat durable »</li> </ul>
<b>Déchets</b>			
Limiter la production de déchets	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réduire la consommation de papier de 5 %</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Quantité achetée</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sensibilisation des collaborateurs (charte interne + Babelbook)</li> </ul>
Optimiser le recyclage	<ul style="list-style-type: none"> <li>Augmenter le nombre de flux de matériaux recyclés (aujourd'hui papier)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nombre de matériaux</li> <li>Tonnage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sensibilisation des collaborateurs (charte interne + Babelbook)</li> <li>Mise en place de poubelles de tri multiflux</li> </ul>

## Transformation et impact écologique

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Augmenter le recyclage de 20 %</li> </ul>		
THÉMATIQUES	OBJECTIFS 2018	INDICATEURS DE SUIVI	ACTIONS
Environnement/Gaz à effet de serre (GES)			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identifier l'impact carbone chiffré de l'activité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Résultats du bilan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Élaboration du bilan carbone</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adopter des indicateurs de suivi et des objectifs de réduction</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Sensibilisation des collaborateurs (charte interne)</li> </ul>

## 2. Impacts environnementaux liés à la production/fabrication

Dans le cadre de sa politique environnementale de production et de fabrication des outils de communication, Babel met en place une démarche d'amélioration continue avec les équipes au premier chef, mais aussi les syndicats sectoriels et les prestataires pour identifier les impacts environnementaux, les hiérarchiser et trouver des actions spécifiques efficaces.

THÉMATIQUES	OBJECTIFS 2018	INDICATEURS DE SUIVI	ACTIONS
Transport			
Déplacement métier	<ul style="list-style-type: none"> <li>Évaluer l'impact réel des déplacements et transports métier</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>g CO<sub>2</sub></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Élaboration d'un bilan carbone</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réduire l'impact des déplacements de production</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Km compensés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Compensation carbone du transport lié aux tournages à l'étranger</li> </ul>
Transport marchandises	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réduire l'impact des livraisons de marchandises et routage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Km parcourus/mode de transport utilisé</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Choix de fournisseurs de proximité ou ayant recours à une politique de réduction d'impact (transports alternatifs, compensation)</li> </ul>
Déchets			
Événement	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mise en place d'une politique « gestion des déchets événementiels » comprenant objectifs et indicateurs de suivi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Charte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Groupe de travail événementiel</li> <li>Rendez-vous avec l'Association des agences de communication événementielle (Anaé)</li> <li>Formalisation d'une politique « gestion des déchets »</li> </ul>
Print	<ul style="list-style-type: none"> <li>Maintien 100 % imprimeurs labellisés, 100 % papier labellisé</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Mise à jour des fiches de renseignements fournisseurs</li> </ul>
GES			
Global	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identifier l'impact carbone chiffré de l'activité élargie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>g CO<sub>2</sub></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Élaboration d'un bilan carbone</li> </ul>
Événements	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réduire l'impact des événements</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>g CO<sub>2</sub></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Politique « RSE événements »</li> </ul>

### **3. Impacts environnementaux liés aux effets de la communication**

Dans le droit fil de l'impulsion donnée par Laurent Habib dans son livre *La Communication transformative*, Babel se donne pour mission d'accompagner la transformation des marques et des entreprises, de délivrer un message juste en visant une communication responsable et utile.

L'agence est vigilante aux recommandations de l'ARPP sur les arguments écologiques et sociétaux. Elle veille à ce que les outils de communication ne prônent pas de comportements inciviques et que l'argument écologique, s'il y a lieu, soit utilisé à bon escient et fondé sur des preuves.

Des échanges avec l'équipe RSE de l'agence permettent de partager sur la responsabilité des messages.

Avant la réalisation des publicités print ou film, les producteurs soumettent la création ou le script à l'ARPP pour échange et conseil. Le script ou la maquette sont alors retravaillés, le cas échéant, en fonction des retours de l'ARPP avant d'être proposés au client pour validation.

Aucune publicité conçue chez Babel n'a reçu d'avis défavorable.

Les recommandations de l'agence devancent même les obligations des annonceurs, en particulier pour les prises de parole digitales, moins soumises à réglementation mais pour lesquelles l'agence joue pleinement son rôle de conseil, tant pour la responsabilité de la communication que le risque en notoriété potentiellement généré.



# Gestion des déchets

Les enjeux sectoriels dans le domaine des déchets portent pour une part sur les déchets de fonctionnement des agences et, de façon majeure, sur les impacts de la production des campagnes et événements.

Pour bâtir une politique interne de gestion des déchets cohérente et efficace, Babel a réfléchi, d'une part, à la réduction des déchets à la source et, d'autre part, à l'optimisation du recyclage des déchets (matière première secondaire ou valorisation).

## 1. Déchets directs de fonctionnement

### LIMITATION DES DÉCHETS

- ▶ Installation de fontaines à eau sur la colonne d'eau reliée à l'eau courante dans l'ensemble du bâtiment pour limiter la consommation de bouteilles plastique individuelles.
- ▶ Choix de gobelets en carton, matière renouvelable issue de forêts durablement gérées, plutôt qu'en plastique issu de matières fossiles.
- ▶ Mise à disposition de mugs pour l'ensemble des collaborateurs et dans chaque salle de réunion. Système de collecte dans les étages et de lave-vaisselle pour limiter les vaisselles « sauvages » très consommatrices d'eau.
- ▶ Proposition de café filtre toute la journée aux collaborateurs pour limiter l'utilisation de capsules individuelles.
- ▶ Configuration des ordinateurs en impression recto verso par défaut.
- ▶ Utilisation de papier 75 g pour l'impression interne, associée à l'utilisation de papier labellisé issu de forêts durablement gérées à 100 %.

### OPTIMISATION DU RECYCLAGE DES DÉCHETS

Babel trie six flux de déchets différents.

- ▶ **Le papier** est un déchet conséquent dans une entreprise de services. Babel a fait le choix d'un tri des papiers via des poubelles individuelles biflux. Paprec, prestataire, se charge de la collecte des déchets papier deux fois par semaine et de leur traitement. Un reporting mensuel est remis à l'agence pour assurer le suivi (345 bacs de 340 litres collectés en 2017, soit 12,5 tonnes de papier, contre 472 bacs en 2016). La consommation de papier a baissé d'environ une tonne alors que le nombre de collaborateurs a augmenté de 30 % environ.
- ▶ **Les piles** utilisées pour son activité. Babel propose aussi aux collaborateurs de ramener les piles issues de leur usage personnel. Les piles sont apportées dans un point de collecte Corepile près de l'entreprise.
- ▶ **Les néons** sont apportés dans un point de collecte Recyclum près de l'entreprise.
- ▶ **Le verre** fait l'objet d'un tri spécifique en étant collecté par la Ville de Paris, qui se charge de son recyclage.
- ▶ **Les déchets d'équipements électriques et électroniques (D3E)** : le service informatique fait appel à diverses associations pour venir collecter les D3E et assurer leur recyclage. Une opération interne de collecte de D3E est organisée une fois par an.

## Transformation et impact écologique

- ▶ **Les cartouches d'encre** sont reprises par Conibi, 1<sup>er</sup> consortium dédié à la collecte et à la valorisation des consommables d'impression. En 2016, 190 cartouches ont été collectées et recyclées.

Une campagne de sensibilisation interne, créée par une équipe de directeurs artistiques et concepteurs-rédacteurs de l'agence, sensibilisera en 2018 l'ensemble des collaborateurs à une meilleure gestion des déchets : limiter les impressions, utiliser les mugs, privilégier les fontaines à eau et réutiliser le gobelet individuel, appliquer les consignes de recyclage, etc.

### ENGAGEMENTS :

 **20 %**  
**de déchets**  
**recyclés en 2018**

 **9**  
**types de matières**  
**collectées en 2018**

## 2. Déchets indirects de production des campagnes

Babel est attentive au recyclage des déchets émis lors de la production des campagnes de communication, que ce soit lors d'un événement, lors de la fabrication d'outils d'édition papier ou du recyclage des campagnes en affichage.

Au sein du groupe de travail sur la RSE, une directrice de production senior est plus particulièrement en charge du plan d'actions sur la réduction des impacts des campagnes.

Un groupe de travail spécifique sur les événements a été constitué avec l'équipe événementielle afin de mieux anticiper les enjeux de fabrication durable et de recyclage.

Assez mature sur le sujet de la limitation des impacts de la production print, Babel travaille en collaboration avec ses fournisseurs (imprimeurs, événementiels, etc.) pour optimiser encore les productions en matière de déchets et rejets. Babel fait appel exclusivement à des imprimeurs labellisés Imprim'Vert® sur l'ensemble de leur chaîne de fabrication, ce qui garantit une réduction considérable des rejets dangereux, la non-utilisation de produits toxiques et la limitation des déchets de production. Tout cela s'associe à une filière à 100 % labellisée PEFC ou FSC.

# Énergie

Dans l'optique d'une nécessité environnementale conjuguée à bon escient avec un bénéfice économique, la politique « énergie » de Babel passe autant par une meilleure gestion des dépenses énergétiques que par l'optimisation des consommations, que ce soit les consommations propres ou celles induites dans la production des dispositifs de communication.

Il s'agit d'actions souvent simples, mais qui relèvent néanmoins du changement de comportement individuel, donc d'une prise de conscience qui implique un véritable accompagnement.

Chez Babel, en lien direct avec l'équipe RSE, un collaborateur est plus spécifiquement en charge des sujets de *facility management* et d'exploitation immobilière. Son rôle est d'identifier les points d'amélioration et les leviers d'actions.

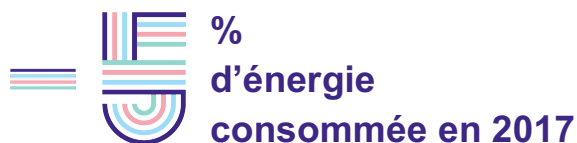
Quatre niveaux d'intervention ont été identifiés.

N.B. : Babel a opté en 2017 pour l'option énergie renouvelable de EDF, son fournisseur énergétique.

## 1. L'efficacité énergétique du bâtiment

Babel est locataire d'un bâtiment classé, ce qui implique deux contraintes majeures :

- ▶ le statut de locataire ne permet pas à l'agence de réformer le bâtiment autant que souhaité ;
- ▶ le classement au titre des monuments historiques impose une réglementation, notamment pour les travaux concernant la façade extérieure, donc les fenêtres à simple vitrage.



Le graphique illustre une réduction de 10,77% de la consommation d'énergie en 2017. Il se compose d'un pictogramme à gauche et d'un texte à droite. Le pictogramme est constitué de deux parties : une partie supérieure avec des barres horizontales de différentes hauteurs et couleurs (bleu, vert, orange, rouge) et une partie inférieure avec des arcs concentriques de couleurs similaires. À droite du pictogramme, le texte indique « % d'énergie consommée en 2017 ».

### ISOLATION

En 2014, Babel a lancé un grand chantier de rénovation interne. Au 3<sup>e</sup> et dernier étage, une isolation de la toiture a été réalisée. 2 x 20 cm de laine de verre ont été installés. L'isolation répond à la norme RT2012, avec une résistance thermique  $R = 10 \text{ m}^2 \text{ K/W}$ , ce qui a fortement contribué à la réduction de la consommation électrique en 2015 (-10,77 % de consommation électrique).

### ÉCLAIRAGE

Un travail sur la lumière naturelle a été mené pour accroître le confort des collaborateurs et réduire l'usage de la lumière artificielle. L'ensemble des néons a été remplacé par des lumières plus localisées, avec des ampoules basse tension, le tout dans le respect du bien-être au travail des collaborateurs.

## 2. L'efficacité énergétique des équipements

### SERVEURS

En 2015, Babel a virtualisé l'ensemble de ses serveurs informatiques. Cela représente près de 80 % d'économie d'énergie. Le nouveau serveur est labellisé Green IT.

Dégageant une forte chaleur, les serveurs se trouvent dans une salle climatisée.

Une étude a été réalisée pour réutiliser la chaleur dégagée, mais les quantités ne sont pas assez importantes pour qu'un système d'exploitation soit mis en œuvre.

### ÉQUIPEMENT INFORMATIQUE

Que ce soit pour les ordinateurs ou les téléphones mobiles, Babel a recours quasi uniquement à la marque Apple, qui travaille en continu sur l'optimisation énergétique de la consommation des équipements.

### CHAUFFAGE

La chaudière fonctionne au fioul. Une étude pour équiper l'agence d'une chaudière à gaz reliée au gaz de ville a été menée, mais les investissements considérables associés n'ont pu être réalisés dans le cadre du contrat de location.

La chaudière est entretenue annuellement.

Des améliorations de la consommation ont été apportées :

- ▶ un horodateur a été installé pour diminuer la consommation nocturne ;
- ▶ des robinets thermostatiques ont été posés sur l'ensemble des radiateurs de façon à mieux piloter la température de chaque espace.

### VÉHICULES

Babel dispose de peu de véhicules de fonction, qui sont exclusivement des petites cylindrées (*voir « Transports et déplacements »*).

### CLIMATISATION

La climatisation n'a été installée que dans les cas de nécessité : salle serveurs, salle photogravure.

## 3. L'efficacité énergétique due aux comportements

### SENSIBILISATION

En 2018 a été déployée une campagne interne visant à sensibiliser les collaborateurs à l'extinction des équipements électroniques et électriques, la mise en veille systématique des ordinateurs en cas d'absence momentanée (rendue obligatoire par les questions de veille sur les données personnelles et les questions de confidentialité), l'extinction des lumières individuelles en fin de journée et des lumières collectives lorsque la luminosité naturelle le permet.

### VÉRIFICATION

Un agent passe à 21 heures, chargé d'éteindre l'ensemble des lumières et de veiller à la fermeture des fenêtres. Un tableau mensuel de suivi énergétique a été instauré en 2014. On peut noter que les efforts et les investissements de Babel ont permis de réaliser une réduction de consommation électrique (151 572 kWh en 2017 contre 190 406 en 2016) et de fioul entre 2016 et 2017 grâce à des suppressions de matériels fortement consommateurs d'énergie (lampes, matériel informatique) et une optimisation des serveurs.



Début 2019, Babel a souscrit à un contrat Energie Renouvelable EDF.



SUIVI ELECTRICITE - EAU - FUEL 2017

Abonnement	Localisation		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Total 2017
EDF 1-IMPHI 1-ILSWIW 1-RGQ025 février 2017	41 rue Greneta	Montant	1 638,76	2 220,73	1 208,96	1 420,27	1 205,05	1 099,26	1 145,08	999,58	992,21	1 111,37	1 309,67		14 350,94
		Kwh	11 864	12 138	12 843	11 525	11 409	10 235	10 661	9 317	9 160	10 450	10 666		114 258
1-15IPWLU		Assurance 4rt					18,00		18,00		18,00		18,00		91,00
1-15ISOE	1Bis rue Dussoub	Montant	325,20		372,08		246,01		170,22		260,28		230,04		1 603,83
		Kwh	1877		2295		1171		1534		1697		1446		10 020
1-15IWWVN		Assurance 4rt				18,00		18,00		18,00		18,00		18,00	91,00
1-15S2WL	2Bis rue Greneta	Montant	538,55		516,67		317,68		248,40		390,01		573,19		2 584,50
		Kwh	3779		3584		1810		2499		2765		4273		18 710
1-15IWWZT		Assurance 4rt				18,00		18,00		18,00		18,00		18,00	72,00
1-15S2TO	3Bis rue Greneta	Montant	328,56		317,46		194,41		145,91		219,95		231,37		1 437,66
		Kwh	1907		1808		711		1324		1365		1459		8 574
1-15IWWBQ		Assurance 4rt				18,00		18,00		18,00		18,00		18,00	72,00
Assurances 1-IMBAY-193															
Provisions															0,00
<b>Total Electricité</b>		Montant	1 638,76	3 413,04	1 208,96	2 626,48	1 277,05	1 857,36	1 217,08	1 564,11	1 064,21	1 981,61	1 381,67	1 072,60	20 302,93
		Kwh	11 864	19 701	12 843	19 212	11 409	13 927	10 661	8 674	9 160	16 277	10 666	7 178	151 572
ENEDIS EDF	38 rue Greneta	Montant											54,74		64,74
		Kwh											0		-
Abonnement	Localisation		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Total 2017
Eau de Paris	41 rue Greneta	Montant		589,65						1 019,87			632,43		2 241,95
		m3		213						293			294		700
<b>Total Sloop</b>		Montant	1 795,00	1 945,00	1 845,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 845,00	0,00	0,00	1 837,50	9 267,50
		Litres	3 000,00	3 000,00	3 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3 000,00	0,00	0,00	3 000,00	15 000,00
Provisions															
<b>Total Eau de Paris</b>		Montant	0,00	589,65	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 019,87	0,00	0,00	632,43	0,00	2 241,95
		m3	0,00	213,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	293,00	0,00	0,00	194,00	0,00	700,00

Extrait du tableau d'indicateurs.

## 4. L'efficacité énergétique des productions

Si la première phase d'amélioration continue de Babel a d'abord porté sur l'optimisation des pratiques internes, l'agence a pleinement préempté les questions de consommation énergétique liée à la production d'outils de communication : print, digital, événementiel, innovation, tournages et shootings. Chacun de ces volets fait l'objet d'une démarche de progrès au sein de l'agence.

Sur le volet IT, la directrice de production spécialisée en digital en charge du sujet pilote la démarche avec notre directeur technique. Les acquis à date, qui continuent de faire l'objet d'améliorations, sont concentrés autour de la performance en amont sur le développement, le choix des hébergeurs pour leurs qualités de performance

## Transformation et impact écologique

énergétique (mutualisation, machines, etc.), la fermeture des serveurs inactifs et le dialogue avec les partenaires pour généraliser les bonnes pratiques.

Le plan d'actions 2018-2019 porte principalement sur les points suivants :

- ▶ formalisation des *guide lines* en matière de production audiovisuelle ;
- ▶ mise en place d'une politique d'optimisation énergétique des productions événementielles ;
- ▶ optimisation de la politique « Green IT » ;
- ▶ régularité des tableaux de suivi, définition d'objectifs précis de réduction, contrôle.

# Transports et déplacements

Les transports et déplacements sont un élément important de l'activité de Babel, non seulement pour les déplacements professionnels des collaborateurs, mais aussi pour fabriquer, produire et diffuser les outils de communication.

L'optimisation des transports et déplacements relève à la fois d'une nécessité environnementale et d'un bénéfice économique pour lesquels Babel a mis en place un plan d'actions pour les réduire.



**Moins de 110 g CO<sub>2</sub>/km**  
en moyenne pour les voitures de fonction

## 1. Transports et déplacements liés à l'activité

Babel est située en plein cœur de Paris, dans le quartier piétonnier de Montorgueil-Saint-Denis. Cette position centrale lui permet de minimiser l'impact environnemental des déplacements de ses collaborateurs et des déplacements de ses clients.

### DÉPLACEMENTS DOMICILE/TRAVAIL

Babel encourage les transports collectifs ou les transports dits doux pour les déplacements domicile/travail. Babel rembourse la carte Navigo ou l'abonnement Vélib' à hauteur de 50 %. Babel dispose également, pour les collaborateurs, d'un garage à vélos sécurisé.

### DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS

De par sa situation centrale dans Paris, la majorité des déplacements professionnels sont réalisés en transport en commun : 11 lignes de métro et RER accessibles à pied, 12 stations Vélib' et 5 stations Autolib' à proximité.

Par ailleurs, Babel dispose d'une flotte restreinte de véhicules de fonction (cinq véhicules), soit quatre petites cylindrées émettant moins de 110 g CO<sub>2</sub>/km, dont une voiture en libre-service pour favoriser le covoiturage, et une voiture hybride.



**74,6 %**  
**carte Navigo**

Le train est favorisé lors de déplacements nationaux quand les horaires le permettent et, dès que cela est possible, Babel privilégie les conférences téléphoniques.

Le top management, pour des raisons de sécurité, de confidentialité et d'efficacité, se déplace en taxi. Les trajets concernés sont majoritairement dans Paris intra-muros. Un suivi des émissions de CO<sub>2</sub> est effectué mensuellement conformément au contrat passé avec la compagnie concernée.

### PLAN D' ACTIONS 2016-2017

- ▶ Utilisation systématique de coursiers à vélo pour les plis non urgents.
- ▶ Développement des abonnements Vélib' par une incitation financière lors de la Semaine de la mobilité.

## **2. Transports et déplacements liés aux productions**

Babel fait le choix de fournisseurs de proximité, c'est-à-dire nationaux ou frontaliers, pour limiter l'impact des transports de livraison des produits.

Par ailleurs, les tournages et shootings photo sont principalement réalisés dans des studios ou des décors parisiens, français ou dans les pays proches.

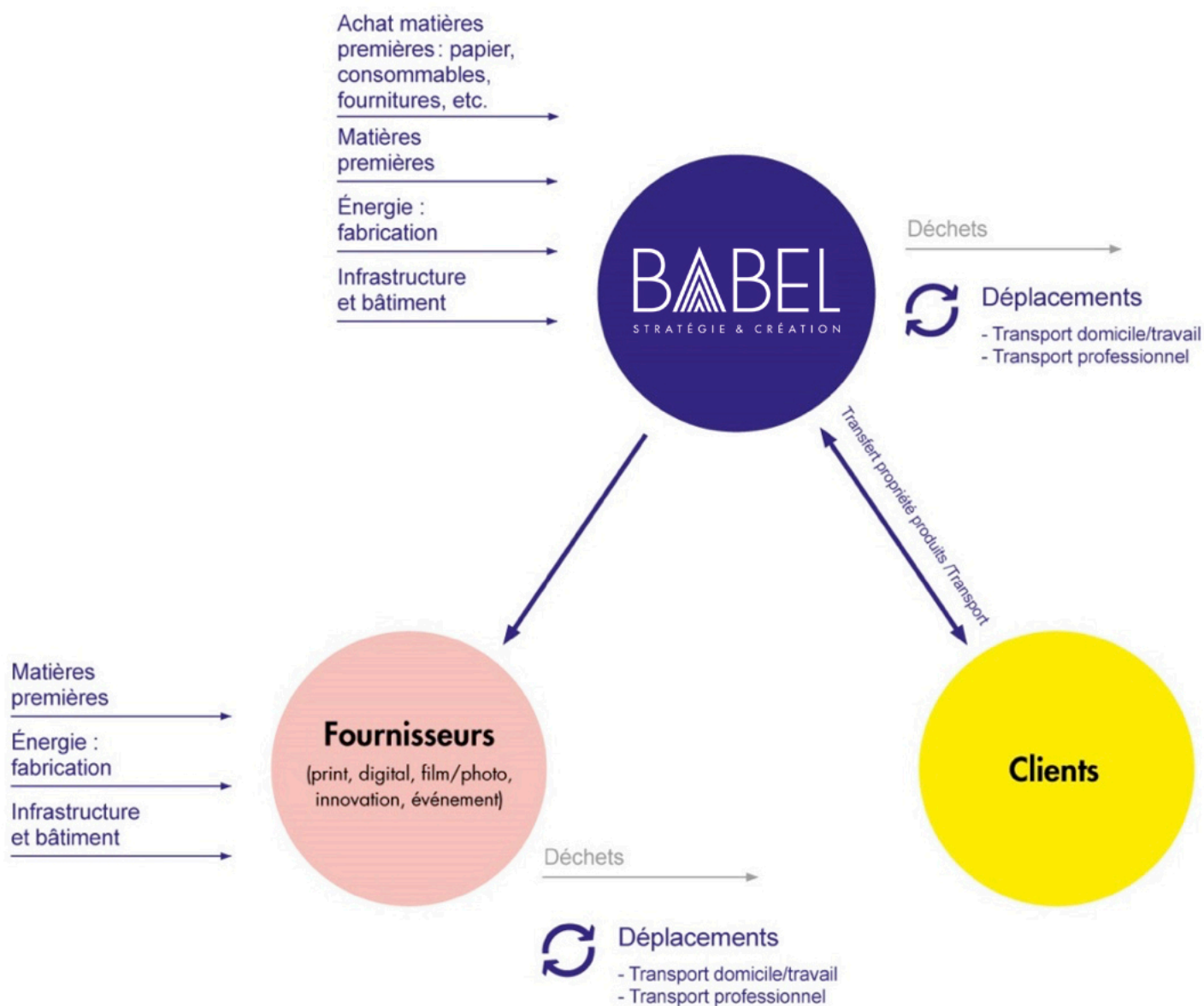
### Plan d'actions 2018

- ▶ Identification de l'ensemble des transports et déplacements liés aux productions.
- ▶ Mise en place progressive d'un principe de compensation carbone des transports, notamment liés aux tournages à l'étranger.



## Politique « GES »

Babel est pleinement consciente de ses impacts sur l'environnement (voir « Politique environnementale ») et souhaite les réduire. Babel initie une politique « Gaz à effet de serre » (GES) et a, en premier lieu, identifié et analysé les flux de son activité pour en déterminer les émissions directes et indirectes.



## Analyse des émissions

### PÉRIMÈTRE ÉMISSIONS DIRECTES

Il correspond à l'activité au quotidien. Les transports et la consommation énergétique de fioul représentent la majorité des émissions. En tant que locataire, Babel ne peut pas agir sur son système de chauffage, mais a réalisé des travaux d'isolation du bâtiment pour réduire sa consommation énergétique et mène des actions de sensibilisation des collaborateurs aux usages.

Babel travaille activement à la réduction de ses émissions liées au transport (*voir « Transports et déplacements »*).

### PÉRIMÈTRE ÉMISSIONS INDIRECTES

Il correspond à la production des campagnes de communication que Babel réalise pour ses clients, qu'elles soient papier (print), vidéo, physiques (événementielles) ou digitales.

Babel n'a pas encore de tableaux de suivi GES concernant la production des campagnes de communication.

## Plan d'actions 2018

### GESTION DES GES

- ▶ Mise en place d'un tableau de suivi des émissions directes.
- ▶ Réalisation d'un bilan carbone élargi (émissions directes, indirectes et induites).

### TRANSPORT

(*Voir « Transports et déplacements »*.)

### PRODUCTION

- ▶ Mise en place d'un calcul des émissions des événements.

TABLEAU DE CONCORDANCE GLOBAL COMPACT

Thématiques Global Compact	Rappel des 10 principes fondamentaux du Global Compact	Positionnement de Babel	Concordance Rapport RSE Babel
Droits de l'Homme	<p><b>Principe 1</b> : Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'Homme</p> <p><b>Principe 2</b> : Les entreprises sont invitées à veiller à ne pas se rendre complices de violations des droits de l'Homme</p>	<p>L'Homme est au cœur de Babel. Le respect des droits de l'Homme passe tout d'abord par l'application exhaustive des lois françaises en vigueur et de la convention collective de la publicité.</p> <p>Il passe aussi par l'application et la promotion de la plus grande égalité entre tous les êtres humains :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Babel lutte activement contre toutes les formes de discriminations dans l'exercice de son activité et assure la diffusion de son engagement en interne</li> <li>• Babel s'attache au respect des droits de l'Homme dans ses pratiques métiers et dans la production des outils de communication pour ses clients</li> <li>• Babel s'engage aussi aux côtés d'organismes qui défendent de grandes causes humaines (via notamment des campagnes de communication pro bono)</li> </ul>	<p>p 16 à 19</p> <p>p 24 à 31</p>
Normes internationales du Travail	<p><b>Principe 3</b> : Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective</p> <p><b>Principe 4</b> : Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination du travail forcé ou obligatoire</p> <p><b>Principe 5</b> : Les entreprises sont invitées à contribuer à l'abolition effective du travail des enfants</p> <p><b>Principe 6</b> : Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination de toute discrimination en matière d'emploi et de profession</p>	<p>En tant qu'entreprise de conseil en stratégie et création, le capital humain est l'actif immatériel clé de l'activité de Babel, au cœur de son modèle de création de valeur.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Babel développe une vision long-terme de politique RH : recrutement majoritaire en CDI, stabilité de l'emploi, gestion des carrières comme levier de fidélité, lutte contre la précarité.</li> <li>• Babel s'attache à prévenir les discriminations en matière d'emploi, promeut l'égalité des chances (hommes/femmes, âge, handicap, situation familiale) et l'insertion professionnelle et encourage le développement du capital humain et des compétences.</li> <li>• Enfin, à travers sa politique de santé et sécurité au travail, Babel assure la sécurité et le bien-être de ses collaborateurs.</li> </ul>	<p>p 8 à 22</p> <p>p 32 à 35</p>
Environnement	<p><b>Principe 7</b> : Les entreprises sont invitées à appliquer l'approche de précaution aux problèmes touchant à l'environnement</p> <p><b>Principe 8</b> : Les entreprises sont invitées à prendre des initiatives tendant à</p>	<p>Babel a mis en place une environnementale depuis 2014 afin de réduire ses impacts sur l'environnement, qu'ils soient directs, indirects ou induits (liés aux effets de la communication), qu'ils soient liés à son fonctionnement, à ses productions ou encore aux effets de la communication.</p>	<p>p 37 à 50</p>

## Transformation et impact écologique

	<p>promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement</p> <p><b>Principe 9 :</b> Les entreprises sont invitées à favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement</p>		
<p><b>Lutte anti-corruption</b></p>	<p><b>Principe 10 :</b> Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin</p>	<p>Babel est une agence de communication qui exerce son activité majoritairement sur le territoire français et minoritairement dans les pays limitrophes tels que la Suisse. Ces pays représentent un faible risque de corruption comme l'indique Transparency International. La France est classée 21<sup>ème</sup> sur 180 en 2018.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lorsque l'agence a recours à des fournisseurs situés dans des pays à plus fort indice de perception de la corruption (notamment pour la production de goodies événementiel), elle exige un engagement écrit de respect des droits de l'Homme et de lutte contre la corruption et demande les justificatifs de certification.</li> <li>• Babel exerce son activité en toute transparence auprès de ses parties prenantes qu'elle a identifiées et avec qui elle dialogue.</li> </ul>	<p><b>p 32 à 35</b></p>