



2017

RESPONSABILITÉ SOCIALE DE L'ENTREPRISE

NIVEAU D'AVANCEMENT

IIAVAS
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 dense field of these leaves, with the focus sharp on the foreground droplets.

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^{ème} 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>10 fournisseurs (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>858 salariés 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

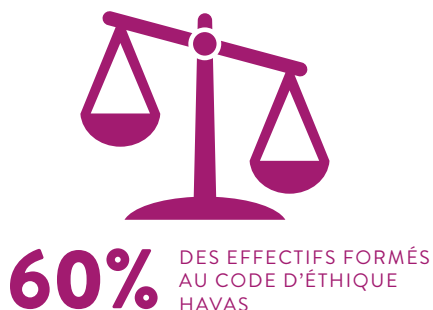
HAVAS SE POSITIONNE PARMI LES MEILLEURS PRESTATAIRES ÉVALUÉS PAR ECOVADIS DANS LA CATÉGORIE "ADVERTISING AND MARKET RESEARCH"



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 |
|--|---|---|
| Intégrer des clauses RSE dans nos contrats fournisseurs et des critères d'évaluation RSE dans nos appels d'offres | Nombre de fournisseurs qualifiés sur des critères sociaux, environnementaux et/ou de droits humains | 691 fournisseurs  |
| Pérenniser notre approche de fournisseur responsable à l'égard de nos clients et partenaires | Note Ecovadis et niveau de certification | Note du Groupe 59/100 Certification Silver  |

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

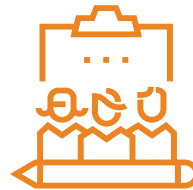
LA CRÉATION ET LA DIFFUSION DE COMMUNICATIONS RESPONSABLES

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

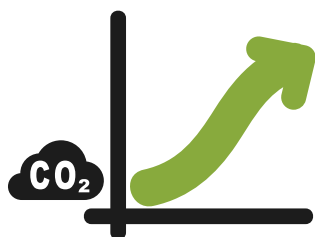
Nombre de campagnes soumises avant diffusion existantes et % de campagnes jugées non conformes

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 CO₂

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 ₂ selon nos objectifs 2015-2020 (-20% d'émissions par salarié) | Actualisation annuelle | <p>Les émissions du Groupe s'élèvent à 142 683 t.éq CO₂ soit 7,3 t.éq CO₂ par salarié.</p> <p>Le Groupe a vu ses émissions de GES augmenter de 0,8 t.éq CO₂ 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 249 tonnes, soit 16 kg par salarié. Ce ratio a diminué de 12% 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 76% 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 2252 tonnes, soit 144 kg par salarié. Cela représente une augmentation de 12% 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 218 agences soit près de 75% 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