

SCOOPITONE
ÉDITEUR DE MARQUE

« **Social Green Paper** »
Livret RSE

mai 2023

POURQUOI COMMUNIQUER SUR LES ACTIONS RSE

Plus de la moitié des consommateurs européens (52%) jugent important que les produits qu'ils utilisent soient durables et écologiques, et 75% d'entre eux en font un critère essentiel de leur décision d'achat. Plus de trois quarts des consommateurs affirment faire des recherches sur les marques et leur engagement, 12% d'entre eux systématiquement, et 64% régulièrement. (BazaarVoice)

L'attractivité commerciale

83% des investisseurs reconnaissent que les programmes RSE entrent désormais dans la valorisation de l'entreprise. (source McKinsey)

La valorisation de l'entreprise

Près d'un acheteur sur 2 déclare avoir déjà intégré ou avoir l'intention d'intégrer en 2022 des critères RSE dans la politique d'achat de leurs entreprises. (Médiamétrie)

Les exigences des clients BtoB

La rétention des talents et la performance des collaborateurs



L'image de marque

77 % des collaborateurs prennent plaisir à travailler dans une entreprise engagée, contre 60 % seulement dans les autres entreprises (INSEE)

64 % des consommateurs choisissent les marques en fonction de leur impact sociétal et environnemental. (source Edelman)

L'atout recrutement

62 % des jeunes talents se disent prêts à refuser un poste qui manque d'engagement sociétal et environnemental. (source BCG)

La pression réglementaire

Une réglementation Européenne relative à la publication de rapport annuels obligatoires est en cours d'élaboration.

Les actions type RSE sont devenues des actions « normales » dans les entreprises. Il convient donc d'en parler.

CONTEXTE, BESOIN ET SOLUTION

LE CONTEXTE



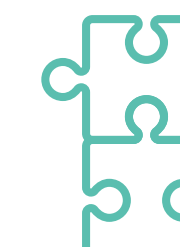
- Un certain nombre d'actions RSE ont été **engagées**, souvent de façon empirique, certaines ne sont pas identifiées
- Il n'y pas de stratégie RSE documentée
- La société/marque/entité ressent une **pression interne et externe** à s'engager et à communiquer sur le sujet

LE BESOIN



- **Identifier** les actions et les engagements en cours
- **Mener une réflexion** sur les enjeux RSE et ébaucher le positionnement de la société/marque/entité
- **Éditer** un support de communication

LA SOLUTION



- Créer un **Social Green Paper**, sous forme d'un livret de 24 pages
- Ayant une déclinaison digitale

DES EXEMPLES DE Social Green Papers

L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DE NOS BOUTEILLES ET CITERNES

Depuis plusieurs années, nous entreprenons de maximiser la collecte et la réutilisation des bouteilles de gaz et des citernes en fin de vie. Nous souhaitons maintenir cette dynamique à l'avenir afin de continuer à réduire la production de nouveaux.

Nos cas :
 • Nous incitons toujours plus les consommateurs à retourner les bouteilles dans le circuit.
 • Nous recyclons activement les services retirés de leur parc afin de les réutiliser chez nos clients.

RÉDUCTION DE NOS ÉMISSIONS DE CO₂ EN LOGISTIQUE

Pour piloter l'atteinte de nos objectifs, nous mettons progressivement en place des indicateurs de suivi concernant :

- Le nombre de kilomètres parcourus par les véhicules fonctionnant au biocarburant ;
- La proportion de la flotte logistique roulant au biocarburant ;
- La réduction d'émission de gaz à effet de serre par rapport à notre flotte roulant au gazole.

Partenaire de transport d'intéragaz depuis plusieurs années, E-D-Trans, via ses flottes, transporte du gaz en bouteilles et citernes dans toute la France. Nous avons donc réajusté favorablement à la demande ambitieuse d'Antargaz, après une étude des différentes options, nous avons choisi conjointement l'utilisation du biocarburant HVO (à base de déchets et huiles usagées). Depuis novembre 2022, un tiers de notre flotte allouée à Antargaz, soit une trentaine de nos camions, roule au HVO permettant une diminution de 50 % par rapport à la flotte roulant au diesel.

Romain SOYER
 Directeur Préfuit Caz
 E-D-Trans

4 UNE ENTREPRISE AUPRES DE SES COLLABORATEURS

Au-delà de la santé et la sécurité de nos collaborateurs, nous mettons l'accent sur la qualité de vie et le bien-être au travail, la montée en compétence au quotidien et l'égalité entre tous.

CHIFFRES CLÉS

*Nombres : Antargaz SAS et Antargaz Énergie SAS

- 1048 EFFECTIFS TOTAL
- 95% CONTRAT À DURÉE INDETERMINÉE
- 56% HOMMES
- 5% CONTRAT À DURÉE DÉTERMINÉE
- 44% FEMMES

TELETRAVAIL

ANTARGAZ SAS	ANTARGAZ ÉNERGIE SAS
243	315
100 %	100 %

ÉGALITÉ

ANTARGAZ SAS	ANTARGAZ ÉNERGIE SAS
91 / 100	82 / 100
50 %	29 %

Nos engagements en matière d'égalité des rémunérations

Les mesures négociées dans l'accord de vœux au travail, équilibre et nos engagements 2022 ont permis d'atteindre les objectifs fixés et favorisent la visibilité de notre **index d'équité professionnelle**.

- Maintenir le score de 15/15 en matière de respect de la parité dans les promotions ;
- Diminuer progressivement l'écart de rémunération entre les femmes et les hommes pour atteindre un score de 38/40 ;
- Maintenir le score de 20/20 en matière de respect de la parité dans les admissions individuelles entre les femmes et les hommes ;
- Maintenir le score de 15/15 en matière de respect de la parité dans les promotions individuelles accordées aux femmes et aux hommes.

« Destination Desserts Durables »

est LE projet du groupe depuis plusieurs années. Il représente un véritable engagement de l'entreprise :

- Une croissance économique durable ;
- La fabrication de produits beaux, bons, sains et sûrs ;
- L'excellence industrielle et de la sécurité au travail des collaborateurs ;
- Un programme d'innovation durable ;
- Des achats responsables de nos matières premières et de nos emballages ;
- La consommation durable des emballages ;
- Le programme d'innovation durable ;
- Des achats responsables de nos matières premières et de nos emballages ;
- La consommation durable des emballages ;

Nos objectifs

RSE : minimum «+» certifié «+» sur 3 pour tous nos produits

Se préparer au déploiement de l'agriculture environnementale

La Marque Employeur

L'ENVIRONNEMENT

La préservation de l'environnement

ÊTRE UN ACTEUR ÉCONOMIQUE RESPONSABLE

La certification B Corp

En 2022, nous avons obtenu la certification B Corp, ce qui signifie que nous sommes reconnus pour notre impact positif sur nos collaborateurs, nos clients, nos fournisseurs et notre communauté.

Optimisation de nos consommations énergétiques

Notre objectif est de réduire nos consommations énergétiques de 10% par rapport à 2021.

Optimisation de la logistique

Henri VERSTRAETE, Directeur Logistique

DES EXEMPLES DE Social Green Papers

maped rapport rse 2022

Engagements pour la formation et la montée en compétence de nos collaborateurs et collaboratrices

1,7 jours de formation en moyenne en 2021 parmi nos effectifs en CDI et CDD

92% de collaborateurs formés au cours de l'année 2021

Par ailleurs, des dimensions RSE sont progressivement intégrées, depuis 2022, dans les fiches de postes de chaque collaborateur et collaboratrice, par exemple sur des sujets tels que l'éco-conception ou encore les achats responsables. Couplées à la formation, cette initiative participe efficacement à la montée en compétence de toutes nos équipes sur les sujets RSE et à la transformation de leurs métiers.

31

Maped

RAPPORT RSE MAPED

2023

Tomorrow is in your hands: 
 *Demain est entre vos mains

maped rapport rse 2022

Nos engagements pour la santé, la sécurité et le bien-être de nos collaborateurs et collaboratrices

En France, 100% des formations de sécurité obligatoires réalisées en 2022

En France, 0,67 en 2022 vs 0,29 (objectif)

En France, 12,99 en 2022 vs 9,92 (objectif)

Parce que la sécurité, la santé et le bien-être de nos collaborateurs et collaboratrices passent avant tout, nous avons mis en place des systèmes robustes.

- * Un système de management intégré de la santé et de la sécurité sur tous nos sites de production en France, en Chine et au Mexique, selon la norme ISO 45001.
- * Une politique de suivi de la santé et de la sécurité de nos collaborateurs et collaboratrices, dans leur parcours d'intégration.
- * Une politique de suivi de la santé et de la sécurité de nos collaborateurs et collaboratrices, dans leur parcours d'intégration.

En s'appuyant sur ces grands principes, plusieurs règlements et politiques ont été mis en place pour guider notre action au quotidien.

- * Un règlement intérieur pour nos salariés(e)s, rappelant les essentiels salariales, rappelant les règles et les bonnes pratiques à suivre par tous.
- * Une politique de recrutement et d'onboarding, tenant pleinement compte de nos principes directeurs sur la santé, la sécurité et le bien-être de nos nouveaux collaborateurs et collaboratrices, dans leur parcours d'intégration.
- * Une politique de suivi de la santé et de la sécurité de nos collaborateurs et collaboratrices, dans leur parcours d'intégration.

* Ensuite, tout nouvel arrivant chez Maped en France suit une formation digitale HSE, rappelant les essentiels à connaître et à suivre concernant l'Hygiène, la Sécurité et l'Environnement sur nos sites de production.

- * Une « checklist HSE » (Hygiène, Sécurité, Environnement) est également fournie à tous les collaborateurs et collaboratrices, afin que les bons réflexes soient directement mis en pratique !
- * Un parcours managérial plaçant les questions de santé, de sécurité et de bien-être au cœur de la formation de tous, managers et dirigeants inclus.
- * Enfin, 100 % des salarié(e)s concernés suivent des formations sécurité réglementaires, à intervalle régulier.

nos équipes passent régulièrement des ateliers de travail.

5 AVANCER EN ÉQUIPE, ET AVEC ÉTHIQUE

Le sourire en entreprise, ça se travaille, et une chose est sûre : on ne reste pas assis les bras croisés.

NOS 4 FONDAMENTAUX POUR AVANCER :

- Oser** : Ode à l'audace ! Balayer ses convictions, s'autoriser, foncer, et penser hors des lignes.
- Travailler ensemble** : L'adaptabilité du compas : interagir, s'entraider, être solidaire, et trouver sa place.
- Le droit à l'erreur** : Les vertus d'une gomme : multiplier les tentatives, recommencer, s'améliorer continuellement, et se sentir en confiance.
- Être agile** : La souplesse d'une règle : s'adapter, faire preuve de souplesse tout en respectant des règles et en étant exigeant.

Politique Audace - Amélioration continue

Nous avons beau rester de grands enfants, la santé physique et psychologique de nos collaborateurs est une priorité. Conscients de l'importance de garantir la sécurité, nous cherchons au quotidien à réduire les risques et à améliorer les conditions de travail. Cela passe par la mise à disposition de locaux sains guidés par notre politique de qualité de l'air. Nous systématisons la co-construction de 100% des actions découlant des accidents, presque tous guidés par notre politique de qualité de l'air. Concernant la participation de nos collaborateurs à la vie au travail, nous nous engageons sans cesse et promuons l'idée selon laquelle une entreprise ouverte à la différence et à la diversité favorise l'enrichissement individuel et collectif.

Nos objectifs en matière de santé et sécurité :

- Tendre au maximum vers le zéro accident.
- Réaliser 100% des formations réglementaires et des contrôles périodiques obligatoires.

Nous avons à cœur de toujours faire preuve de bon sens, mais également de faire de notre mieux pour faciliter le travail de chacun : formation, entraide, efficacité de nos outils de travail (aides à la manutention pour lutter contre les troubles musculosquelettiques, MAPEDIA...), support d'experts (key users),

6 MAPED, C'EST DU SÉRIEUX

La sécurité de nos produits avant tout !

Garantir la qualité et la sécurité de nos produits pour nos utilisateurs, petits et grands, est primordial et au cœur de notre engagement.

Notre excellence industrielle s'appuie sur une forte culture de l'amélioration continue. Nous réalisons une veille réglementaire et respectons les normes internationales pour rassurer nos parties prenantes. Nous standardisons et intégrons 100% de nos processus à notre Système de Management de la Qualité.

Nos objectifs d'ici 2026 :

- Obtenir 100% de résultats d'audits satisfaisants et continuer de viser une note moyenne de 80% minimum.

92,5% c'est la note moyenne de satisfaction que nous attribuons nos clients en 2022 dans le cadre des audits sociaux et qualité réalisés sur nos sites.

Notre engagement pour la qualité et la sécurité de nos produits se matérialise par la vérification constante de leur qualité et de leur conformité depuis la conception et tout au long de leur commercialisation en passant par leur production.

34

LES 4 PILIERS D'UN *Social Green Paper*

1

Qui sommes-nous ?
Que faisons-nous ?

→ Positionnement, offre, métier
Valeurs et mission

2

Nos engagements RSE

→ Engagements RSE collaborateurs
Engagements RSE partenaires et sous-traitants
Engagements RSE écosystème et environnement
économique, social et territorial

3

Nos actions
et résultats externes

→ RSE impact externes
Les actions «transition énergétique»
Les actions «écologie» et «environnement»
Les actions «sociétales»

4

Nos actions
et résultats internes

→ RSE impact internes
Les actions «bien-être» et «qualité de vie au travail»
Les actions «santé»
Les actions «diversité» et «formation-
accompagnement montée en compétences»

La matière éditoriale se fait en fonction du niveau d'avancée de la société dans sa démarche RSE.



DÉMARCHE DE MISE EN OEUVRE

1



- **Recenser** toutes les actions RSE actuelles.
- **Rassembler et hiérarchiser les éléments structurants** de la marque : mission, positionnement, culture, politique sociétale et environnementale, politique industrielle et commerciale, etc.
- Faire **émerger les bases d'une stratégie** par une référencement et une catégorisation des actions RSE.

2



- Définir le concept du *Social Green Paper* : contenu, forme, ton.
- Identifier et mobiliser les **sources d'informations internes** pour sa mise en œuvre.

3



- Cadrer la **démarche éditoriale** : sommaire, chemin de fer, traitement.
- Établir les principes graphiques : pages, couverture.

4



- **Recueillir l'information** et **produire** les textes
- **Créer les illustrations** (process, data-visualisation) et rassembler les visuels
- **Production** graphique
- **Développement html** de la version digitale (HTML + enrichissements)

BUGDET DE BASE TYPE

Réalisation d'un *Social Green Paper* de 14 pages

Livraison : fichiers PDF haute définition ou Adobe et/ou format HTML

Conseil 1 2	5 000 €
Production* 3 4	23 500 €
	28 500 €

*hors production HTML