

## 2. DESCRIPTION DES ACTIONS

### Droits de l'homme

Nous avons mis en œuvre les actions suivantes dans le domaine des droits de l'homme :

- Une démarche sectorielle de labellisation Responsabilité Sociale et Environnementale (RSE) menée par le Groupe AFNOR avec la validation de l'AACC. Cette labellisation, basée sur la norme ISO 26000 et audité et renouvelée tous les deux ans, requiert la preuve des actions mises en œuvre contre les risques éthiques et les impacts sociétaux et environnementaux liés à nos activités.
- Une politique et stratégie RSE avec des actions et objectifs concrets autour de notre responsabilité et impact sociétal et environnemental.
- Une stratégie de communication responsable consciente de la discrimination et les stéréotypes dans nos contenus, la promotion de la diversité, le respect de l'image et de la personne humaine, la transparence sur la nature et la source de l'information, la promotion de la responsabilité sociétale (environnementale, sociale, économique) et le problème du « greenwashing ». Nous sommes conscients de notre influence et de notre responsabilité à l'égard de la société civile qui constitue les cibles, directes ou indirectes, de nos actions de communication. Notre charte de valeurs et code éthique fournissent le cadre éthique pour nos salarié•es, nos collaborateur•trices, nos fournisseurs et nos client•es.
- Une stratégie inclusive : nous travaillons avec Handiprint, une Entreprise Adaptée (EA) qui aide les personnes en difficulté dans l'insertion au travail, pour l'impression, le façonnage ou le routage des magazines et périodiques que nous produisons pour nos client•es. Quand c'est possible, notre entreprise incite ses client•es à prévoir une déclinaison de leurs supports de communication et d'information pour les personnes aveugles, sourdes ou malentendantes.
- Une stratégie et grille d'achats responsables. Nous évaluons nos achats et nos fournisseurs selon les critères suivants : la démarche RSE du fournisseur comprenant audits, certificats et validation par des organismes externes, la localisation et la taille de l'entreprise (locales et petites privilégiées), la possibilité de créer des relations à long terme, la qualité et la fiabilité des produits et conseils, et la conciliation de nos valeurs et de notre stratégie sociétale et environnementale.
- Des relations longues et loyales avec nos fournisseurs. Nous les respectons en tant que partenaires commerciaux et apprécions les services qu'ils nous fournissent. Nous pensons que la prise de responsabilité et l'évolution des pratiques durables passent mieux en encourageant les partenaires, en cherchant et en trouvant des solutions ensemble. Certaines collaborations ont une ancienneté de plus de 10 ans.
- En tant que cliente, l'agence est consciente de sa capacité et de sa responsabilité à encourager les bonnes pratiques sociales, environnementales et sociétales, dans les actions menées et les produits proposés par ses partenaires. Nous sommes également vigilant•es quant à la sécurité financière de nos fournisseurs. Notre politique est de régler nos fournisseurs et prestataires sans tarder, avant même le règlement de la prestation par nos client•es.
- Un engagement philanthropique avec l'association Swane. Créée en 2003 par Françoise Montabric, présidente de Citizen Press, l'association Swane a pour vocation d'aider les enfants en difficulté en leur permettant de s'exprimer à travers différents médias qu'ils conçoivent. Dans ce cadre, les journalistes et les bénévoles de Swane rendent visite aux enfants hospitalisés en longue durée à l'hôpital Trousseau et à l'hôpital Necker pour concevoir avec eux le magazine trimestriel *La Plume de Swane*, disponible aux formats papier et numérique. Les partenaires de Citizen Press (imprimeurs, panneaux d'affichage, etc.) sont également impliqués en proposant des tarifs préférentiels pour ce support.

## Travail

L'équipe se réunit chaque semaine afin que chacun•e puisse exprimer ses réflexions et ses besoins, évaluer la charge de travail et échanger sur des sujets liés aux métiers et à la production. Compte tenu du petit effectif l'accès à la présidente est très facile et encouragé. Les évaluations professionnelles fournissent un cadre pour discuter des plans de formation et des objectifs.

Nous avons mis en œuvre les actions suivantes dans le domaine du travail :

- Un manuel de l'employé•e qui décrit nos politiques et nos actions en faveur de la santé et de la sécurité de nos employé•es, y compris les accords en place pour le travail flexible et le droit à la déconnexion, l'identification des risques liés au travail, nos actions contre discrimination au travail, nos responsabilités vis-à-vis de la formation, l'évaluation et le développement professionnel de nos employé•es et de nos stagiaires ainsi que notre politique de rémunération avec un l'accord d'intéressement.
- Un document unique d'évaluation des risques (DUER), mis à jour en 2022.
- Une veille à la charge de travail de chaque collaborateur•trice. Si un•e collaborateur•trice a le sentiment que sa charge de travail est trop importante, il ou elle est incité•e à en parler avec son manager afin que des solutions soient trouvées ensemble pour mettre fin à cette situation. Notre formulaire entretien annuel et le questionnaire sur la charge de travail font également l'objet d'échanges à chaque entretien annuel.
- Nous réalisons des points quotidiens avec nos salarié•es sur leur bien-être au travail ainsi que sur leurs difficultés éventuelles avec leurs client•es.
- Une politique d'égalité salariale homme / femme : Citizen Press a fait le choix d'une gouvernance mixte avec une femme et deux hommes à la direction de l'entreprise. La présidence de l'agence est portée par une femme.
- Les augmentations de salaire et les primes sont corrélées aux résultats de la personne sur son métier et sur son engagement dans l'entreprise. Et plus globalement sur les résultats généraux de l'entreprise. Afin de créer un esprit solidaire et collectif.
- Au-delà de ses engagements vis-à-vis de ses salarié•es, l'agence s'engage pour l'insertion professionnelle en prenant chaque année un•e apprenti•e
- Un accord d'intéressement pour tou•tes ses employé•es avec une prime identique pour chaque collaborateur•trice car chacun•e contribue à sa manière au succès de l'entreprise.
- En dehors des contrats d'alternance, l'agence ne recrute que pour les postes en CDI. Tou•tes les salarié•es, sauf les stagiaires, sont en contrat CDI, et ont le statut cadre.
- Un code de conduite free-lance/sous-traitants qui décrit la gestion des relations entre l'agence et ses pigistes, à la fois indépendant•es et sous portage salarial, existe et est respecté (dans le livret d'accueil).
- Un accord de télétravail rédigé en 2019 ouvre la possibilité pour chaque salarié•e de travailler en télétravail (1 jour/semaine) pour limiter les temps de déplacement domicile/travail et la fatigue qui peut en découler.
- L'application Paiepilote pour les salariés afin qu'ils puissent demander plus rapidement leurs demandes de congés ou RTT.
- Un accord sur le droit à la déconnexion afin de veiller à ce que les salarié•es se déconnectent de leurs outils de travail entre 20 heures et 9 heures. Aucun•e salarié•e ne peut être joint•e par un client pendant cette plage horaire, l'agence ayant mis à disposition un logiciel de déconnexion.
- Trois cadres de l'effectif font partie de l'actionnariat.
- Nous sommes vigilant•es et intervenons auprès d'un•e client•e lorsqu'il ou elle se comporte de manière inappropriée envers un•e salarié•e.

## Environnement

Citizen Press a toujours travaillé en cohérence avec ses convictions. La réduction de nos impacts négatifs figure au cœur de notre projet d'entreprise. Nous avons une responsabilité vis-à-vis des publics, et plus largement de la société dans son ensemble. Nous sommes particulièrement vigilant•es sur l'éco-conception, en accord avec les recommandations de l'Ademe, organisme qui fait d'ailleurs partie de nos clients.

Nous avons mis en œuvre les actions suivantes dans le domaine de l'environnement :

- Qu'il soit print ou digital, tout support est porteur d'une empreinte environnementale. Nous nous interrogeons toujours sur le format le plus judicieux, mais aussi, tout simplement, sur son utilité.
- Un système de management environnemental (SME) pour mieux comprendre et gérer nos impacts environnementaux qui fixe les différents objectifs d'énergie, d'émissions et des déchets. Cette stratégie informe les achats, les politiques et les décisions au quotidien.
- Une sensibilisation de nos salarié•es sur l'impact écologique du numérique en suivant le guide de l'Ademe « La face cachée du numérique ». Les bons gestes sont rappelés par les affiches : nettoyer régulièrement les boîtes mail et vider les caches des ordinateurs.
- Renseignement sur le bilan de fabrication pour les supports print auprès de nos différents fournisseurs.
- Toutes les imprimantes et tous les ordinateurs sont labellisés "Energy Star". Nous remplaçons (au moment du renouvellement) nos ordinateurs fixes par des ordinateurs portables (qui consomment 50 à 80 % d'énergie en moins).
- Tous nos déchets papiers sont entreposés dans des bennes spéciales et récupérés par La Poste dans le cadre du programme Recy'go.
- Nous encourageons les salarié•es qui déjeunent au bureau à apporter leurs contenants réutilisables. Nous mettons à leur disposition des couverts réutilisables. Les gobelets et bouteilles d'eau en plastique sont proscrits. Les salariés utilisent des mugs et des gourdes réutilisables.
- Nous faisons durer nos équipements. Nous limitons les déchets informatiques en les renouvelant seulement quand nécessaire. Nous cédonos nos anciens ordinateurs qui fonctionnent pour 1 euro aux salarié•es. Nous faisons recycler les appareils obsolètes ou défectueux par une société extérieure, Recycl-Ordi-IDF, qui les recycle et les revalorise.
- Des pratiques de mobilité durable. Le fait que tous les client•es de l'agence soient situé•es en France permet à l'équipe de se déplacer en train et d'éviter les voyages en avion dans la quasi-totalité des cas. Grâce au Système de management environnemental, l'agence mesure le type et la fréquence des déplacements, vérifie leur nécessité et fixe des objectifs pour réduire l'impact environnemental.
- Une démarche est engagée pour mesurer nos émissions carbone par un organisme tiers pour mieux comprendre notre impact environnemental et aboutir à un bilan carbone.

## Lutte contre la corruption

Nous appliquons les principes d'une gouvernance d'entreprise responsable soucieux de la transparence de sa gestion et de sa direction.

Nous avons mis en œuvre les actions suivantes pour lutter contre la corruption :

- Nous engageons nos collaborateurs à fournir les meilleurs services possibles pour répondre aux besoins de nos client•es. L'objectif de qualité et de relation harmonieuse par rapport à un enjeu financier prime. Nous souhaitons être choisi•es sur la base du mérite dans un environnement de concurrence libre et loyale, sans tolérer des faits ou comportements pouvant être qualifiés de corruption active ou passive, ou de complicité.
- Nous nous engageons à créer de la valeur pour nos clients et pour notre société. C'est la raison pour laquelle nous travaillons essentiellement pour des clients publics ou organismes d'intérêt général. Nous nous réservons le droit de ne pas travailler avec des organisations ou des individus dont les intentions, pratiques ou comportements sont en contradiction avec notre éthique. Nous prenons les mesures nécessaires pour éviter tout risque de conflit d'intérêt entre les différent•es client•es que nous accompagnons. Les pots-de-vin, ou toute autre forme de paiement illicite, direct ou indirect, à tout représentant d'un•e client•e ou prospect dans le but d'obtenir un marché sont strictement interdits.
- Nous nous engageons à fournir à nos client•es des budgets cohérents. Nos prix sont fixés en fonction des projets et des coûts engagés et nous savons les expliquer. Nous nous interdisons de pratiquer des coûts inférieurs à nos prix de revient.
- Pour choisir nos fournisseurs, nous organisons des concours en informant tous les participants de la même manière et en communiquant le plus possible avec les conseils pertinents.
- Nous demandons à nos fournisseurs de partager leurs principes éthiques car nous avons pris la décision que le choix de ceux-ci doit être basé sur des critères de qualité et de coût mais aussi des critères environnementaux et des exigences en matière de droits sociaux et humains. Ces choix sont faits, et justifiés, après une mise en concurrence préalable transparente et loyale. Tous les employé•es sont pleinement conscien•ets que tout cadeau ou avantage offert à titre personnel par un fournisseur peut être une source de conflit d'intérêt.
- Nous sollicitons des conseils pour améliorer les résultats de l'entreprise sans chercher à contourner la loi, demander des missions de vigilance sur les comptes de l'entreprise sans qu'il y ait d'obligation par exemple nous avons décidé de nommer un commissaire aux comptes (CAC) alors que ce n'est pas obligatoire pour notre structure compte tenu de sa taille.
- Dans un souci de transparence, nous avons publié les comptes de l'entreprise malgré le fait que la totalité des concurrents ne les publient pas leurs comptes.

## 3. MESURE DES RÉSULTATS

Les indicateurs sociaux et environnementaux les plus pertinents pour l'agence en 2022 :

- La majorité de nos fournisseurs est engagés dans des démarches RSE, avec des politiques publiées et des objectifs concrets.
- Le télétravail est facultatif et laissé au libre choix à chaque collaborateur
- L'entreprise a déménagé et adapté ses locaux et ses matériels au télétravail.
- 100% de nos salarié•es ont fait un entretien professionnel.
- 100% de nos salarié•es ont bénéficié d'un intéressement et aussi d'une prime de valeur d'un montant de 4 000€ équivalent à un temps plein.
- Une personne en situation d'handicap embauchée avec aménagement de son temps de travail.
- Temps consacré à l'information l'insertion de personnes en situation handicap réalisé par le du Travail, Agefiph, Camp Emploi.
- Déplacements professionnels : 100% des déplacements ont été fait en train même pour des distances nécessitant de 4 heures de transport (ex : Paris/Nice)
- Mis à jour du document unique d'évaluations de risque.
- 100% de nos imprimeries sont auditées et labellisées par des organismes de responsabilité environnementale (Bureau Veritas, Imprim' Vert, AFAQ ISO 9001, ImpriFrance) avec une chaîne de contrôle vérifiée PEFC et FSC pour tous les papiers utilisés pour les prestations.
- Notre consommation de papier de bureau a progressivement baissé depuis cinq ans
- Nous avons collecté 266 kg de papier en 2021 pour le recyclage.
- Ordinateurs qui ne sont plus utilisés sont donnés pour être recyclés par Recycl-Ordi-IDF.
- 340 enfants ont bénéficié des actions par l'association Swane cette année.
- 80 heures de bénévolat par mois pour les actions Swane.
- Un don annuel Swane de 33 000 euros (chiffre 2021).