



GUTENBERG

make & share



**RAPPORT
DÉVELOPPEMENT
DURABLE**

2022



RAPPORT
DÉVELOPPEMENT
DURABLE

Ce rapport est construit sur les domaines
d'action du Global Compact auquel
nous adhérons depuis 2010.

GOUVERNANCE	4
NOS PARTIES PRENANTES	14
DROITS HUMAINS	22
ACHATS RESPONSABLES	32
RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE	42
RÉFÉRENTIELS & OBJECTIFS	62

#WEAREGUTENBERG

MAKE Concevoir des contenus de qualité et impactants, avec des experts, de façon responsable et raisonnée,

CREATE Tous animés par la passion de créer et l'envie d'inventer,

SHAKE Co-construire avec toutes nos parties prenantes, secouer les idées préconçues pour innover,

SMILE Cultiver la proximité et l'optimisme pour garder notre authenticité,

CARE S'engager pour préserver, être solidaire et faire grandir chacun,

SHARE Communiquer, c'est partager, partager pour créer de l'engagement & de la confiance : notre promesse,

DARE Oser l'audace et innover pour accompagner nos parties prenantes toujours plus loin.

Édito

Depuis 2010, Gutenberg se fixe des engagements concrets pour couvrir l'ensemble de ses impacts et toute sa chaîne de valeur, de la conception de ses communications à leur distribution, en passant par le processus de production ou encore le sourcing des matières premières.

Chaque année, l'agence mesure ses avancées de façon chiffrée, et ses résultats sont accessibles à tous, à travers notamment la publication d'un Rapport Développement Durable. S'inscrivant dans une dynamique de progrès continu, Gutenberg entretient un dialogue permanent avec ses parties prenantes pour partager sa stratégie de développement durable et co-construire ses projets.

Ce processus de transformation vers un business model plus responsable et plus durable, tout comme l'engagement fort en matière d'égalité femmes-hommes, permet à Gutenberg de contribuer aux 17 grands Objectifs de développement durable mondiaux déterminés en 2015 par les Nations Unies. Gutenberg soutient le Global Compact depuis 2010 et œuvre sur les 10 principes mis en avant par l'organisation.

Ces deux dernières années ont été marquées par une crise sanitaire et économique sans précédent, catalyseur de mutations profondes et de changements structurels dans l'organisation de nos vies. La loi Climat et Résilience, votée le 22 août 2021, nous conduit à accompagner nos clients et partenaires dans une réflexion plus juste au sujet de leurs communications publicitaires.

Co-construire avec ses parties prenantes, entrer dans une économie circulaire, mesurer, réduire et sensibiliser sur nos impacts environnementaux & sociétaux, s'enquérir de notre rayonnement territorial, entrer dans des partenariats vertueux et responsables sont autant d'axes de travail que nous jugeons primordiaux pour une transition juste et pérenne.

Ce rapport rend compte de notre démarche commune de l'année 2021 et des objectifs passés et futurs, établis pour progresser dans notre contribution à la stratégie climat nationale, à la préservation du vivant et à l'accompagnement de nos talents. Pour la deuxième année consécutive, Gutenberg a obtenu le label Ecovadis niveau Platine.

Pour que l'on puisse encore s'améliorer, nous vous invitons à nous faire part de vos suggestions à l'adresse suivante : RSE@gutenberg.agency



Sylvie MOUCHON
CEO de Gutenberg

Notre manifeste

Parce que les plus belles campagnes de communication n'existeraient pas sans production.

Parce que les marques prennent la parole différemment... et nous demandent de les accompagner dans leur transformation.

Parce que la production est source d'optimisation et d'innovation.

Parce que nous sommes des CREATIVE MAKERS, capables de créer et produire des communications inspirantes et efficaces.

GOUVERNANCE

*Nous défendons la vision
d'un monde où l'humain
est au centre.*



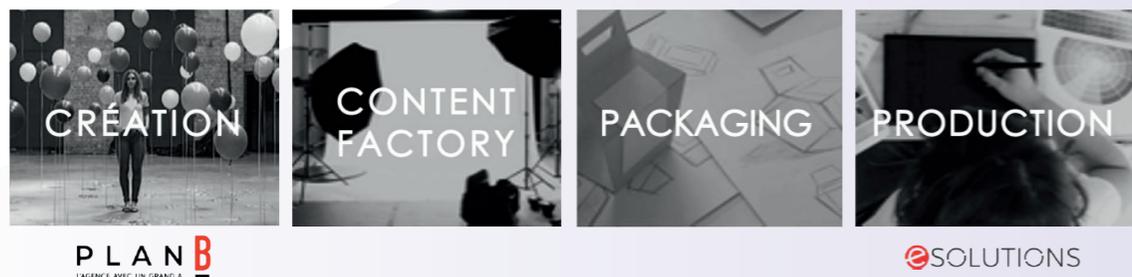
Nos expertises

Nous sommes une agence de production créative, engagée RSE depuis plus de 10 ans, filiale à 100% du groupe Omnicom DDB.

Nous créons, produisons et déployons chaque jour une multitude de contenus engageants, générateurs de valeur.

Nos métiers :

- conseil création
- content factory (photos, vidéos, snackable contents)
- packaging
- production (prémedia, print management, solutions collaboratives)



2019

première agence labellisée « Engagé RSE » au niveau Exemple

7 650 m²

de studio photo

2020

prix Sustainability Leadership Award Ecovadis en tant qu'agence française la plus avancée

12 987

packagings exécutés

65 176

tonnes de papier achetées

268

fournisseurs actifs en Europe

126M€

C.A. 2021

66

clients récurrents dans tous les secteurs

345

collaborateurs en France (CDI et CDD à fin 2021)

10

ans de fidélité moyenne de nos clients

Notre contexte RSE

Dans la mesure où notre portefeuille clients est composé majoritairement d'entreprises du CAC 40, nous sommes impactés par les évolutions réglementaires et les attentes des consommateurs... Ainsi, après une période de forte demande en papier recyclé et certifié (liée à la mise en place du barème Ecofolio), nos clients ont aujourd'hui des exigences croissantes dans la maîtrise de la « supply chain ».

La responsabilité des donneurs d'ordres dans leur chaîne d'approvisionnement n'est pas nouvelle (première apparition à la fin des années 90 dans les recommandations ou principes directeurs de l'OIT, de l'ONU ou de l'OCDE). Mais depuis le tragique accident au Bangladesh qui a fait plus de 1000 morts en 2013, on assiste à une pression des ONG sur les multinationales et les gouvernements (pétition de plusieurs ONG en avril 2014, lettre en janvier 2015 de l'European Coalition for Corporate Justice) pour légiférer et aboutir à l'écriture du « devoir de vigilance » des donneurs d'ordres. C'est le cas en France depuis la loi sur le devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordres du 27 mars 2017.

Dans ce contexte, Gutenberg a intégré dans ses enjeux les sujets Sociétaux et Environnementaux depuis près de 10 ans !

Démarche initialement impulsée par un système de management de la qualité (ISO 9001), Gutenberg a prouvé qu'elle mettait la qualité au centre de ses préoccupations, dans le but de la satisfaction de ses clients et de l'amélioration continue.

En 2014, Gutenberg a décidé de s'engager, en cohérence avec ses valeurs et sa stratégie, en développant un système de management RSE pour intégrer les préoccupations sociales, environnementales et économiques liées à ses activités.

Nous avons dès lors choisi de renforcer la maîtrise de notre supply chain par des audits, avec davantage d'exigences lors du référencement et du suivi régulier de nos fournisseurs, en cohérence avec la gestion des risques.

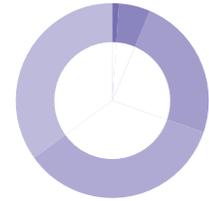
Tout référencement de prestataire fait l'objet d'une procédure stricte : contrôle de la solidité financière, étude du savoir-faire, enregistrement des certifications/labels, visite de l'unité de production, attestations et engagements écrits, contrat-cadre par exemple.

Chronologie de la RSE



Chiffres RSE 2021

Répartition des effectifs par âge



- 4,06% < 26 ans
- 5,51% de 26 à 29 ans
- 18,55% de 30 à 39 ans
- 34,49% de 40 à 49 ans
- 37,39% > 50 ans

137
personnes formées

2
CDD transformés en CDI

CRÉATION DIRECTION RSE
2010

de DONS
4562€
aux associations

Répartition des effectifs par site



- 16,23% à Roubaix
- 6,67% à Lieusaint
- 39,71% à Levallois-Perret
- 37,39% à Saint-Étienne

45
ans âge moyen

égalité Femmes/Hommes
83/100

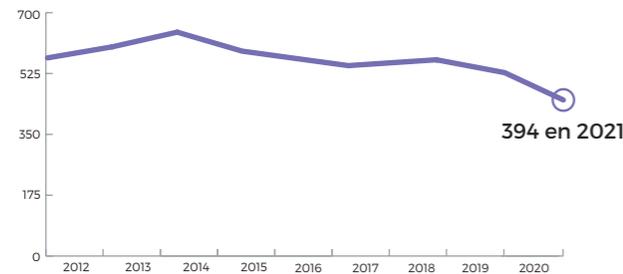
promotions en 2021
17

part de papier
99,01%
Certifié

handicapés
6
travailleurs

depuis décembre 2019
1CSE

Évolution du nombre mensuel moyen de salariés CDI



8
personnes de plus de 45 ans recrutées

TOURS de congés payés
28

92,75%
de CDI

de femmes
60%
dont 57% au Comité de Direction

5 représentants de proximité
20
ÉLUS

Politique du Système de management intégré RSE

Avec plus de 50 années d'existence, Gutenberg s'est fortement développée et a su s'adapter et innover pour répondre aux attentes de son marché. Nous avons par exemple intégré depuis plusieurs années une Direction RSE dans le but de promouvoir un développement responsable.

Après plus de 10 ans de certification ISO 9001, en 2014 Gutenberg a décidé de repenser son système de management pour qu'il intègre l'ensemble des piliers du développement durable. Cette réflexion est basée sur une analyse des risques afin de limiter nos impacts sur l'environnement, protéger le consommateur et nos parties prenantes (salariés, clients, fournisseurs...) et cadrer nos achats, ceci en cohérence avec nos activités et nos valeurs de créativité, d'innovation, de conseil et de transparence.

Notre politique repose sur 4 piliers que nous avons définis en fonction de notre stratégie, nos enjeux et les lignes directrices de l'ISO 26000 : le social/sociétal, l'environnement, la performance économique et les achats responsables.

Gutenberg s'engage ainsi à respecter les réglementations en vigueur, prévenir les risques en amont, satisfaire ses clients, promouvoir des achats et une relation responsable avec ses

fournisseurs, limiter son impact sur l'environnement par une approche d'éco-socio-conception, veiller au bien-être de ses salariés et au développement de leurs compétences tout en répondant aux exigences de performance de l'entreprise.

Nos actions soulignent notre engagement et reflètent notre volonté de défendre des valeurs auprès de nos parties prenantes principales (clients, fournisseurs, salariés et actionnaires). Cela passe notamment par notre adhésion au Global Compact, qui démontre notre engagement pour le profond respect des Droits de l'Homme, de l'Environnement et de l'Éthique des affaires, ainsi que par le renouvellement cette année de la signature à la Charte Relations Fournisseurs et Achats Responsables. Ajouté à cela, au travers de nos certifications PEFC™ et FSC®, dans le cadre de nos achats de papier pour nos clients, ou encore l'évaluation annuelle de notre politique RSE, nous affirmons notre motivation à développer continuellement notre démarche. Au-delà de ce périmètre, nous soutenons la mise en place d'actions locales telles que l'accompagnement d'un certain nombre d'associations concourant à la mise en place d'actions sociales pour des causes d'intérêt général.

Nos enjeux



Sociaux et sociétaux

- Anticiper les risques,
- Défendre une communication responsable,
- Éthique de l'entreprise,
- Développer les compétences,
- Accompagner le changement,
- Bien-être des collaborateurs.



Économiques

- Innover,
- Maintenir une rentabilité économique,
- Satisfaire nos clients,
- S'améliorer continuellement.



Environnementaux

- Préserver la biodiversité des éco-systèmes en France,
- S'inscrire dans l'économie circulaire,
- Promouvoir des productions limitant des impacts sur l'environnement,
- Limiter nos émissions.

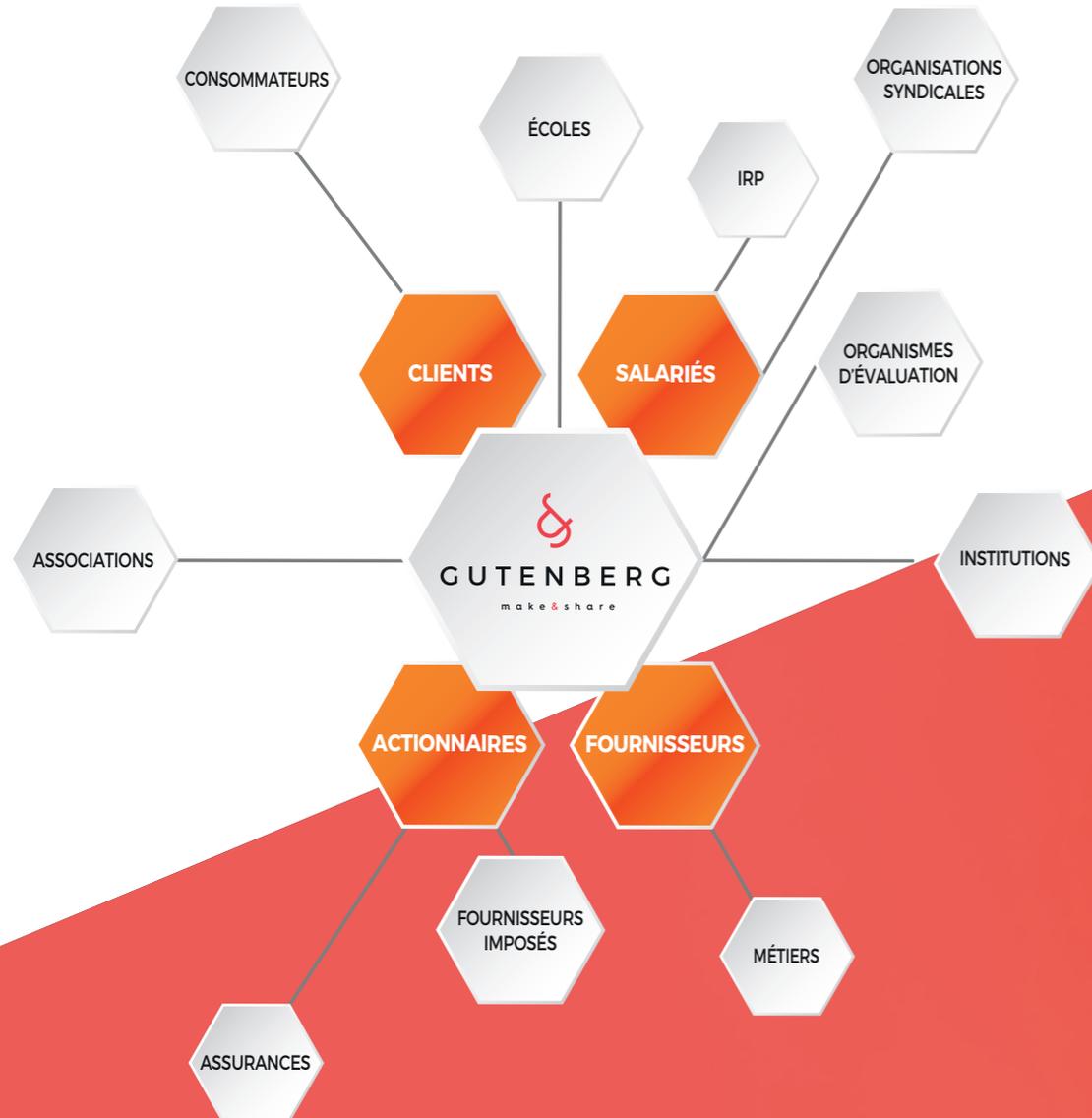


Achats Responsables

- Relations fournisseurs responsables,
- Soutenir l'innovation,
- Éthique des affaires,
- Promouvoir la RSE auprès des fournisseurs.

Cartographie de nos parties prenantes

Clients, salariés, actionnaires, fournisseurs, ainsi que des parties prenantes avec lesquelles Gutenberg a des interactions et une influence plus ou moins forte et directe.



**PARTIES
PRENANTES**
Quatre parties prenantes
principales

Aidés de la version « ISO 26 000 Communication », nous avons réalisé la cartographie de nos parties prenantes ci-contre.

Quatre parties prenantes sont pour nous prioritaires : **nos clients** assurent notre pérennité, **nos fournisseurs** nous permettent d'offrir l'ensemble des activités souhaitées, **nos actionnaires** facilitent nos investissements, **nos collaborateurs** constituent le cœur, l'énergie et la force de l'entreprise pour atteindre nos objectifs d'entreprise durable.

Nos collaborateurs



Le réseau d'Ambassadeurs RSE

Le réseau d'ambassadeurs RSE a été créé en 2018 à la suite d'une enquête interne au cours de laquelle il avait été demandé l'avis des collaborateurs sur les orientations de la politique RSE de Gutenberg et sur leur participation active pour la faire évoluer au quotidien.

Des salariés volontaires, sur tous les sites, ont manifesté leur engagement pour participer à un travail collaboratif ayant 3 objectifs principaux :

- Diffuser & animer la démarche au travers des communications/sensibilisations sur site,
- Remonter les questionnements & idées des collaborateurs pour améliorer la démarche,
- Déployer des projets construits & pilotés par les ambassadeurs afin d'apporter une empreinte positive sociale et/ou environnementale, notamment auprès d'associations locales.

Venant d'horizons et de métiers différents, tous convaincus qu'ils ont un rôle à jouer tant au niveau de l'entreprise que dans leur vie privée, ils apportent leurs visions et leurs questionnements.

Véritable relais entre le service RSE et les collaborateurs, ce réseau évolue au fil des années, à la suite de départs ou d'arrivées de nouveaux volontaires.

"Faire partie des Ambassadeurs RSE, c'est partager avec tous ses convictions en matière de politique sociale et environnementale. C'est la proximité avec les collaborateurs qui nous permet de relayer les messages et actions réalisées par l'entreprise dans ces domaines, mais aussi de faire remonter leurs attentes et leurs suggestions."



Florence CAMBILHOU
Assistante de direction
Ambassadrice RSE Levallois

Nos associations partenaires



Les associations professionnelles

Grâce au réseau DDB, nous sommes partenaires de **l'AACC - L'Association des Agences-Conseils en Communication** - syndicat professionnel créé en 1972 - regroupe plus de 200 entreprises qui emploient aujourd'hui près de 12 000 salariés. Fédération de métiers, l'AACC est organisée en 7 Délégations qui couvrent l'ensemble des disciplines de la profession : Corporate, Customer Marketing, Digital, Production, Publicité, Santé et Outre-Mer. Elle dispose de 4 Commissions transversales qui accompagnent les agences membres sur des sujets fondamentaux : Développement, Droit Social, Juridique et RSE.

Nous soutenons également l'association **Culture papier**, dont l'objectif est de promouvoir le développement durable du papier et de l'imprimé.

L'association valorise l'écosystème du papier graphique et de l'imprimé, sensibilise sur ces valeurs sociétales, culturelles et commerciales et développe la complémentarité du papier et du numérique.

Elle met en avant le rôle résilient d'une ressource naturelle, renouvelable et recyclable.

Les autres associations

Tout comme l'année précédente, le contexte de crise sanitaire n'a pas permis à certaines associations de reprendre leurs activités.

Le soutien de Gutenberg aux associations en 2021 s'est surtout matérialisé sous forme de dons (matériaux de décors, objets de stylisme...) issus de nos studios de prises de vue. Les Petits Frères des Pauvres, Haïti Futur, Secours Catholique, Maisons Pour La Vie, entre autres, ont bénéficié de ces dons.

La collecte de papiers et cartons par PAPREC, nous a permis de reverser la totalité de la valorisation à une association, Les Etoiles de Flavy, en faveur d'une jeune fille atteinte d'une atrésie pulmonaire.

Notre actionnaire



Gutenberg est filiale à 100% du Groupe DDB, filiale du Groupe Omnicom dont le siège est à New York.

Cet actionnariat offre à Gutenberg une base solide pour son développement international, ainsi qu'une stabilité financière pour garantir ses investissements.

En outre, notre groupe d'appartenance met en œuvre des process que nous appliquons à notre niveau (politique anti-corrruption, politique de sécurité informatique...) et, de par son origine américaine, nous soumet à la loi Sarbanes-Oxley.

Le Groupe Omnicom nous accompagne, en nous apportant les outils et documents nécessaires, sur des sujets contraignants et exigeants pour leur mise en œuvre complexe, tel que le règlement RGPD. De plus, il nous permet de former tous nos collaborateurs aux règles, principes et bonnes pratiques, liés à la gestion et la sécurité des données, ainsi qu'à l'éthique en entreprise, au travers de modules d'e-learning et de chartes de bonne conduite, responsabilisant chacun sur ces problématiques fondamentales.

Nos clients



Les clients sont une des parties prenantes externes principales de l'entreprise.

Au cœur même de l'organisation de l'entreprise, une équipe est constituée pour chaque client, permettant ainsi de mieux anticiper ses besoins et ses habitudes afin de créer une relation de confiance. C'est pour chacun d'eux la garantie de la prise en compte de chacune de leurs exigences et de leurs spécificités.

À travers la certification ISO 9001, maintenue de 2000 à 2013, et plus encore aujourd'hui, Gutenberg a mis au centre de ses engagements et de sa culture la satisfaction de ses clients.

Afin de leur offrir un accompagnement encore plus qualitatif et en phase avec leurs propres préoccupations, nous avons voulu faire évoluer notre système de management vers une approche intégrée et basée sur les risques. Pour soutenir nos clients dans leurs responsabilités sur la « supply chain », nous anticipons, alertons, sécurisons et formons sur les risques liés à nos productions. La satisfaction de nos clients va en effet au-delà de la qualité finale du produit, elle passe par la maîtrise des impacts directs et indirects de leur fabrication et de leur utilisation.

Nos clients travaillent essentiellement sur le marché du BtoC et sont issus des secteurs de la GSA, de la bancassurance, de l'automobile, de la FMCG, du Luxe/premium...

Gutenberg compte plus de 60 clients, avec en moyenne 10 années de collaboration.

10

C'est la durée moyenne, en années, de fidélité de nos clients.

Nos fournisseurs



Gutenberg a fait évoluer ses achats vers une culture des achats responsables.

Les fournisseurs sont l'autre partie prenante essentielle de nos activités. Ils sont au cœur de la fabrication des produits que nous réalisons pour nos clients, avec différentes activités (Producteurs de papier, Print, Transport/logistique, Production graphique, Image).

Nous avons à cœur, chaque jour, de faire évoluer cette relation pour qu'elle soit durable et orientée vers l'amélioration continue. C'est d'autant plus important que nous travaillons avec un grand nombre de PME et souhaitons participer à leur développement.

Notre engagement a pris forme par la signature en 2010 de la charte de la Médiation inter-entreprises et l'obtention du label « Relations Fournisseur Responsables », ainsi que son renouvellement en 2016 pour une durée de trois ans, à la suite d'un audit de l'Afnor. En octobre 2021, une nouvelle version de la charte a été publiée, pour devenir la charte « Relation Fournisseurs et Achats Responsables ». Gutenberg a alors affirmé son réengagement en la signant.

À cela s'adjoint notre engagement d'accompagner des fournisseurs dans leur démarche RSE, via le conseil, la sensibilisation, l'identification des risques, montrant ainsi notre volonté de maintenir une relation durable, équilibrée et constructive avec nos fournisseurs.

La Médiation

La charte « Relations Fournisseurs et Achats Responsables » comprend 10 engagements :

1. Assurer une relation financière responsable vis-à-vis des fournisseurs.
2. Entretenir une relation respectueuse avec l'ensemble des fournisseurs, favorable au développement de relations collaboratives.
3. Identifier et gérer les situations de dépendances réciproques avec les fournisseurs.
4. Impliquer les organisations signataires dans leur filière.
5. Apprécier l'ensemble des coûts et impacts du cycle de vie.
6. Intégrer les problématiques de responsabilité environnementale et sociétale.
7. Veiller à la responsabilité territoriale de son organisation.
8. Le professionnalisme et l'éthique de la fonction achats.
9. Une fonction Achat chargée de piloter globalement la relation fournisseurs.
10. Une fonction de médiateur « relations fournisseurs », chargé de fluidifier les rapports internes et externes à l'entreprise.



Engagements et reconnaissances

Après la signature de la charte « Relations Fournisseur Responsables » qui comprend 10 engagements, nous avons souhaité marquer notre différence en participant à l'obtention de son label.

L'obtention du label « Relations Fournisseurs & Achats Responsables » en 2013, renouvelé en 2016, a fait de Gutenberg la première ETI⁽¹⁾ de France à se démarquer dans sa pratique des achats et la première agence de communication labellisée. Cet engagement fort implique une attitude responsable, éthique, transparente, et une évolution dans nos façons d'acheter au quotidien.

Le label requiert notamment des décisions d'achat prises avec une vision de coût global et non uniquement basées sur le prix. Cet objectif se développe à travers nos actes d'achat afin de nous différencier et de promouvoir la notion d'achat responsable comme une valeur.

En 2019, Gutenberg a décidé de ne pas renouveler sa labellisation, tout en restant signataire de la Charte Relations Fournisseurs et Achats Responsables, pour aller vers le label «Engagé RSE» couvrant toutes les pratiques de l'entreprise, dont les achats responsables.

(1) Entreprise de Taille Intermédiaire



Évolution des statuts du personnel de 2018 à 2021



92,75%

de CDI

56,75%

de femmes managers hors Comité de Direction

9

séniors recrutés en CDI

60%

de femmes dans l'entreprise

DROITS HUMAINS

Une entreprise, c'est avant tout des femmes et des hommes.

Les collaborateurs de Gutenberg sont sa force, son énergie, son avenir.

L'entreprise les accompagne dans leur développement et leur épanouissement. Plus largement, par la signature du Global Compact, nous considérons le respect des Droits Humains comme un principe fondamental de notre société.

À notre échelle, un code de conduite, développé par le Groupe Omnicom, recouvrant les droits et devoirs de chacun, a été diffusé à l'ensemble du personnel de Gutenberg via une charte de bonne conduite.

Les conditions de travail



Les femmes et les hommes composant la force vive de Gutenberg sont autant d'individus à accompagner qu'à faire épanouir au sein de nos locaux. Véritable coordination quotidienne entre les services transverses regroupant les Ressources Humaines, la RSE ainsi que les Services Généraux, l'amélioration continue des conditions de travail est un des piliers de la politique RSE de Gutenberg.

Par une politique RH construite sur des valeurs d'équité de traitement, Gutenberg se charge d'offrir à chacun un cadre propice à son développement professionnel, tout en permettant à tous d'avoir des conditions appropriées pour développer un bien-être au travail collectif.

Mesures prises en faveur de l'égalité femme/homme

En 2021, 70% des promotions dans une catégorie professionnelle supérieure ont été attribuées à des femmes.

60% de femmes figurent parmi les dix rémunérations les plus élevées.

Mise en place d'une charte télétravail

L'expérimentation initiée en 2019 et l'expérience acquise depuis la crise sanitaire ont montré que le télétravail a permis de répondre à une demande des salariés visant à une plus grande autonomie et flexibilité. Plus globalement, l'évolution des modes de travail, des technologies de communication, ont invité Gutenberg à revoir certaines formes d'organisation du travail. Une charte sur le télétravail a donc été mise en place par la Direction en 2021, afin notamment de prendre en compte les attentes exprimées par les salariés.

Gutenberg a donc généralisé le télétravail à l'ensemble de ses établissements en distinguant des postes télétravaillables 2 jours par semaine et des postes télétravaillables 4 à 5 jours par semaine, en offrant la possibilité aux collaborateurs de venir travailler sur site en flex-office.

56,75%
de femmes managers
hors Comité de Direction

57%
de femmes
au Comité de Direction

83/
100
index égalité
Femme/Homme

3

Accidents du travail
en 2021
(dont 1 accident de trajet)

0

Taux de gravité
en 2021
(vs 0,9* pour le secteur)

0

Taux de fréquence
en 2021
(vs 10,5* pour le secteur)

Formations



Nous nous assurons d'offrir à nos collaborateurs la possibilité de se former et ainsi gagner en compétences et en expertise. Nous inscrivons cette volonté dans notre politique de formation, revue chaque année et présentée aux collaborateurs par le biais des représentants du Comité Social Économique.

Les orientations de la politique de formation 2021 portent sur 5 axes stratégiques :

- Accompagnement aux évolutions technologiques (PAO, Vidéo/Digital, Outils informatiques)
- Intégrer les nouvelles méthodes de créativité
- Adopter les tendances de la communication digitale
- Savoir-faire métier (relation client, projet, conseil...)
- PEP's : Programme pour une Entreprise Performante & Solidaire, un accompagnement de nos managers au quotidien

Au-delà de ça, Gutenberg est reconnue centre de formation depuis 2005 avec la création de la "Gun University".

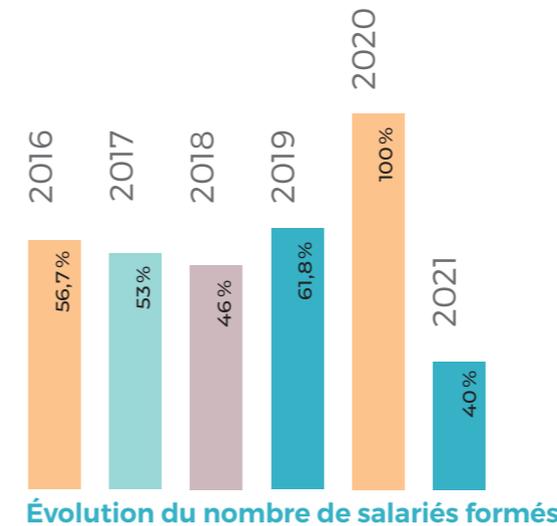
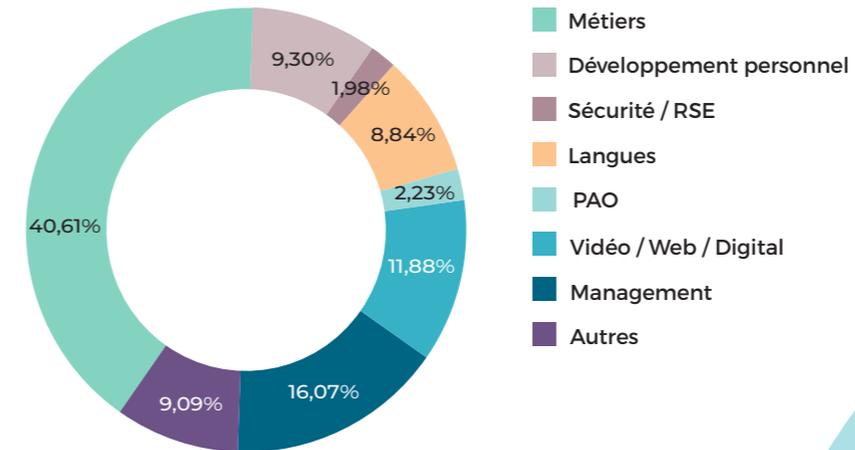
Ce centre dispense des formations de la chaîne graphique (préresse, procédés d'impression, image, éco-conception...) aussi bien pour nos collaborateurs que pour nos clients.

40%
des collaborateurs
formés en 2021

2 828
heures
de formation dispensées

84
formations
proposées au catalogue

Répartition des heures de formation en 2021



207 992 €
Budget formation 2021

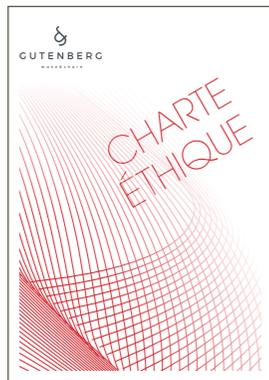
Éthique & Compliance



L'éthique des affaires constitue un point important de notre charte, appuyée également par le Code de Conduite du Groupe Omnicom, que ce soit vis-à-vis de nos clients ou de nos fournisseurs, ainsi que dans nos relations internes avec nos collaborateurs.

Partie prenante de notre environnement, nous nous attachons à développer un partenariat qui place le respect, l'écoute et le professionnalisme au centre de nos relations, en toute intégrité.

Ce partenariat dépasse les simples achats ou fournitures de biens et services ; nous recherchons une relation durable, d'innovation et de progrès.



Responsabilité Sociétale

Notre Charte Éthique a été rédigée en fonction de notre activité, en déclinaison du Code de Conduite établi par notre groupe (Omnicom). Elle couvre les Droits de l'Homme, les relations avec les parties prenantes, la protection de l'environnement, les comportements, les cadeaux et invitations et un système de signalement et d'alerte.

Le respect de cette charte est un élément essentiel de notre démarche. Le cadre retenu a été construit avec les recommandations de l'Organisation Internationale du Travail, de l'OCDE, du Global Compact des Nations Unies, la réglementation française relative à la prévention de la corruption (Loi Sapin II), ainsi qu'avec le Code of Business Conduct en vigueur au sein du Groupe Omnicom et l'Anti-Bribery Policy adopté, par Omnicom, en application des réglementations américaine ou britannique (FCPA et UKBA).

La politique de lutte contre la corruption y est intégrée, et se traduit chez Gutenberg par le respect du droit communautaire et français en matière de corruption et de la loi Sarbanes-Oxley (US).

Ceci est décliné à travers nos différents processus, de gestion et d'achat notamment, avec des règles intégrées à notre ERP « easyPlatform », un audit externe mené tous les 6 mois dans le cadre de la loi Sarbanes-Oxley, un processus de traitement des signalements, des formations de nos collaborateurs et des audits internes.

Devoir de vigilance

Loi du même nom adoptée en France le 21 février 2017, elle a pour objectif de mieux encadrer les conditions de travail des sous-traitants des grands groupes. Ceux-ci doivent en effet établir et publier un plan de vigilance pour prévenir les risques en matière d'environnement, de droits humains, de corruption sur leurs propres activités, mais aussi celles de leurs filiales, sous-traitants et fournisseurs, en France comme à l'étranger.

Le devoir de vigilance appliqué à Gutenberg a été défini à partir de ses flux de sous-traitance et d'une évaluation des risques globaux de l'entreprise. Pour cela, nous avons classé ces flux par activité et défini 3 niveaux de sous-traitance principaux. Il est important de rappeler que nos activités restent très majoritairement réalisées en France et en Europe, limitant ainsi les risques d'atteinte aux Droits de l'Homme et de l'environnement, du fait du cadre réglementaire existant. Un groupe de travail, intégrant l'ensemble des fonctions supports et métiers, a été mis en place pour définir ces risques. Par une analyse méthodique, chacun des risques a été identifié et évalué pour compléter des mesures préventives existantes. Cette analyse a permis de recenser près de 60 risques et a été suivie par un plan de vigilance, déployé dès 2017. Il est mis à jour chaque année.

Sensibiliser et communiquer

Au-delà de ce Rapport Développement Durable, nous déployons différents supports de communication auprès de nos parties prenantes, afin d'informer et de sensibiliser chacun sur la démarche RSE de Gutenberg et nos actions actuelles.

Notre intranet, #weshare, nous permet de relayer aux collaborateurs la vie de l'agence, les documents nécessaires aux démarches courantes, notamment tous les éléments sur la démarche RSE et les actualités dans le domaine.

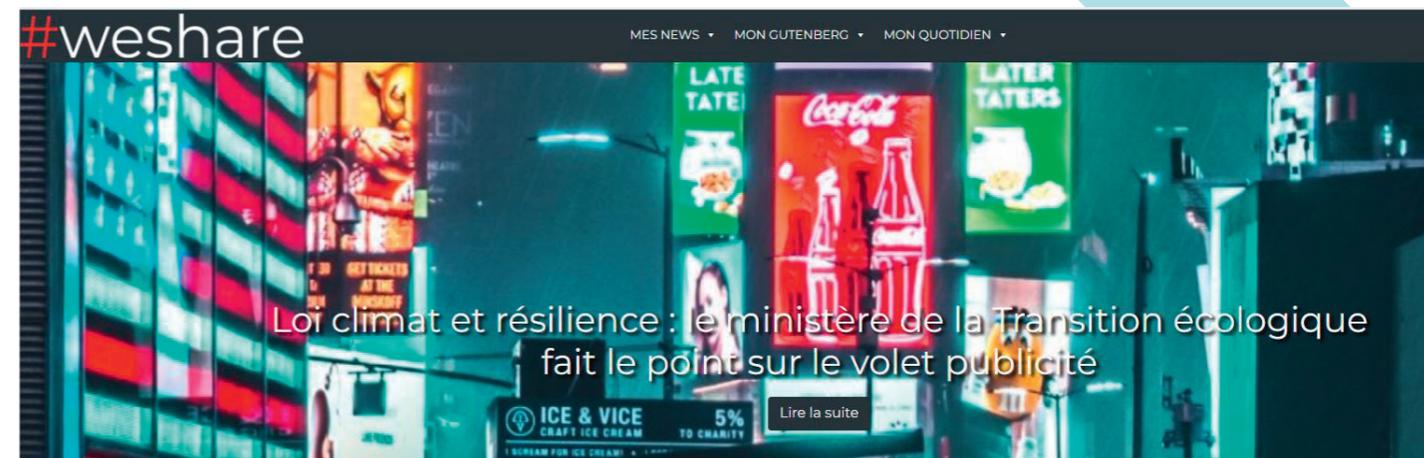
À l'occasion de chaque sortie du Rapport Développement Durable nous en profitons pour mettre en place un quiz interne afin de susciter l'intérêt de chacun pour la démarche réalisée lors de l'année écoulée. Un événement par site est organisé et des cadeaux écologiquement responsables sont à gagner.

Le réseau interne d'ambassadeurs RSE a été créé au dernier trimestre 2018 pour mieux informer et expliquer aux salariés notre démarche. Chacun des pilotes basés sur nos différents sites nous remonte les problématiques et interrogations des salariés et propose des projets de sensibilisation (voir page 16).

Parallèlement à cela, nous communiquons nos actions sur les réseaux sociaux, ainsi que sur notre site web pour informer nos clients, fournisseurs et partenaires des avancées de notre démarche et

des actualités RSE importantes. Afin de sensibiliser nos clients à l'éco-socio-conception, nous leur proposons des solutions concrètes dans ce sens, à l'étude de chaque nouveau projet.

Nous proposons par exemple dès le devis un affichage environnemental, réalisé par l'outil Paper Metrics en partenariat avec CITEO.



RSE 



Des solutions pour remplacer les huiles minérales, conformes aux critères Citeo



Loi climat et résilience : le ministère de la Transition écologique fait le point sur le volet publicité



Internet : comment réduire son impact environnemental

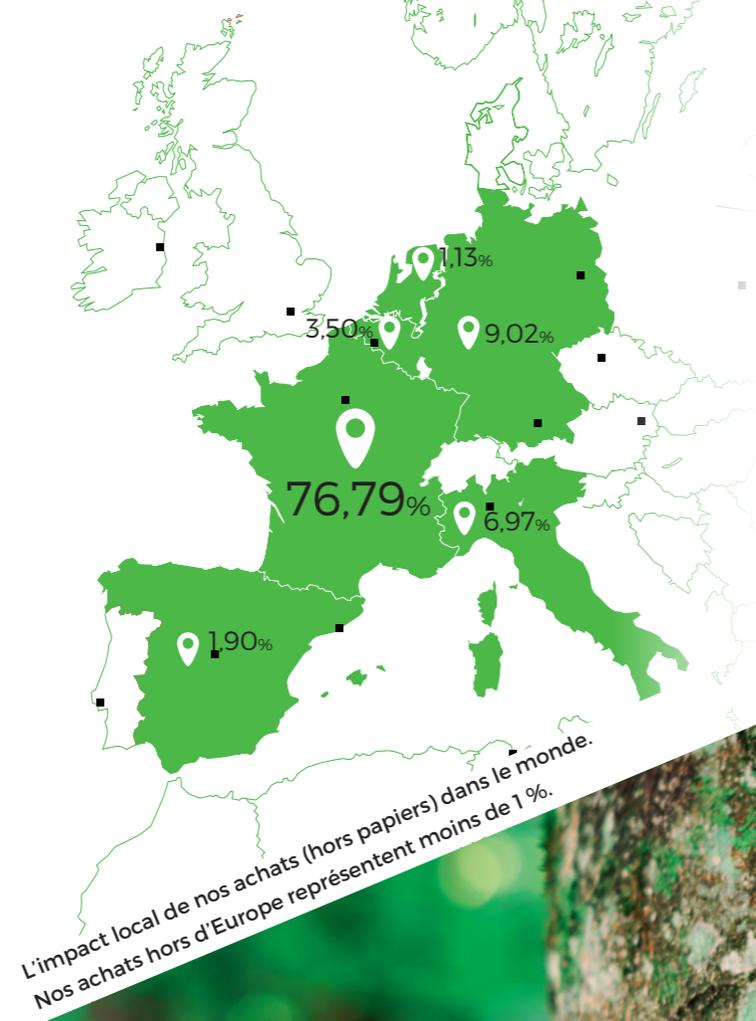
Articles de communication interne diffusés sur l'intranet #WESHARE

La diversité des produits réalisés par Gutenberg engage sa responsabilité dans différentes problématiques lors de la production.

Garantir la traçabilité et la source d'approvisionnement des matières, anticiper les risques de conception et de réalisation (entre autres pour la PLV), contrôler la conformité réglementaire et son impact sur l'environnement sont des points fondamentaux pour préserver de tout danger l'annonceur et le consommateur final.

La production d'objets promotionnels, elle, présente de multiples problématiques : les différences de réglementation selon les pays, la corruption ou autres pratiques non acceptables présentes dans certains pays producteurs en sont des exemples.

L'image de nos clients étant fortement liée à tous ces constats, la responsabilité de Gutenberg est de garantir un devoir de vigilance, d'autant que la prise de conscience face à ces différents risques mûrit de façon plus ou moins marquée selon les acteurs de la chaîne.



ACHATS RESPONSABLES

Au cœur du fonctionnement de Gutenberg, pilier fondamental de notre stratégie.

Témoignages

Point de vue de notre client Auchan

"Au sein de la Direction des Achats Indirects AUCHAN, nous construisons une stratégie achat basée sur les priorités RSE de l'enseigne : réduction de notre impact carbone, lutte contre le plastique et lutte contre le gaspillage alimentaire.

Nous menons bien entendu toutes ces actions avec les Directions Métiers, notamment la Direction Marketing et la Direction Technique, pour les actions de communication auprès des clients et en magasin.

Concrètement, nous intégrons l'évaluation RSE des fournisseurs dans nos appels d'offres et dans nos revues de performance. Si dans ces évaluations nous identifions des points d'amélioration, nous définissons avec nos fournisseurs les plans d'actions à mettre en place. L'évaluation RSE se fait avec Ecovadis qui nous permet d'avoir un référentiel commun et comparable.

Aujourd'hui, le digital a une place croissante pour informer nos clients sur les promotions, mais les tracts distribués en boîte aux lettres et la théâtralisation en magasin restent importants dans notre communication.

Pour les tracts, nous en imprimons la quasi-totalité sur des papiers recyclés et/ou issus de forêts gérées durablement en privilégiant les imprimeurs français ou limitrophes. En plus de la réduction de l'impact carbone lié au transport, cela permet aussi d'optimiser

les budgets, une nécessité compte-tenu de l'explosion du coût du papier et des matières premières.

Pour la théâtralisation en magasin, depuis plusieurs années nous demandons à Gutenberg d'être force de proposition sur des matériaux recyclables et plus respectueux de l'environnement. Par exemple, le carton remplace maintenant le plastique pour les PLV. Pour chaque opération, les collaborateurs sont informés de la filière de recyclage de chacun des supports proposés et dans quelle benne ils doivent les disposer une fois la communication terminée. Nous sommes également particulièrement attentifs à n'envoyer que les quantités justes pour ne pas générer de gaspillage, à mutualiser les livraisons pour réduire notre impact carbone.

Nos équipes Marketing et RSE font partie d'un groupe de travail CIRCUL'R réunissant fournisseurs, fabricants et distributeurs pour réfléchir au cycle de vie complet des supports utilisés et ainsi aligner notre communication en point de vente avec nos impératifs environnementaux.

Béatrice Michaux - Acheteuse prestations Marketing- Direction des Achats Indirects Auchan Retail France

Sarah Votion - Responsable de la théâtralisation en magasin - Direction de l'Animation Clients - Auchan Retail France

Point de vue de notre papetier Norske SKOG

Quelle est la place de la RSE dans votre stratégie ?

Elle est incontournable et au cœur de notre processus de décisions qui intègre nos principaux enjeux environnementaux, sociaux et évidemment économiques. Nous sommes convaincus qu'il s'agit d'une dynamique porteuse synonyme de compétitivité, innovation et attractivité pour la filière papetière.

Elle impacte donc vos relations avec vos parties prenantes ?

Oui, tout à fait. Fidèle à nos valeurs, nous entretenons un dialogue régulier avec nos parties prenantes dont nos clients et fournisseurs. Notre approche d'achats responsables intègre nos obligations, tel que le devoir de vigilance. En cohérence avec la Charte « Relations Fournisseurs et Achats Responsables » dont nous sommes signataires, nous intégrons pour le choix de nos fournisseurs des critères de performance dans les domaines de la sécurité, de l'environnement et plus largement de la maturité RSE. Par ailleurs, nous privilégions si possible les fournisseurs locaux et dès 2022 nous souhaitons renforcer nos efforts en direction des TPE-PME et des entreprises du secteur adapté et protégé.

Et envers vos clients ?

Le monde a subi récemment de fortes mutations et en tant que dernier fabricant de papier journal français, nous souhaitons contribuer aux stratégies responsables de nos clients. Nos papiers sont certifiés, issus de l'économie circulaire et à partir de 2023 composés à 100 % de fibres recyclées, principalement approvisionnées en France. Sur le plan environnemental, nous avons pris des engagements forts pour 2030 à l'instar d'une réduction de 30% de notre consommation électrique, la production sur site d'un tiers de nos besoins électriques, une baisse de 55% de notre empreinte carbone et une utilisation croissante des énergies renouvelables. Nos engagements ont été reconnus par le prix Choose France 2021 de la Transition Ecologique et nous avons récemment rejoint la Communauté du Coq Vert, label qui regroupe les entreprises engagées dans la transition énergétique et écologique.

La Responsabilité Sociétale des Entreprises est l'affaire de tous et il est donc indispensable que l'ensemble des acteurs de la chaîne de valeur œuvrent ensemble à rendre la filière papetière toujours plus durable.

Linda Omland, Directrice Marketing – Norske Skog Golbey

Les achats au cœur de notre métier

268
fournisseurs
actifs en 2021

La politique d'achats s'inscrit dans notre volonté de relations réciproques responsables et durables avec nos fournisseurs.

Cette politique constitue le 4^e pilier de notre démarche RSE, elle se décline dans les processus de Gutenberg, couvrant le référencement, les engagements contractuels, ainsi que le suivi et le pilotage de la relation établie au quotidien avec nos partenaires. Des critères RSE sont établis contractuellement pour être utilisés dans la réalisation de nos activités et développer l'engagement de nos fournisseurs.

Le référencement suit un processus exigeant mais ouvert, défini dans un contrat-cadre. Tous types d'entreprises constituent aujourd'hui notre réseau de partenaires, différenciées que ce soit par leur taille, de la TPE à l'ETI, ou par leur activité (imprimeurs, papetiers, fabricants d'objets, fabricants multi-matériaux, poseurs, transporteurs, logisticiens, routeurs...).

Un acheteur référent est défini pour simplifier les échanges, dans un climat de confiance. Cette relation vise à s'établir dans la durée, tout en s'assurant de l'indépendance économique du fournisseur. Nous prenons également un soin particulier à recenser et à suivre les certifications et les labels de nos fournisseurs, dans le cadre notamment de notre approche « *coût global* ».

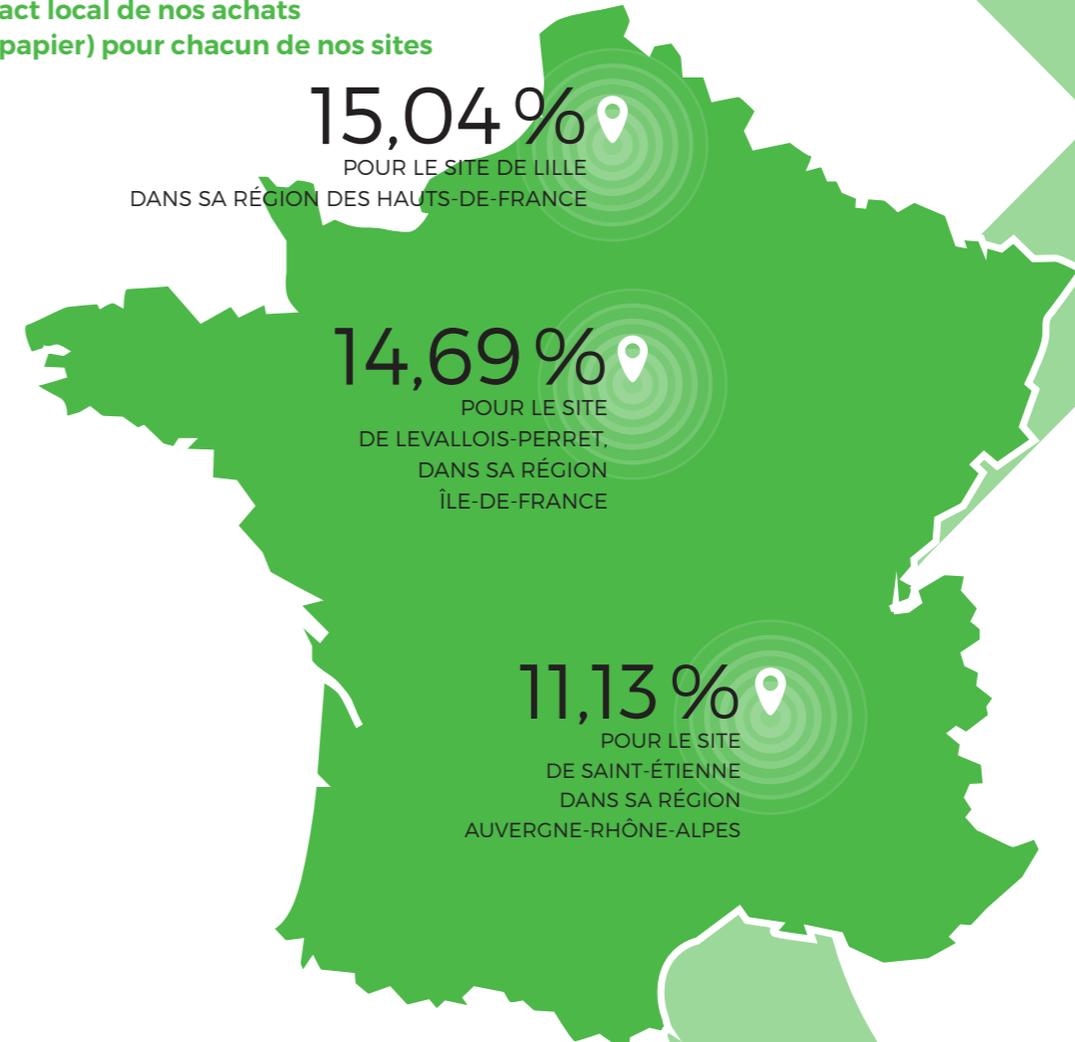
En 2016, nous avons réalisé notre premier baromètre fournisseurs, afin de suivre l'évolution des démarches, mais aussi pour faire prendre conscience de la nécessité d'évoluer vers des pratiques plus positives pour la société.

Afin de compléter cette démarche, dès 2018, au lancement du label sectoriel Print Ethic, nous avons travaillé avec l'IDEP et l'UNIIC pour apporter notre vision du secteur dans la construction de ce label. Nous avons participé pendant 2 ans du comité d'attribution afin d'accompagner les imprimeurs dans une démarche RSE.

Parallèlement, nous privilégions les achats en France en 2021 à hauteur de 76,8%. Ce chiffre reflète notre engagement dans une démarche de coût global, à travers la réduction de distance entre lieu de production et lieu de livraison. Ainsi nous permettons le maintien du tissu d'emplois français de ce secteur.



L'impact local de nos achats (hors papier) pour chacun de nos sites



Nos engagements responsables



Les modes de production et de consommation durables sont un enjeu majeur du développement durable comme cela est décrit dans les ODD 8, 9, 12 et 17.

Gutenberg avait affirmé sa politique d'Achats Responsables dès 2011 par la signature de la Charte Relations Fournisseur Responsables, puis en obtenant en 2013 le Label Relations Fournisseur Responsables, devenant la première ETI labellisée.

Aboutis en 2017, les travaux menés sur plusieurs années par différents pays, dont la France, ont permis la naissance de la norme internationale ISO 20400 « achats responsables », qui a pour but de conjuguer responsabilité sociétale et achats responsables. Cette norme prend en compte les retours d'expérience du Label RFR et permet de proposer un référentiel commun. Le Médiateur des entreprises, l'Observatoire des Achats Responsables (ObsAR), l'Association française de normalisation (AFNOR) et le Conseil National des Achats (CNA) ont alors coordonné leurs efforts afin de faire évoluer le label existant et le rendre cohérent avec la norme internationale.

L'alignement de la politique et de la stratégie d'achats responsables de l'entreprise avec les objectifs RSE fixés par la Direction devient incontournable. Le TCO (coût total de l'achat) évolue vers l'appréciation de l'ensemble des coûts du cycle de vie et l'écoute active de la voix des fournisseurs devient un critère à part entière. Gutenberg a renouvelé sa labellisation en 2017, prenant ainsi en compte ces évolutions dans ses pratiques achats.

La revue des pratiques se fait au travers de 5 thématiques, dont la contribution des activités de l'entreprise à des modes de production et de consommation, ainsi qu'à des modes de vie, qui sont plus soutenables écologiquement et socialement.

Pour chaque thématique, la politique, son déploiement, le suivi de son efficacité et son amélioration continue sont considérés.

Gutenberg a déjà intégré toute cette démarche depuis plusieurs années dans sa politique d'achats responsables.

En effet, l'engagement RSE fait partie intégrante de la gestion quotidienne des relations fournisseurs mais aussi de la politique de référencement de Gutenberg.

La procédure d'évaluation des tiers mise en place vise à s'assurer que les fournisseurs ou sous-traitants se conforment aux principes éthiques que Gutenberg entend promouvoir.

Ces principes résultent de réglementations applicables comme celles sur la prévention et la lutte contre la corruption (en France, loi du 9 décembre 2016 dite Sapin II), d'engagements contractuels souscrits par Gutenberg envers ses clients soumis au devoir de vigilance des sociétés mères et entreprises donneuses d'ordre (loi française du 27 mars 2017) ou de la politique éthique en vigueur au sein de Gutenberg et plus largement du Groupe Omnicom.

Focus papier

2021 a été une année inédite et extrêmement mouvementée, en particulier sur le marché du papier graphique.

Nous sortions tout juste d'une année marquée par un fort ralentissement de l'activité, causé par la Covid 19.

Dans un marché surcapacitaire, les prix avaient atteint des niveaux historiquement bas en ce début d'année 2021.

La crise du papier a démarré au cours du second trimestre par une alerte de la part des papetiers au sujet d'un risque de rupture de leurs approvisionnements en vieux papier.

La période Covid a favorisé une forte croissance du e-commerce et la demande en emballage carton a très fortement progressé.

La demande des cartonniers en « vieux papiers » pour répondre au besoin a créé un déséquilibre offre/demande qui a provoqué une flambée des coûts de production des papetiers, dans une période de reprise de la demande en papier graphique.

Dans le même temps, fin avril, Stora Enso annonçait la fermeture de 2 usines pour septembre 2021 retirant ainsi 1 355 000 tonnes de capacités sur l'année.

L'offre était devenue sous capacitaire et annonçait, dans un contexte de crise des matières premières, une flambée des prix historique dès le 1er juillet.

Les prix n'ont cessé d'être revus à la hausse sur le troisième trimestre pour compenser l'explosion des prix des « vieux papiers », sans toutefois pouvoir répondre à la demande boostée par la reprise post covid.

Les producteurs ont rencontré de sérieuses difficultés à produire, les obligeant, pour certains, à rendre des commandes à leurs clients et ainsi accentuer le phénomène de pénurie.

Nous avons dû nous adapter et chercher de nouvelles solutions d'approvisionnement, notamment en découpe afin de couvrir les besoins de nos clients.

La hausse de prix de l'énergie en toute fin d'année a accru le phénomène, annonçant de nouvelles hausses sur 2022 qui allaient se révéler encore une nouvelle fois historiques !

La notion du coût global



Le coût global ou « coût total de possession » de l'achat d'un produit ou service (TCO : « Total Cost of Ownership ») intègre, sur l'ensemble du cycle de vie du produit, y compris en aval de l'achat, les impacts économiques liés à la RSO*.

Il permet de mesurer de manière plus complète, et sur la durée, les économies, la création de valeur et le retour sur investissement générés par cet achat :

- sur le cycle de vie du produit ou service acheté : les coûts de mise en service, fonctionnement, maintenance, fin de vie, notamment sur les produits à cycle long, ainsi que les coûts cachés et les risques opérationnels occasionnés, dans les processus internes, par l'absence de qualité de l'achat
- sur « l'entreprise étendue », la « chaîne de valeur » du donneur d'ordres : les coûts cachés et les risques générés, mais aussi le potentiel de performance partagée sur la chaîne de valeur, qui inclut les fournisseurs, les clients ou les parties prenantes, telle la société civile
- sur les « externalités RSO » potentiellement plus coûteuses à court terme, mais générant des bénéfices à long terme : l'insertion, l'usage de matières recyclées/recyclables, la limitation des émissions de CO₂, la réduction des délais de paiement, etc.

* RSO : Responsabilité Sociétale des Organisations

Dans nos achats, cela signifie que, dès l'appel d'offres, des fournisseurs différents doivent recevoir un descriptif technique du produit le plus détaillé possible et être notamment sélectionnés au regard de :

- leur capacité de production (conformité du parc machines),
- leur localisation par rapport au point de livraison,
- le niveau de qualité attendu,
- l'emplacement d'un éventuel stock papier,
- leurs labels, certifications et engagements (PEFC™, FSC®, Imprim'Vert, ISO 14001, ISO 9001, Ecovadis, Engagement Global Compact ONU)
- les investissements engagés par l'entreprise,
- les frais de douane,
- l'éco-conception du produit,
- leur démarche RSE,
- les relations sociales de l'entreprise,
- les éventuels surcoûts, (assurances, surcoût logistique...).

Pour cela, nous incluons dans notre logiciel de production et de gestion une base de données à jour des certificats et labels de nos fournisseurs.

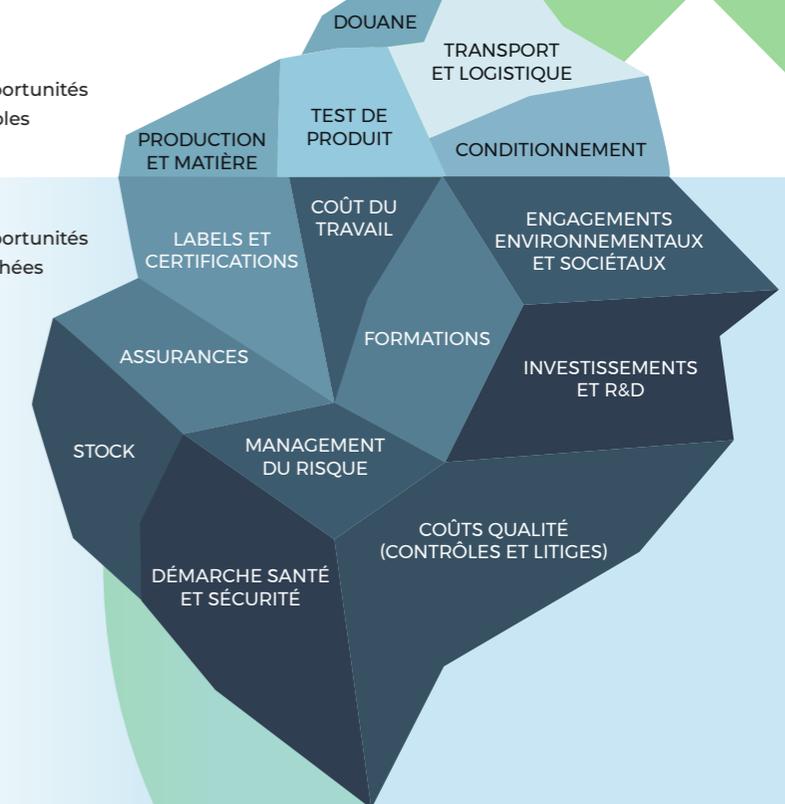
Par ailleurs, la relation avec les fournisseurs est confiée à un acheteur référent pour permettre une relation simple et efficace. L'acheteur référent est notamment responsable du respect des engagements pris par chacune des parties.

Enfin, nous réalisons une partie de nos achats avec des entreprises adaptées (EA, ESAT et SIAE). Cet engagement fait l'objet d'un objectif chiffré chaque année.

Coût total de possession TCO

↑ Opportunités visibles

↓ Opportunités cachées



RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE

Gutenberg travaille au quotidien à réduire et limiter ses impacts directs et indirects.



Nos impacts indirects



Émissions



Matières



Achats responsables



Recyclage

La maîtrise des impacts environnementaux :

Entreprise du secteur tertiaire ne disposant pas d'usine de production, nous pourrions considérer que nos actions doivent se limiter à nos consommations d'eau, d'énergie... Toutefois, nous sommes conscients que les achats de nos donneurs d'ordres doivent être réalisés de façon responsable, en limitant leurs impacts.

Nous nous inscrivons dans les différents cycles de vie de nos produits : celui du papier et celui du digital, et faisons en sorte de réduire nos impacts indirects.

Dans ce contexte, nous avons fait des choix :

- celui d'assurer la durabilité de notre matière première, en achetant du papier issu de pâtes à papier certifiées, elles-mêmes issues de forêts gérées durablement et en favorisant la part du papier recyclé ;
- celui de privilégier les fournisseurs qui partagent les mêmes valeurs que les nôtres, c'est-à-dire des imprimeurs certifiés et engagés dans une véritable démarche environnementale ;
- celui d'adapter notre gestion des transports dans une logique de coût global (rapprochement des points de fabrication et des lieux de livraison), à la fois pour proposer une meilleure offre à nos clients, mais également pour diminuer notre empreinte écologique lorsque cela est réalisable ;
- celui de rechercher et proposer des matières plus respectueuses de l'environnement ;
- celui d'être certifié PEFC™/FSC® et de réaliser dans ce cadre une analyse de risque des essences et des provenances, pour lutter contre les risques de détournement du bois.

C'est donc dans la vie quotidienne de la société que sont abordées ces questions de maîtrise des impacts environnementaux, plus ou moins indirectement liés à notre activité.

Des achats responsables, des conseils clients dans ce sens, l'application de la Responsabilité Élargie des Producteurs (REP), la protection des consommateurs, l'analyse des risques, notre communication interne, ou encore notre sensibilité à la protection de l'environnement... Tels sont les enjeux que nous mettons au cœur de notre activité pour un développement durable de notre société.

L'éco-socio-conception

Notre démarche

Dans le cadre de notre approche d'éco-socio-conception, nous fournissons à nos clients les solutions afin de limiter l'empreinte environnementale de leurs productions, tout en prenant en compte leurs impacts sociétaux et environnementaux.

Cette démarche repose sur un ensemble d'actions possibles pour chacune des étapes du cycle de conception et de production. Nous conseillons ainsi nos clients au-delà de nos prestations, qui peuvent ne couvrir qu'une partie de ce cycle de production.

Nous proposons par exemple dès le devis un affichage environnemental réalisé par l'outil Paper Metrics® en partenariat avec CITEO. Ce dernier permet d'identifier les impacts environnementaux de l'imprimé à travers des indicateurs et ainsi d'évaluer les pistes d'éco-conception pertinentes.

Le papier est une matière faisant partie intégrante de notre activité ; et cette matière est devenue précieuse. En sachant que le papier peut se recycler jusqu'à 8 fois, selon les études, il devient une matière durable qu'il est important de conserver. Ainsi, une production d'imprimés responsables passe notamment par une conception permettant de faciliter sa recyclabilité.

Enfin, nous préconisons des productions au plus proche des points de distribution afin de limiter l'impact carbone lié au transport, mais aussi son impact sociétal. Cette approche s'inscrit dans une cohérence avec la définition d'un coût global, réelle performance d'achats responsables.

Notre accompagnement client : l'exemple de Weldom

Weldom est un client pour lequel nous travaillons depuis plusieurs années. Pour son opération Jardin, nous avons accompagné Weldom dans ses choix afin d'adopter une démarche RSE engageante, en réunissant l'ensemble des parties prenantes.

Dans la continuité de notre politique RSE, nous avons ancré dans cette démarche les principes d'éco-socio-conception afin de limiter les impacts environnementaux et sociétaux sur toutes les phases du cycle de vie.

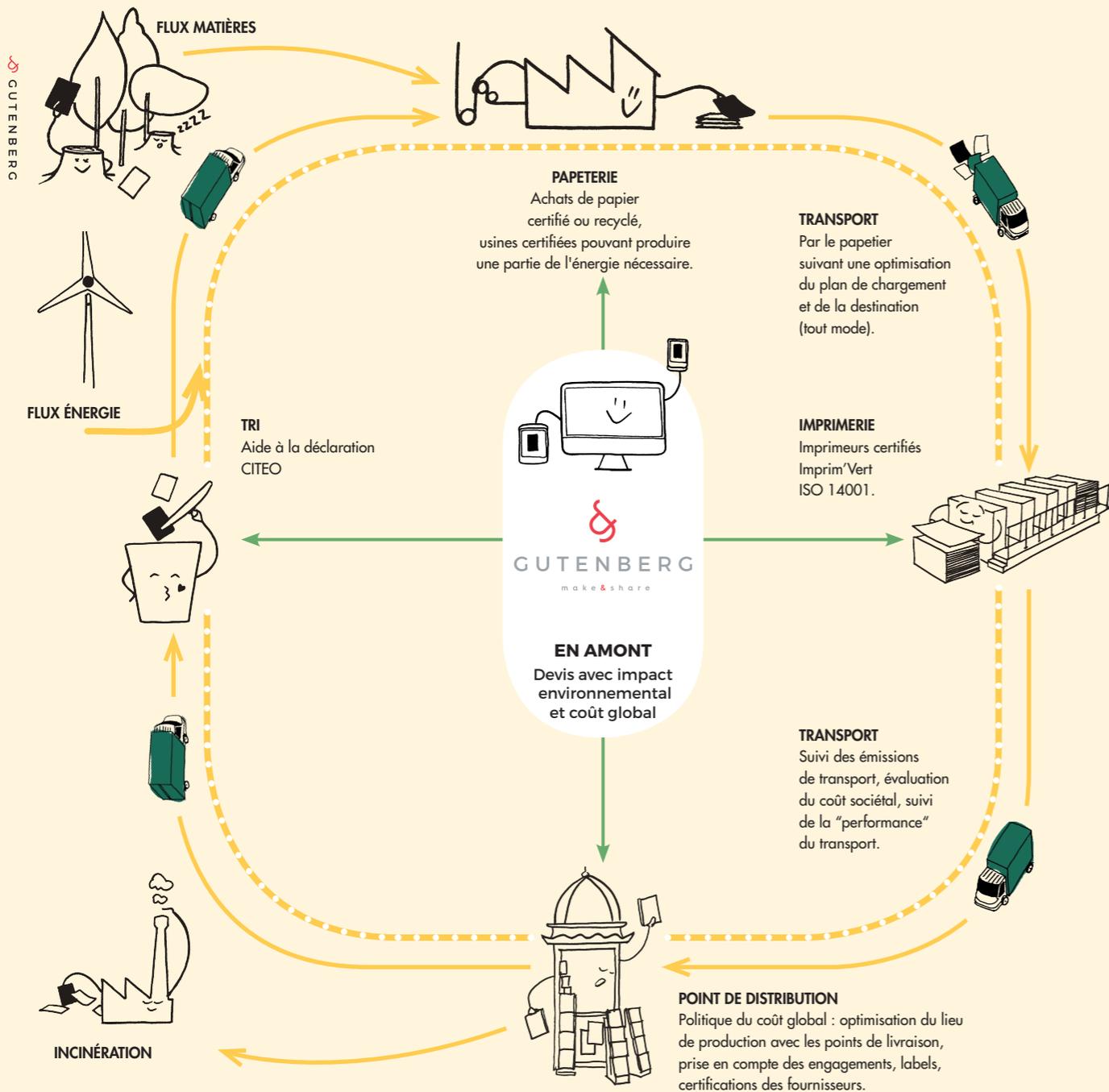
Le choix d'un imprimeur localisé en France et labélisé « Imprim'vert » avec la particularité d'utiliser des encres « Blue Angel », un papier JS 45g recyclé, fabriqué en France à Golbey (dept. 88).

Quelques indicateurs de performance :

-  Transport optimisé : - 500 km entre les lieux de production du papier et d'impression
-  100 % de la production papier certifié FSC
-  100 % des fournisseurs certifiés dans une démarche environnementale
-  Production Made In France



Un autre exemple d'accompagnement client : l'éco-conception d'un packaging pour Candia



CYCLE DE VIE DU PAPIER

Gutenberg est un intermédiaire entre les annonceurs et l'ensemble des métiers nécessaires à la réalisation d'un produit publicitaire. Dans ce cadre nous mettons en avant l'éco-socio-conception sur tout le cycle de vie du produit, notamment sur les étapes de conception, de production et de recyclage du produit, afin d'intégrer tous les enjeux environnementaux et sociétaux.

Flux de matières

Les papeteries sont approvisionnées en bois provenant de forêts durablement gérées ou en papier recyclé provenant d'un périmètre local.

Papeterie

Gutenberg travaille avec des papetiers européens certifiés (PEFCT[™]/FSC[®], ISO 14001, etc.) afin de s'assurer la possibilité de leur acheter du papier PEFCT[™], FSC[®] ou recyclé pour le compte de ses clients.

Imprimerie

Là encore, Gutenberg travaille avec un ensemble d'imprimeries certifiées, entre autres Imprim'Vert ou ISO 14001, pour assurer la prestation d'impression des produits, dans le respect de l'environnement. De plus, nous pouvons travailler avec des établissements et services d'aide par le travail qui permettent à des personnes en situation de handicap d'exercer une activité professionnelle tout en bénéficiant d'un soutien médico-social et éducatif dans un milieu protégé.

Transport

Nous procédons selon une approche de « coût global » afin d'optimiser la distance entre les points de distribution et de production. Avec ce regard macro de notre logistique transport, nous réalisons des économies financières ainsi qu'une optimisation des émissions de CO₂.

De plus, une partie de notre flotte de transporteurs est signataire de la Charte Objectif CO₂ de l'ADEME pour les transports routiers, prouvant leurs engagements dans la réduction de leurs émissions de gaz à effet de serre.

Tri

Il s'agit pour nous de produire les supports les moins impactants, en travaillant la notion d'éco-conception. En partenariat avec CITEO nous intégrons l'affichage environnemental sur nos devis. Nous fournissons les reportings nécessaires à la déclaration de nos clients, afin de leur apporter toutes les clés pour une conception responsable de leurs supports.

Notre matière première : le papier



Afin de toujours fournir à nos clients un papier de qualité environnementale élevée, une traçabilité précise et fiable est exigée, certifiant que le papier est produit avec près de 100% de pâte provenant de forêts gérées durablement ou de papiers recyclés.

Le suivi de l'origine de la pâte permet à Gutenberg de ne pas entrer dans le marché noir du bois. Cette traçabilité se transmet à tous les acteurs de la chaîne de production, en toute transparence, jusqu'à l'imprimeur. Ce système de contrôle nous permet d'être certifiés PEFC et FSC, deux systèmes de gestion durable des forêts, sur la traçabilité de la chaîne de contrôle. Nous sommes audités par un organisme certificateur annuellement et sommes ainsi capables de garantir à nos clients l'ensemble des éléments composant cette chaîne : de la fabrication du papier à l'apposition du logo associé sur le document final.

Au-delà des enjeux de ces certifications, nous suivons les compositions des papiers afin de garantir un approvisionnement de fibre certifiée et de tendre vers de la fibre recyclée.

Pour aller plus loin, nous jouons également un rôle de conseil, pour aiguiller les demandes de nos clients vers des papiers recyclés.

99,01%
de papier certifié,
dont 58,48%*
de fibres recyclées

65 176
tonnes de papier
achetées en 2020

* +10,87% par rapport à 2020

La fin de vie du papier



La fin de vie du papier fait également partie de nos préoccupations. De par notre activité, nous sommes soumis au principe de la REP, la "Responsabilité Élargie des Producteurs". Cet instrument de politique environnementale attribue la responsabilité de la gestion des déchets, matérielle ou financière, totale ou partielle, aux producteurs :

- elle encourage la prise en compte des aspects environnementaux par les producteurs dès la conception du produit ;
- elle favorise la prévention de la production de déchets d'emballages à la source ;
- elle contribue à atteindre les objectifs publics de recyclage et de gestion des matériaux.

En tant qu'acteur intervenant pour le compte de ses clients, Gutenberg inclut dans sa réflexion les sujets sociétaux afin de promouvoir des produits limitant leurs impacts sur l'ensemble des étapes du cycle de vie. Cela a pour objectif de réduire l'utilisation de matières et/ou substances controversées mais également de permettre aux clients de bénéficier de bonus lors de la déclaration annuelle de mise sur le marché CITEO.

CITEO

Nous fournissons donc les informations de cette éco-contribution ainsi que le niveau de recyclabilité du produit sur nos devis clients. Nous constituons également le reporting de suivi des productions mises sur le marché, permettant à nos clients de faire leur déclaration annuelle auprès de CITEO.

Maîtrise des impacts de production & compensation



268
fournisseurs actifs
55,61%
ont au moins
une labellisation
ou certification
environnementale

Réduire les impacts

L'impression est réalisée grâce à notre réseau de partenaires imprimeurs, avec lesquels nous travaillons régulièrement, tous répertoriés dans notre base de données. Nous lançons auprès d'eux, pour chaque prestation, un appel d'offre.

Nous favorisons les imprimeries certifiées EMAS, ISO 14001, Imprim'Vert, ou ayant engagé une démarche environnementale, qui partagent ainsi nos valeurs en matière de développement durable. Ainsi, nous faisons en sorte que le projet de nos clients ait le moins d'impact possible sur l'environnement.

S'agissant de la maîtrise des impacts de nos processus de fabrication, nous avons fait un focus sur l'analyse de nos achats par certification et sur la proportion des fournisseurs ayant une, voire plusieurs certifications.

Dans l'optique de réduire l'impact environnemental lié aux livraisons que nous effectuons pour nos clients, nous suivons les émissions de gaz à effet de serre de nos transporteurs.

Affichage environnemental



L'entreprise a participé en 2010 au groupe de travail mené par la plateforme ADEME / AFNOR sur l'affichage environnemental des produits imprimés (groupe « GT8 Édition »).

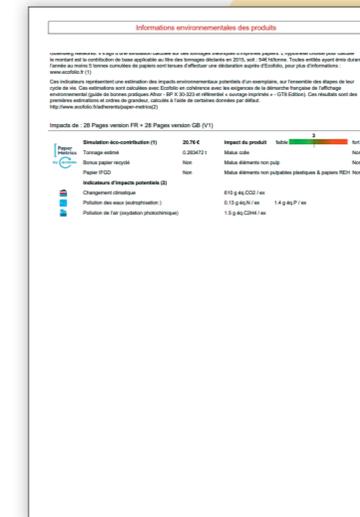
Depuis, Gutenberg suit l'évolution de l'affichage environnemental des produits. Grâce à un partenariat avec CITEO, Gutenberg a développé un affichage environnemental sur ses devis, en complément de l'éco-contribution, pour informer ses clients de l'impact de leurs demandes de production d'imprimés publicitaires.

Nos clients peuvent ainsi comparer, au regard des propositions de produits, leurs impacts et ainsi intégrer ces éléments dans leur réflexion pour choisir le produit adapté à leurs attentes, tout en prenant en compte les critères environnementaux.

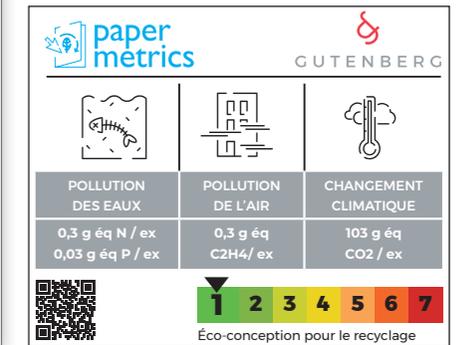
Afin d'aller plus loin, Gutenberg propose depuis 2019 un bandeau environnemental sur produit qui permet au lecteur final (consommateurs, clients, salariés...) d'avoir connaissance du niveau d'éco-conception du produit et des trois indicateurs associés. Pour une transparence nécessaire sur la méthodologie de ces informations, un QR code envoie à la page explicative de CITEO.

3 indicateurs retenus dans l'affichage de l'impact environnemental du produit imprimé :

- émissions de CO₂
- pollution des eaux
- pollution de l'air



Page des indicateurs environnementaux des devis clients de Gutenberg



Bandeau environnemental

Nos impacts directs



Émissions



Energie



Sensibilisation



Recyclage

Limiter, réduire, éviter

Au-delà des impacts indirects, Gutenberg s'engage également à limiter et réduire ses impacts environnementaux directs et à tendre vers une consommation plus responsable.

Cela passe par un travail de chacun de nos sites avec les Services Généraux pour le suivi des déchets, des consommations énergétiques, l'application d'une politique de déplacement... mais aussi par la sensibilisation de l'ensemble des collaborateurs aux bons gestes de tri, de réduction des consommations énergétiques, l'incitation à des modes de transport avec un moindre impact environnemental.

Pour cela, nous essayons de montrer l'exemple par nos actions :

Elles s'articulent autour de 4 orientations de travail.

- la réduction de nos émissions par leur suivi régulier à travers un BEGES annuel et l'adaptation des politiques de l'entreprise au regard de ces données chiffrées ;
- le recyclage et suivi de nos déchets, pour répondre à la réglementation, apporter des solutions adaptées suivant nos activités et responsabiliser nos collaborateurs ;
- le contrôle et le suivi de nos consommations d'énergie, pour plus d'efficacité ;
- la sensibilisation de chacun pour devenir acteur de ces réductions.

Les émissions

En 2009, nous avons commencé l'étude des origines de nos émissions, avec la réalisation d'un Bilan Carbone® Scope 3 par une entreprise spécialisée. Nous avons ainsi réalisé seule notre premier bilan GES sur l'exercice 2011.

De cet état des lieux sont ressortis trois points faibles : la logistique, le transport et l'énergie, causes des impacts indirects de nos activités. Plusieurs actions ont ensuite été menées pour diminuer ces impacts.

En plus de ces obligations et dans l'optique de pouvoir apporter des solutions adaptées pour diminuer nos émissions en toute efficacité, nous avons mis en place un suivi annuel de nos émissions GES dès 2015.

C'est ainsi que l'entreprise s'est dotée d'un logiciel de suivi et a mis en place des formulaires pour faciliter la récolte d'informations chaque trimestre. L'acquisition de l'outil « Izypéo® énergie » nous permet aujourd'hui de suivre l'évolution de nos consommations de gaz et d'électricité sur chacun de nos sites. Ce suivi permet à Gutenberg de

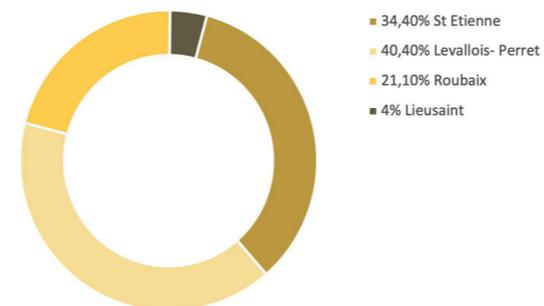
mesurer en partie les effets des recommandations du plan d'action des audits énergétiques.

Suivi de nos émissions directes : BEGES :

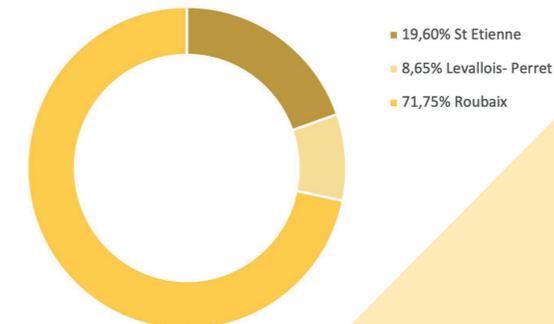
Dans la continuité de la mise en place des plans d'action adaptés, visant à la réduction de nos consommations énergétiques et de nos émissions de gaz à effet de serre, nous réalisons un suivi annuel de nos émissions énergétiques et de nos émissions GES. L'analyse des émissions du Bilan GES de Gutenberg depuis 2015 montre une baisse significative des émissions par salarié de près de 30%. Cette baisse est liée à la diminution des immobilisations et des déplacements, grâce à des politiques d'investissements et de voyages intégrant ces problématiques environnementales.



Émissions 2020/site (téq. CO2)

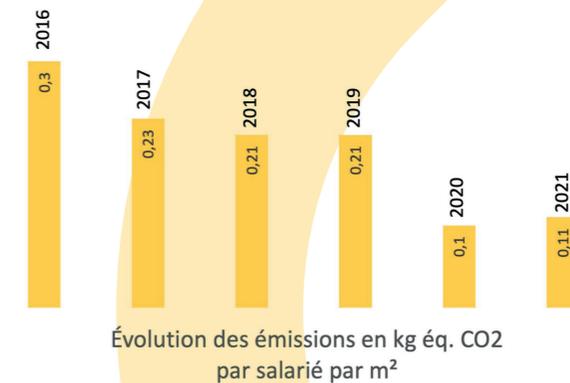


Émissions 2021/site (téq. CO2)



Situation exceptionnelle de 2020

On constate une nette diminution des émissions de GES en 2020 dû à la crise sanitaire. L'exercice 2021 a vu cette diminution se confirmer. Le maintien bas de nos émissions, s'explique notamment par la mise en place du télétravail (2 jours par semaine selon la Charte du Télétravail).



L'énergie

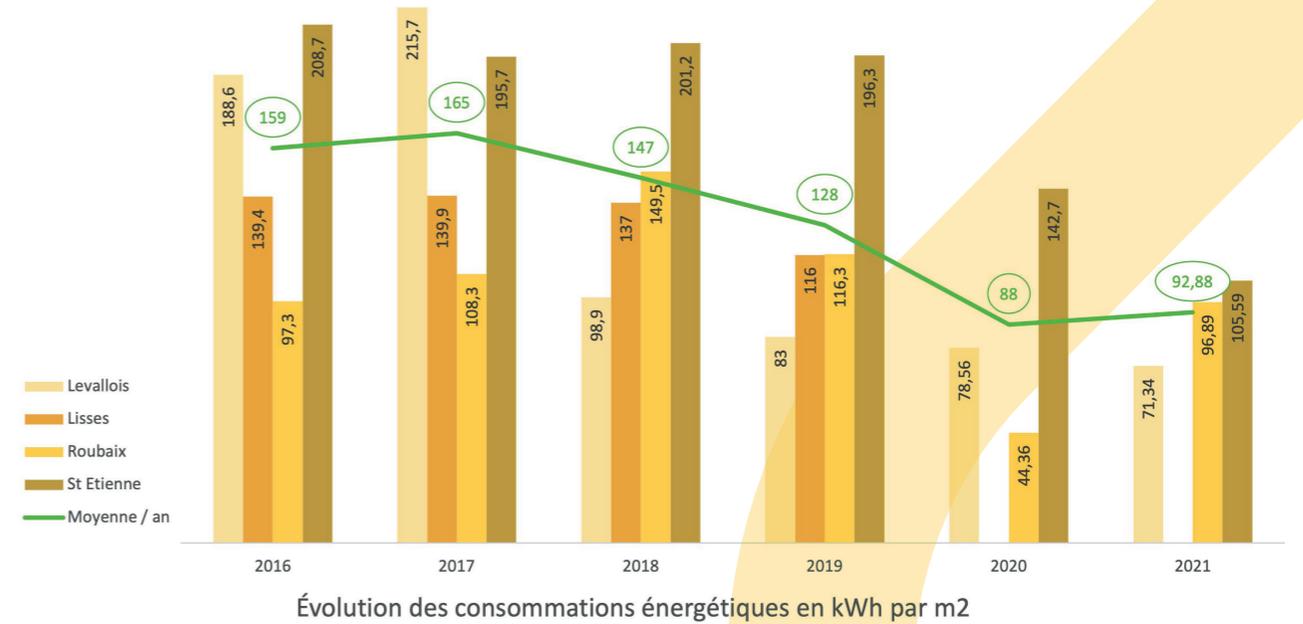
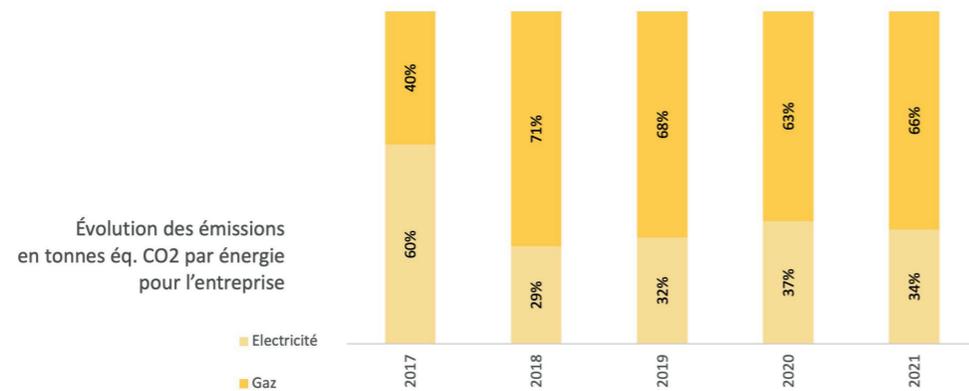


Concernant notre état des lieux énergétique, tous les sites de la société ont été audités par une société spécialisée. L'objectif était d'avoir un avis professionnel sur l'efficacité énergétique de nos bâtiments et d'être conseillés dans le choix des actions les plus efficaces, afin de réduire/limiter les consommations superflues.

Les actions préconisées nous ont permis d'établir un plan d'action pour améliorer à plus ou moins long terme la gestion de nos consommations énergétiques, ainsi que le confort de nos salariés.

À la suite de ces audits, il nous a, par exemple, été conseillé de modifier la puissance souscrite auprès de notre fournisseur d'électricité, de programmer l'allumage/extinction des ordinateurs, etc.

Pour aller encore plus loin dans l'amélioration de notre efficacité énergétique et ainsi diminuer notre facture, nous devons maîtriser nos consommations énergétiques sur chaque poste comme l'éclairage, le chauffage, la climatisation. C'est ainsi que nous avons mis en place, sur le site de Levallois, un outil de gestion des températures tout au long de l'année, suivant les prévisions météorologiques.



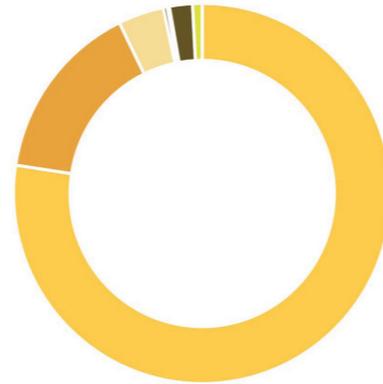
Le recyclage



Depuis cinq ans, Gutenberg a mis en place sa politique d'optimisation de la gestion des déchets de façon progressive. Celle-ci s'articule autour du tri de différents déchets, imposée par la loi relative à la transition énergétique pour la croissance verte, qui encourage la lutte contre le gaspillage, la réduction des déchets à la source, leur tri et leur valorisation. Pour faciliter l'acquisition du bon geste de tri par ses collaborateurs, l'agence a opté pour la fabrication de ses poubelles de tri à partir d'une matière première légère, résistante, rigide et entièrement recyclable, à savoir le re-board.

Gutenberg poursuit sa politique à travers la revalorisation de ses déchets. En 2021, un effort particulier a été réalisé, notamment grâce la mise en place de partenariats avec des associations spécialisées ainsi qu'avec des sociétés de revalorisation des déchets électronique.

Répartition du recyclage



- Papiers/Cartons 77%
- DEEE 15%
- Gobelets 4%
- Piles/accumulateurs 0%
- Capsules de café 0%
- Cartouche d'encre 2%
- Palettes 1%



Évolution de la production de déchets en kg par salarié par an



OUTILS DE COLLECTE DES DÉCHETS

Nos contributions aux ODD



RÉFÉRENTIELS & OBJECTIFS

Les objectifs atteints fin 2021 et les objectifs que nous nous sommes fixés pour les prochaines années

Révision des objectifs

SOCIAL - SOCIÉTAL

Objectifs	Cibles	Avancement
Amélioration du processus d'intégration	Déploiement en 2020, poursuite en 2021	●●●●●
Revue annuelle des analyses de risques (corruption, sous-traitance)	1 revue annuelle	●●●●●
Animation du réseau d'Ambassadeurs RSE	2 projets Groupe a minima	●●●●○
Maintien de l'accompagnement d'associations locales	1 projet Groupe, 1 projet par site a minima	●●●●○
Suivi du programme PEP'S	80% des managers formés	●●●●●

QUALITÉ - ÉCONOMIE

Objectifs	Cibles	Avancement
Suivi des plans d'action des audits de fournisseurs identifiés à risque au regard des produits réalisés par un tiers extérieur	1 revue semestrielle par fournisseur	●●●○○
Refonte des audits internes (multi domaines)	Deployment lors des audits 2020, poursuite en 2021	●●●●○
Revue et mise à jour de l'analyse des risques métiers	4 groupes de travail	●●●●○
Mise en place d'une communication Client RSE	1 par semestre	●●●○○
Enquête de satisfaction clients	Maintien du taux de 95% de satisfaction	●●●●○
Mise en place d'actions d'amélioration dans le cadre des relations fournisseurs	Maintien d'une note de satisfaction à 7/10 a minima (enquête en 2021)	●●●●○

Les éléments présentés ici sont ceux encore en vigueur au moment de l'élaboration de ce rapport. Nous sommes en train de retravailler l'ensemble de notre stratégie RSE. Ainsi, nous réalisons une nouvelle politique RSE associée à de nouveaux objectifs et de nouvelles cibles.

Initié ●○○○○ Débuté ●●○○○ Partiel ●●●○○ Mis en place ●●●●○ Atteint ●●●●●

ACHATS RESPONSABLES

Objectifs	Cibles	Avancement
Réaliser nos achats de production auprès d'entreprises labellisées/certifiées	80% des achats avec des fournisseurs ayant au moins 1 label/certification	●●●●●
Mise en place d'un indicateur de positionnement tarifaire des fournisseurs	Intégrer un indicateur sur le portail fournisseur	●●●○○
Refonte du Baromètre RSE	Réflexion en 2022	●●●●○
Promouvoir le label Print Ethic	Participer aux différents Comité d'attribution	●●●●●
Promouvoir l'achat de services réalisés par des ESAT/EA	Maintien de nos achats directs actuels, augmenter de 10% nos achats indirects	●●●○○

ENVIRONNEMENT

Objectifs	Cibles	Avancement
Sensibiliser les collaborateurs aux problématiques du développement durable (une journée)	1 session collaborateurs, 1 session clients	●●●●○
Maintenir la part de papier recyclé	50% en 2021	●●●●○
Achats d'impression via des fournisseurs Imprim'Vert	Atteindre 60% des achats print avec label/certification environnementale	●●●●●
Mettre en place un suivi du Bilan Carbone de nos productions papier	40% de nos productions papier en 2021	●●●○○
Maintenir la production moyenne de déchets par salarié à -20 % que la moyenne nationale (130 kg)	104 kg par salarié par an au maximum	●●●●●
Maintenir la consommation énergétique moyenne par salarié à -10 % que la moyenne nationale (5700 Kwh)	5130 Kwh par salarié par an au maximum	●●●●●
Réaliser le BEGES annuel	Maintien des émissions par salarié par mètre carré à 0,2 Téqu.CO ₂	●●●●●

Tableau de correspondances

Structure du rapport	Pages	Les principes du Global Compact	Objectifs de Développement Durable	Grenelle 2 article 225* (d'autres éléments du Grenelle sont inclus dans notre rapport social et notre Charte Ethique)	Label RFAAR
Introduction					
Engagement de la direction	3	1			○
Nos expertises	6				○
Les chiffres	7			I.a) 1.1 Effectif total	○
Notre contexte RSE	8 - 9				○
Chiffres RSE	10 - 11			I.a) 1.2 : 1.3 et 1.4 Répartition des salariés par sexe, par âge et par zone géographique I.a) 2.1 Embauches	○
Politique du SMI & Gestion des risques	12 - 13	7, 8, 9		II.a) 1.1 Organisation de la société pour prendre en compte les questions environnementales II.a) 1.2 Démarches d'évaluation ou de certification en matière d'environnement III.d) 2 Mesures prises en faveur de la santé et de la sécurité des consommateurs	●
Parties prenantes					
Nos collaborateurs	16	3	16.6 : Paix, Justice et Institutions Efficaces	III.b) 1 Conditions de dialogue avec ces organisations	○
Nos associations	17	3	3.4 : Bonne santé et bien-être 4.5 : Education de qualité 10.3 et 10.4 : Inégalités réduites 17.17 : Partenariat pour la réalisation des objectifs	III.b) 1 Conditions de dialogue avec ces organisations III.b) 2 Actions de partenariat ou de mécénat	○
Notre actionnaire	18	1	12,2 : Consommation et production responsables 16.5 : Paix, Justice et Institution efficace	III.b) 1 Conditions de dialogue avec ces organisations	●
Nos clients	19		12,2 : Consommation et production responsables	III.b) 1 Conditions de dialogue avec ces organisations	○
Nos fournisseurs	20 - 21	1	8.3 : Travail décent et croissance économique 9.2 Industrie, Innovation et Infrastructure 12,2 : Consommation et production responsables 17.17 : Partenariat pour la réalisation des objectifs	III.b) 1 Conditions de dialogue avec ces organisations	●
Droits Humains					
Conditions de travail	24 - 25	4, 5 et 6	3.5 ; 3.6 ; 3.8 ; 3.9 : Bonne santé et bien-être 5.5 : Egalité entre les sexes 8.5 ; 8.8 : Travail décent et croissance économique 10.4 : Inégalités réduites	I.d) 1 Conditions de santé et sécurité au travail I.f) 1 Mesures prises en faveur de l'égalité homme/femme	●
Formations	26 - 27		4.3 : Education de qualité	I.e) 1 Politique mise en œuvre en matière de formation I.e) 2 Nombre total d'heures de formation	●

Tableau de correspondances

Structure du rapport	Pages	Les principes du Global Compact	Objectifs de Développement Durable	Grenelle 2 article 225* (d'autres éléments du Grenelle sont inclus dans notre rapport social et notre Charte Ethique)	Label RFAR
Droits Humains					
Ethique et Compliance	28 - 29	10	16.5 ; 16.7 : Paix, justice et institution efficace	III.d) 1 Actions engagées pour prévenir toute forme de corruption III.d) 2 Mesures prises en faveur de la santé et de la sécurité des consommateurs	●
Devoir de vigilance	29	1, 2, 3	16.5 ; 16.7 : Paix, justice et institution efficace	III.c) 1 Prise en compte dans la politique achat des enjeux sociaux et environnementaux	○
Achats responsables					
Politique achats et relations fournisseurs	36 - 39	1, 2, 3, 4, 5 et 6	8.3 : Travail décent et croissance économique 9.2 : Industrie, Innovation et Infrastructure 12,2 : Consommation et production responsables 17.17 : Partenariat pour la réalisation des objectifs	I.g) 3 Élimination du travail forcé ou obligatoire et I.g) 4 Abolition effective du travail des enfants III.a) Impact territorial, économique et social de l'activité de la société en matière d'emploi et de développement régional ; sur les populations riveraines ou locales III.b) 1 Conditions de dialogue avec ces organisations III.c) 2 Importance de la sous-traitance et prise en compte de la RSE dans les relations fournisseurs et sous-traitants	●
Niveau de coût global	40 - 41	1 et 2	8.3 : Travail décent et croissance économique 9.2 : Industrie, Innovation et Infrastructure 12,2 : Consommation et production responsables 17.17 : Partenariat pour la réalisation des objectifs	III.c) 1 Prise en compte dans la politique achat des enjeux sociaux et environnementaux III.c) 2 Importance de la sous-traitance et prise en compte de la RSE dans les relations fournisseurs et sous-traitants	●
Environnement					
Impacts indirects : cycle de vie du papier, de la matière première à la fin de vie	44 - 53	Pr 7, 8 et 9	8.4 : Travail décent et croissance économique 12,2 ; 12.4 ; 12.5 ; 12.8 : Consommation et production responsables 13.3 : Mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques 15.1 ; 15.2 ; 15.5 : Vie terrestre 17.17 : Partenariat pour la réalisation des objectifs	II.a) 1.1 Organisation de la société pour prendre en compte les questions environnementales II.a) 2 Formation et d'information des salariés menées en matière de protection de l'environnement. II.a) 3 Moyens consacrés à la prévention des risques environnementaux. II.b) 1.1 ; 1.2 ; 1.3 Mesures de prévention, réduction et réparation de rejets dans l'air, dans l'eau et dans le sol II.c) 1 Consommation de matière première II.c) 1.1 Consommation d'eau II.c) 2 Mesures prises pour améliorer l'efficacité dans l'utilisation des matières premières	●
Impacts directs : émission de CO2, énergie, déchets	54 - 61	Pr 7, 8 et 9	3.9 : Bonne santé et bien-être 12,2 ; 12.4 ; 12.5 ; 12.8 : Consommation et production responsables 13.3 : Mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques	II.b) 2 Mesures de prévention, de recyclage et d'élimination des déchets II.c) 3.1 Consommation d'énergie II.c) 3.2 Mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique II.c) 3.3 Mesures prises pour améliorer le recours aux énergies renouvelables II.d) 1 Rejets de GES II.d) 2 Adaptation aux conséquences du changement climatique	●
Les Objectifs du Développement Durable	62 - 63	Pr 1			○

Nos engagements

Gutenberg est engagée dans le développement durable depuis plusieurs années, voici quelques engagements pris :



Depuis 2010, Gutenberg adhère à l'initiative de responsabilité d'entreprise du Pacte Mondial des Nations unies et à ses principes dans les domaines des droits de l'Homme, du travail, de l'environnement et de la lutte contre la corruption.



Au travers de ses actions et engagements, Gutenberg contribue aux Objectifs du Développement Durable.



Gutenberg est signataire de la Charte de la Médiation inter-entreprises depuis 2011. Gutenberg a confirmé son engagement en signant dès sa publication en octobre 2021, la nouvelle charte Relations Fournisseurs et Achats Responsables.

Nos reconnaissances

Certifiée ISO 9001 de 2000 à 2013, Gutenberg a déployé un système de management intégré depuis 2014. Parallèlement, Gutenberg a été labellisée "Relations Fournisseur & Achats Responsables" de 2013 à 2019.



Certifié PEFC™ et FSC® depuis 2010



Gutenberg a été reconnue GC Active en 2021, reconnaissance du Global Compact.



Évalué Ecovadis depuis 2013, niveau «gold» depuis 2014, obtention du niveau Platiniium en janvier 2021, renouvelé en 2022.

Merci

À TOUS LES SALARIÉS !

Nous tenons à remercier tout particulièrement l'ensemble des intervenants extérieurs,

M^{me} Béatrice Michaux - Acheteuse prestations Marketing - Direction des Achats Indirects Auchan Retail France,

M^{me} Sarah Votien - Responsable de la théâtralisation en magasin - Direction de l'Animation Clients - Auchan Retail France,

M^{me} Linda Omland - Directrice Marketing Norske Skog Golbey, pour leur contribution et leurs précieux conseils.

Nous remercions également tous nos salariés engagés ayant participé à la production de ce rapport.

Vous pouvez retrouver notre rapport DD sur notre site internet : www.gutenberg.agency

Vous pouvez également contribuer à l'amélioration de ce rapport en nous faisant part de vos commentaires à cette adresse : rse@gutenberg.agency





GUTENBERG

make & share

CONTACTEZ-NOUS
&
SUIVEZ-NOUS

rse@gutenberg.agency



Brochure imprimée sur un papier 100% recyclé fabriqué en France
et produit dans une entreprise adaptée française.: Handi Print

 **Handiprint**

