



# 2017

RESPONSABILITÉ SOCIALE DE L'ENTREPRISE

NIVEAU D'AVANCEMENT

**IAVAS**  
GROUP

“

---

*Le rôle de la RSE devient de plus en plus central pour les sociétés. Les clients nous questionnent systématiquement sur nos engagements lors des compétitions globales et locales. La RSE est un élément essentiel dans notre mission : make brands meaningful.*

---

”

*Yannick Bofforé*

A close-up photograph of vibrant green leaves covered in numerous clear water droplets, creating a fresh and natural aesthetic. The background is a soft-focus field of similar greenery.

**1**

**LES  
4 ENGAGEMENTS  
DE MOYENS LIÉS  
AUX PARTIES  
PRENANTES**

# 1/ CRÉATION & MISE EN ŒUVRE DE SYSTÈMES DE PILOTAGE DE NOS ENGAGEMENTS RSE



ACTIONS/OBJECTIFS

INDICATEURS DE SUIVI

PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE  
NIVEAU D'AVANCEMENT 2016

Accroître la taille du  
réseau RSE

Part des effectifs Groupe couverts  
par un correspondant RSE

Le réseau « RSE » est constitué de  
**176 correspondants** répartis dans  
une cinquantaine de pays et couvrant  
**100% des effectifs.**



# 2/ POURSUIVRE LA COMPILATION DES DONNÉES ENVIRONNEMENTALES & SOCIALES VIA DES PLATEFORMES EN LIGNE



ACTIONS/OBJECTIFS

INDICATEURS DE SUIVI

PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE  
NIVEAU D'AVANCEMENT 2016

Rester à la pointe en  
matière de plateformes  
de reporting social  
et environnemental  
innovantes

Degré d'avancement de l'outil

Le système de reporting extra-financier  
a été déployé pour la 7<sup>ème</sup> année  
consécutive. L'unité de saisie correspond  
désormais en tout point à celle du  
reporting financier.



# 3/ IMPLIQUER NOS FOURNISSEURS

DANS L'AVANCEMENT DE NOS DÉMARCHES RSE




ACTIONS/OBJECTIFS	INDICATEURS DE SUIVI	PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2016
Impliquer nos fournisseurs dans l'avancement de nos démarches RSE	<p>Nombre de fournisseurs intégrés dans la démarche</p> <hr/> <p><b>10 fournisseurs</b> (contrats cadres Groupe) ont participé au reporting RSE du Groupe</p>	

# 4/ MOBILISER ET SENSIBILISER NOS COLLABORATEURS

AU DEVELOPPEMENT DURABLE ET À LA COMMUNICATION RESPONSABLE



ACTIONS/OBJECTIFS	INDICATEURS DE SUIVI	PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2016
Impliquer nos collaborateurs dans notre démarche RSE	<p>Nombre de salariés et/ou % des effectifs Groupe ayant reçu des formations en RSE / communication responsable</p> <hr/> <p><b>858 salariés</b> ont reçu une formation au développement durable et/ou à la communication responsable</p>	



2

**LES 6  
ENGAGEMENTS  
DE PROGRÈS**

# 1 / PROMOUVOIR LA DIVERSITÉ ET OEUVRER EN FAVEUR DU BIEN-ÊTRE DES SALARIÉS

RÉPARTITION HOMME/FEMME



**56%**  
FEMME



**44%**  
HOMME



**35 ans**

MOYENNE ÂGE  
COLLABORATEURS



**55%**

DES COLLABORATEURS  
ONT PARTICIPÉ  
À UNE FORMATION

ACTIONS/OBJECTIFS

INDICATEURS DE SUIVI

PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE  
NIVEAU D'AVANCEMENT 2015

**Lutter contre les discriminations au sein de nos agences**

Nombre de personnes handicapées travaillant au sein du Groupe Havas

**101 salariés**  
du Groupe sont en situation de handicap.



Distribution des postes créatifs et managériaux par genre

Direction  
♂ **60%** ♀ **40%**  
Créatif  
♂ **59%** ♀ **41%**



Nombre d'initiatives menées pour promouvoir la diversité

**137 initiatives**



**Attirer et conserver nos talents en leur offrant des perspectives de carrières attrayantes et des programmes de développement managérial**

Nombre de participants aux Havas lofts

**150 salariés**  
ont participé aux lofts depuis le lancement en 2014



Nombre total d'heures dispensées au titre de la formation et nombre total de salariés ayant bénéficié d'au moins une formation en cours d'année

**129195 heures**  
**9466 effectifs**  
soit 55% des effectifs Groupe



Taux de rotation

**34%**



Taux d'absentéisme (tous motifs)

**3%**



# 2 / RENFORCER NOTRE NIVEAU D'EXIGENCE EN MATIÈRE SOCIALE ET DE RSE DANS NOTRE SUPPLY CHAIN





## SILVER

HAVAS SE POSITIONNE PARMI LES MEILLEURS PRESTATAIRES ÉVALUÉS PAR ECOVADIS DANS LA CATÉGORIE "ADVERTISING AND MARKET RESEARCH"

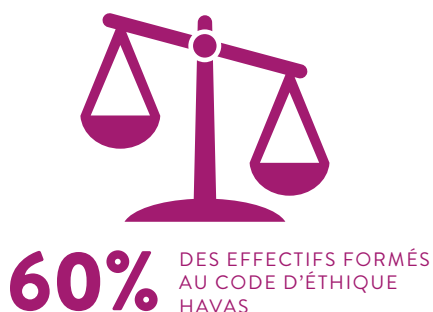


2017 A VU L'ÉLABORATION D'UNE POLITIQUE D'ACHAT RESPONSABLE QUI SERA DÉPLOYÉ EN 2018

ACTIONS/OBJECTIFS	INDICATEURS DE SUIVI	PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2016
<b>Intégrer des clauses RSE dans nos contrats fournisseurs et des critères d'évaluation RSE dans nos appels d'offres</b>	Nombre de fournisseurs qualifiés sur des critères sociaux, environnementaux et/ou de droits humains	<b>691 fournisseurs</b> 
<b>Pérenniser notre approche de fournisseur responsable à l'égard de nos clients et partenaires</b>	Note Ecovadis et niveau de certification	<b>Note du Groupe 59/100 Certification Silver</b> 



# 3 / PROMOUVOIR L'ÉTHIQUE DANS LA PRATIQUE DE NOS MÉTIERS



ACTIONS/OBJECTIFS

INDICATEURS DE SUIVI

PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE  
NIVEAU D'AVANCEMENT 2016

S'assurer que tout nouveau  
collaborateur incorpore le  
code de déontologie Havas  
dans chaque aspect de son  
travail

Pourcentage de  
collaborateurs informés et  
formés au code d'Éthique  
Havas

**60%** de total effectifs



Garantir rigoureusement  
la sécurité et l'intégrité des  
données en préservant la  
confidentialité, la valeur et la  
disponibilité des données de  
propriété, des consommateurs,  
des clients tiers et des open  
data

Accréditations: ISO  
27001:2013 et ISO 9001  
Nombre de formations sur  
la protection des données

Artemis Alliance est certifié  
ISO27001 tout comme  
Havas Helia  
**1477 formations**  
sur la protection des données



# 4/

ASSURER NOTRE POSITION DE LEADER DANS

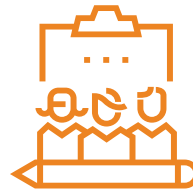
# LA CRÉATION ET LA DIFFUSION DE COMMUNICATIONS RESPONSABLES

AU TRAVERS DE NOS AGENCES ET DE NOS COLLABORATIONS AVEC NOS CLIENTS



## 52 AGENCES

REPRÉSENTANT 36 % DES EFFECTIFS DU GROUPE ONT SOUTENU FINANCIÈREMENT CETTE ANNÉE UNE CENTAINE D'ASSOCIATIONS...



## 3280 PROJETS CRÉATIFS

ONT ÉTÉ SOUMIS AVANT DIFFUSION ET SEULS 5% ONT ÉTÉ JUGÉS NON CONFORMES

### ACTIONS/OBJECTIFS

### INDICATEURS DE SUIVI

### PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2016

Promouvoir des outils de mesure de nos impacts et des stratégies collaboratives dédiées au développement durable

Suivi des initiatives dans l'ensemble des agences du Groupe

En 2017, **378 recommandations** d'actions comprenant une mesure d'impact environnemental d'étiquetage carbone ont été effectuées



Nombre de consultations de parties prenantes effectuées en amont de la conception des campagnes de communication

**13 agences** ont ainsi réalisé des consultations de parties prenantes effectuées en amont de la conception des campagnes de communication



Développer notre mécénat de compétences à travers la réalisation de campagnes pro-bono

Nombre de campagnes pro-bono réalisées et nombre de jours de travail correspondants

**112 campagnes pro-bono** ont été réalisées par les agences du Groupe. Près de **3885 jours** ont été consacrés à ces campagnes



Tenir notre promesse de lutter contre les stéréotypes dans nos réalisations

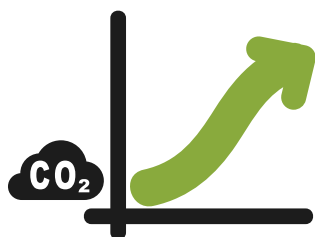
Nombre de campagnes soumises avant diffusion existantes et % de campagnes jugées non conformes

**3280 projets créatifs** ont été soumis avant diffusion et seuls **5%** ont été jugés non conformes



# 5/ RÉDUIRE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL

## RÉSULTANT DE NOS ACTIVITÉS








BILAN CARBONE - AUGMENTATION DES ÉMISSIONS DE GES PAR SALARIÉ DE 0,8 T.ÉQ CO<sub>2</sub>

BETC DANS LE CADRE DU PROGRAMME ACTVERTISING ONT OBTENU PLUS DE

# 40K€

## EN CONTRIBUTION CARBONE

DES PRODUCTIONS DE LA PART DE LEUR CLIENT (YVES SAINT LAURENT, LA FRANÇAISE DES JEUX, LACOSTE...)

ACTIONS/OBJECTIFS	INDICATEURS DE SUIVI	PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE NIVEAU D'AVANCEMENT 2016
Diminuer nos émissions de CO <sub>2</sub> selon nos objectifs 2015-2020 (-20% d'émissions par salarié)	Actualisation annuelle	<p>Les émissions du Groupe s'élèvent à <b>142 683 t.éq CO<sub>2</sub></b> soit <b>7,3 t.éq CO<sub>2</sub></b> par salarié.</p> <p>Le Groupe a vu ses émissions de GES augmenter de <b>0,8 t.éq CO<sub>2</sub></b> par salarié.</p> 
Réduire la consommation totale de papier au bureau de 40% par salarié entre 2015 et 2020	Quantité de papier de bureau utilisé et écart vs objectif de - 40% entre 2015 et 2020	<p>En 2017, la consommation totale de papier de bureau s'est élevée à <b>249 tonnes</b>, soit <b>16 kg par salarié</b>. Ce ratio a diminué de <b>12%</b> par rapport à 2016.</p> 
Utilisation de papier 100% recyclé ou certifié FSC/ PEFC	% des achats de papier de bureau correspondant à du papier recyclé ou certifié (FSC ou PEFC) et écart vs objectif de 100% recyclé ou certifié en 2020	<p>Le papier certifié et/ou recyclé représente <b>76%</b> de la consommation globale de papier de bureau dans le Groupe</p> 
Réduire la quantité totale de déchets par employé de 20% entre 2015 et 2020	Quantité de déchets totaux et écart vs objectif de -20% par salarié d'ici 2020	<p>En 2017, la quantité totale de déchets produit au niveau du Groupe est de <b>2252 tonnes</b>, soit <b>144 kg par salarié</b>. Cela représente une augmentation de <b>12%</b> par salarié.</p> 
Mise en place de tri sélectif du papier dans l'ensemble du Groupe Havas	Nombre d'entités et % des effectifs du Groupe correspondant ayant mis en place le tri sélectif du papier	<p>Le tri sélectif concerne <b>218 agences</b> soit près de <b>75%</b> des effectifs du Groupe</p> 

# 6/ RENOUVELER NOTRE ENGAGEMENT À ŒUVRER COLLECTIVEMENT POUR LUTTER CONTRE LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE



**45**  
**CAMPAGNES**

ABORDENT LE SUJET DU  
CHANGEMENT CLIMATIQUE

ACTIONS/OBJECTIFS

INDICATEURS DE SUIVI

PROGRESSION PAR RAPPORT À NOTRE  
NIVEAU D'AVANCEMENT 2016

**Assurer notre position  
de leader dans l'industrie  
média à l'égard du  
changement climatique**

Avancement de l'initiative  
Common Ground des  
Nations Unies

**8 agences**  
ont participé à des  
initiatives liées à  
Common Ground



**Mettre à profit notre  
influence pour sensibiliser  
les consommateurs, les  
citoyens, nos clients aux  
enjeux du changement  
climatique**

Nombre de campagnes  
clients évoquant les  
enjeux liés au changement  
climatique

**45 campagnes**  
abordent ce sujet





**I IAVAS**  
GROUP