



## COMMUNICATION SUR LES PROGRÈS (COP) GC ACTIVE

PÉRIODE COUVERTE PAR NOTRE COMMUNICATION SUR LES PROGRÈS (COP)  
De juin 2021 à juin 2022

*En introduction, nous précisons que Values.media est en phase de labélisation auprès de l'organisme LABEL LUCIE.*

*Ainsi l'ensemble des 7 thématiques de la RSE et des 17 ODD a été examiné par des groupes de travail « partie prenante interne » et nos engagements soumis à un échantillon de clients, fournisseurs et partenaires.*

*Nous avons fait le choix d'intégrer les actions principales entreprises par Values.media, les voies d'amélioration et les résultats mesurables et exemples au cœur de cette communication de progrès. Bien entendu, cette communication n'est pas exhaustive.*

*Quand on s'appelle Values.media, nous nous devons d'être exemplaires et c'est l'objectif que nous nous sommes fixé depuis maintenant six ans en créant un référentiel d'engagements Values.media fondé sur les cibles des 17 ODD.*

Jérôme Badie  
Directeur DD/RSE

## 1. DÉCLARATION DE SOUTIEN CONTINU DE LA PART DU PRÉSIDENT DE VALUES.MEDIA



Paris, le 13 juin 2022.

### À nos parties prenantes :

Je suis heureux de confirmer que Values.media réitère son soutien envers les Dix principes du Global Compact des Nations Unies dans les domaines des droits de l'homme, du travail, de l'environnement et de la lutte contre la corruption.

Dans cette communication annuelle sur les progrès, nous décrivons les actions que nous mettons en œuvre pour améliorer constamment l'intégration du Global Compact et de ses principes à la stratégie, à la culture et aux opérations journalières de notre entreprise.

Nous nous engageons également à partager ces informations avec nos parties prenantes par le biais de nos principaux canaux de communication.

J'ajoute que nous sommes en pleine période de labélisation avec le Label LUCIE qui respecte les 17 ODD, et la norme ISO 26000 pour une transcription, de fait, de nos engagements. Nous espérons obtenir ce label en septembre 2022.

Bien sincèrement,

Patrick-Gouyou-Beauchamps  
Président de Values.media

## 2. DESCRIPTION DES ACTIONS

### Droits de l'homme

L'ensemble des espaces de travail sont aménagés pour **donner à chacun une place dans l'entreprise**. Nous ne pratiquons pas le flex-office. Les collaborateurs et collaboratrices sont équipés d'ordinateurs portables pour permettre **un télétravail confortable**. Les règles en la matière permettent 2 jours de télétravail par semaine. **Chacun est libre de venir au bureau si les conditions de télétravail ne sont pas réunies**. L'accès aux locaux est sécurisé. Ils sont parfaitement entretenus chaque jour.

Afin de se prémunir contre les harcèlements de toutes sortes, un-e référent a été nommé-e. Un livret constitué par un organisme professionnel partenaire (AACC) de **lutte contre le harcèlement** a été affiché et est disponible pour chaque salarié au sein d'un espace numérique personnel et sécurisé.

- Nous prévoyons **la formation de ces référents** et de l'ensemble du management à 6 mois.

Nous nous engageons pour éviter les discriminations tant sur les salaires que sur l'accès équitable aux postes à responsabilités entre les femmes et les hommes.

- **Un index égalité femme/homme** sera rendu public dans 3 mois.

De même, nous apportons un soin particulier à ne pas discriminer à l'embauche (femme/homme, âge, origines...).

**Afin de lutter contre la précarité menstruelle**, nous mettons à disposition un distributeur de protections menstruelles.

Values.media promeut **l'égalité et la diversité** à travers les stratégies de communication proposées. Par exemple, un partenariat avec le magazine TETU a été proposé pour **l'inclusion des LGBTQI+** à notre client, le Groupe VYV. Ce même partenariat a été réalisé, sous l'impulsion de Values.media pour un autre client Salesforce afin de valoriser et faire connaître les actions menées par la marque en France. Ce partenariat a permis de toucher un public BtoB pour une meilleure inclusion au sein de l'entreprise.

Dans le même esprit, pour un autre client, Harmonie Mutuelle, nous avons proposé un partenariat avec le média Loopsider afin de mettre en avant **le témoignage d'un jeune homme atteint de la maladie de Crohn** et ses conséquences sur la vie quotidienne. L'objectif : donner de la visibilité et permettre de rendre de la **dignité** aux personnes malades.

C'est à travers la création d'un documentaire que nous avons pu rendre visible à la télévision (plusieurs diffusions) les français-es **aidants**. Ce fut l'occasion de parler de cette situation au sein de l'entreprise.

Enfin, nous veillons à la **bonne gestion des données de toutes nos parties prenantes** avec l'aide d'un Data manager salarié.

## **Travail**

Environ **95% des salariés sont embauchés en Contrat à Durée Indéterminée à temps plein**. Les autres sont des apprentis (en alternance, stage).

- Nous nous fixons l'objectif de proposer à chaque apprentis un contrat en CDI à la fin de la période passée chez Values.media sous 18 mois.
- Mettre en place un questionnaire QVT annuel pour mesurer les besoins et l'épuisement professionnel

Nous avons créé **30 emplois en CDI en 36 mois** en concourrons à la croissance économique et au plein emploi. Nous avons déployé, à la demande des salariés, 2 sites hors du siège social (Toulouse et Nantes).

L'ensemble des embauches se fait à la suite de **deux entretiens minimums** pour garantir un accès équitable, à compétence égale, à l'emploi.

L'ensemble des salariés a accès à des **formations internes gratuites** chaque lundi. D'autres formations externes sont proposées gratuitement à toutes et tous. Ces formations permettent de maintenir son expertise métier mais aussi de garantir **l'employabilité individuel de chacun**.

- Bâtir un plan de formation continue pour toutes et tous

Dans le cadre de notre politique RSE et QVT, nous proposons à tous les nouveaux salariés un bilan de santé personnel et confidentiel. Celui-ci permet **d'encourager à la pratique du sport** car il est suivi de recommandations faites par un médecin (partenaire : monstade). De même **des cours de yoga** sont proposés chaque semaine au bureau de Paris.

Enfin, toujours au chapitre de la santé, **des fruits sont en libre accès** pour toutes et tous.

## **Environnement**

Dans le domaine de l'environnement, le secteur de la publicité et de la communication a encore beaucoup de progrès à faire. Cependant, en tant que présidente de la commission RSE de l'UDECAM (Union des Agences médias), Values.media est en pointe quant à la création d'un **outil de mesure de l'empreinte environnementale des campagnes médias**. Cet outil développé avec la société Glimpact suit la méthode développée par la commission européenne dite PEF (Product Environmental Footprint). Cela va permettre à toutes les agences membres de l'UDECAM de faire connaître ses impacts environnementaux à ses clients puis d'éco-concevoir les stratégies proposées. La méthode PEF permet de mesurer 16 catégories d'impact dont le changement climatique.

- Sortie de l'outil à 6 mois

D'un point de vue interne, nous avons fait le choix de prestataires proposant une **électricité verte**.

Nous procédons **au tri des déchets** et des mini-formations sont proposées à tous les salariés.

- Diviser par 2 la quantité de déchets générés à 12 mois

Pour sensibiliser les salariés, nous avons participé au **World Data Cleaning Day**.

Nous promovons des **solutions de publicité responsable** auprès de nos clients (Gooded, Gravity...).

Nous allons mettre en place le **Titre Mobilité** permettant à chacun de choisir ses modes de transport et les aider financièrement à choisir des modes doux.

## **Lutte contre la corruption**

Dans ce domaine, il n'a pas été constaté de problèmes ces dernières années. Plus spécifiquement, Values.media est signataire d'un accord interprofessionnel (la belle compétition) **garantissant l'accès équitable et non faussé** des agences aux appel d'offres.

- Formation annuelle de l'ensemble des salarié·es à la lutte contre la corruption.

Nous faisons partie d'un secteur régulé à travers la loi Sapin qui garantit à nos clients l'accès aux doubles des factures des partenaires afin de **garantir la transparence**.

- Nous prévoyons la création d'un groupe de travail parties prenantes afin de définir les limites quant aux cadeaux d'entreprise.

En conclusion,

***Prenons conscience de nos impacts sociaux,  
environnementaux, sociétaux.***

***Limitons ou éliminons les impacts qui nous nuisent.***

***Déployons les impacts qui contribuent à opérer les  
mutations nécessaires à un monde meilleur.***