


# RAPPORT DE DURABILITÉ

— 2016 —





1.	Préface	3
2.	Profil	4
3.	Principaux chiffres	7
4.	Évolution de la politique de durabilité	8
5.	Structure	9
6.	L'entrepreneuriat durable dans la pratique	10
6.1.	Vision	10
6.2.	Mission	10
6.3.	Valeurs	10
6.4.	Déclaration de durabilité	10
6.5.	La durabilité est un processus (d'apprentissage)	12
7.	Environnement	14
7.1.	Matériaux et matières premières	15
7.2.	Déchets	16
7.3.	Énergie et émissions	18
7.4.	CO <sub>2</sub>	20
7.4.	Eau	21
8.	Communication ouverte avec les parties prenantes	22
8.1.	Groupes cibles internes	22
8.2.	Groupes cibles externes	23
9.	Travailler chez Pami	26
9.1.	Nos collaborateurs happy@work !	26
9.2.	Effectif et rotation du personnel	27
9.3.	Absence pour maladie et accidents du travail	29
9.4.	Formation et coaching	31
9.5.	Gestion des compétences et évaluation	32
9.6.	Diversité	33
9.7.	Enquête de satisfaction	34
10.	Contribution sociale	35
11.	Le développement de produit pour et par des personnes	36
12.	Votre avis nous intéresse	37



GRI 1.1.

## 1. PRÉFACE

La responsabilité sociale et durable d'entreprise reste un fil rouge à travers la stratégie de Pami.

Être attentif au respect de l'humain, de la nature et de l'environnement est également une priorité absolue.

Pour nos principales parties prenantes, une étude de risques approfondie a été réalisée, dans laquelle nous avons essayé d'analyser correctement où se situent nos opportunités et nos menaces, afin de continuer à diriger notre organisation.

Avec des spécialistes externes, nous avons mené une étude stratégique pour examiner si notre mission, notre vision et notre stratégie étaient encore adaptées aux circonstances actuelles et aux défis futurs. C'est heureusement toujours le cas. Bien évidemment, il y a aussi un certain nombre de points pour lesquels nous avons développé des parcours d'amélioration complexes.

Pour continuer à respecter les conditions de travail changeantes, nous menons cette année une vaste étude psychosociale auprès de nos collaborateurs.

Pour satisfaire aux changements dans les attentes en matière de style de leadership, diverses formations sont organisées pour affiner l'implication et la motivation des collaborateurs.

Ces dernières années, Pami a adapté en profondeur sa méthode de travail pour répondre aux attentes toujours plus grandes de ses clients. Nous sommes devenus des « concepteurs d'espaces de travail » et développons des projets et des concepts pour nos clients. L'ensemble de notre organisation, ainsi que nos partenaires/fournisseurs, évoluent dans cette direction. Nous réalisons de plus en plus de solutions flexibles et sur mesure pour des environnements inspirants ; c'est sur ce plan que nous faisons la différence.

Sur le plan environnemental, plusieurs investissements importants sont prévus pour des économies d'énergie, afin d'améliorer notre empreinte écologique.

Grâce à toutes ces initiatives, l'intérêt pour une amélioration continue sur le plan de l'entrepreneuriat durable et sociétal reste un point d'attention dans toute notre organisation.

Lode et Hendrik Essers  
Administrateurs délégués de Pami



## GRI

2.1. - 2.2

2.3. - 2.4

2.5. - 2.6

2.7. - 2.9

3.6. - 3.8

## 2. PROFIL

Pami au fil des ans

Pami est constitué comme entreprise unipersonnelle en 1958. Elle prend la forme d'une société anonyme en 1982, année de l'implantation sur le zoning industriel Nolimpark à Overpelt. L'usine et le show-room sont encore situés dans ces localités, avec un 2<sup>e</sup> show-room ouvert dans les bâtiments de Tour & Taxis à Bruxelles.

Le 1er juillet 1992, la famille Essers reprend l'entreprise et hisse Pami S.A. au rang des plus grands fabricants indépendants de concepts de bureaux en Belgique.

Le holding, Pami International S.A., est composé comme suit à la date du 31-12-16 :

- Pami S.A. (entreprise de production - vente aux distributeurs)
- Interpam S.A. (logistique - EDP)
- Pami Project S.P.R.L. (division technique)
- Pami Lux S.A. (filiale commerciale à Luxembourg)



Pami S.A. se profile comme une entreprise commerciale, alors qu'Interpam S.A. est en charge du placement et du montage des meubles chez les clients.

#### Le groupe Pami

Ce rapport de durabilité se penche essentiellement sur les résultats, les activités et les efforts concrets du groupe Pami. L'activité de vente de Pami comprend la vente directe, d'une part, et la vente indirecte via un réseau de distributeurs, d'autre part.

La vente directe est assurée par une équipe de vente. Chaque gestionnaire de compte endosse la responsabilité des ventes au sein d'une région déterminée. Le soutien d'une équipe de vente interne renforce le fonctionnement professionnel de l'équipe externe. La vente directe est répartie dans les groupes suivants : utilisateurs finaux, marchés publics, vente par correspondance et exportations.

Nous écouons en outre nos produits via un réseau de distributeurs, essentiellement sur les marchés étrangers, notamment aux Pays-Bas, en France et au Luxembourg.

#### Nos produits

Les produits que nous fabriquons sont durables et présentent une qualité élevée ainsi qu'un degré de finition irréprochable. En outre, ils satisfont aux normes les plus strictes en termes d'environnement et d'ergonomie. Nos collections variées comprennent des tables de travail, des tables de réunion, des blocs-tiroirs, des armoires à volet roulant, des armoires à portes coulissantes, des armoires à portes battantes, des archives mobiles, des murs de séparation, des solutions spécifiques d'électrification, etc.

Grâce à l'étendue de notre offre, nous pouvons servir la plupart des segments du marché. Avec la collaboration de Vitra, Alias, Artifort, Fritz Hansen, Viasit, Wilkhahn, Buzzy Space, Viasit, Giroflex, Hay et bien d'autres partenaires encore, nous parvenons toujours à créer des concepts (de bureaux) novateurs.

Nos partenaires :



« Le Nouveau monde du travail », chez Pami également « Travailler » n'a depuis longtemps plus la même signification « qu'aller travailler ». Les travailleurs ont en effet la possibilité de combiner différemment leur vie privée et professionnelle, et ont davantage voix au chapitre en ce qui concerne le temps consacré à leur fonction, et le lieu où ils l'exercent. Les embouteillages toujours plus longs favorisent par exemple le travail à domicile ou télétravail, une solution rendue effectivement possible par les évolutions permanentes des technologies informatiques. Bref, nous vivons dans un monde qui a changé du tout au tout à la suite des diverses évolutions technologiques et sociales. Une nouvelle vision du travail était donc nécessaire, et le principe du « Nouveau monde du travail » est né. Pami l'a bien compris également. Le principe du « Nouveau monde du travail » revêt chez nous un caractère durable avec un accent sur l'organisation flexible, la gestion dynamique, le travail plus intelligent et le télétravail.

Le travail au bureau reste néanmoins populaire, parce qu'il autorise des contacts sociaux, la participation à des projets, des réunions, etc. Le bureau est devenu un lieu de rencontre, une sorte d'agent liant au sein de l'organisation.

Un bureau moderne offre différents types d'environnements en fonction des activités :

- postes de travail flexibles en espace ouvert (pas de bureaux personnalisés)
- postes de travail spécifiques au projet pour le travail en équipe
- postes de travail favorisant la concentration
- environnements créatifs pour l'échange d'idées
- espaces de réunions formelles (petits et grands)
- espaces de concertation informelle (foyer, coin-café, etc.)
- casiers pour le rangement des possessions personnelles (principe du « clean desk »)
- importance accrue des postes de travail secondaires

Un environnement de travail efficace :

- permet d'économiser les coûts
- augmente la productivité de 10 %
- crée une plus grande satisfaction, renforce l'implication
- diminue le taux d'absentéisme
- engendre moins de frais d'infrastructure
- se révèle inspirant pour le travail

Il s'agit donc d'une situation tout bénéfique tant pour l'employeur que pour le travailleur.



### 3. CHIFFRES CLÉS

Figure 3.1 - Chiffre d'affaires prix de vente

■ Chiffre d'affaires

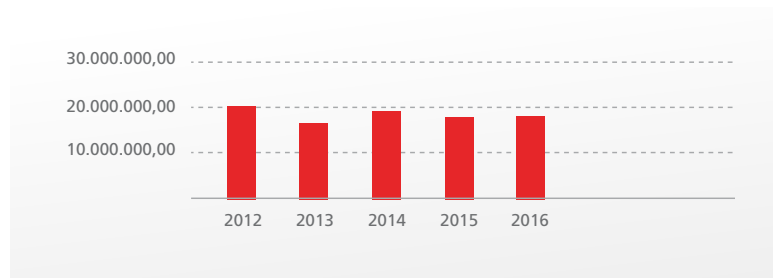


Figure 3.2 - Ventilation des frais de fonctionnement

■ kosten aan leveranciers  
 ■ personeelskosten  
 ■ financiële kosten

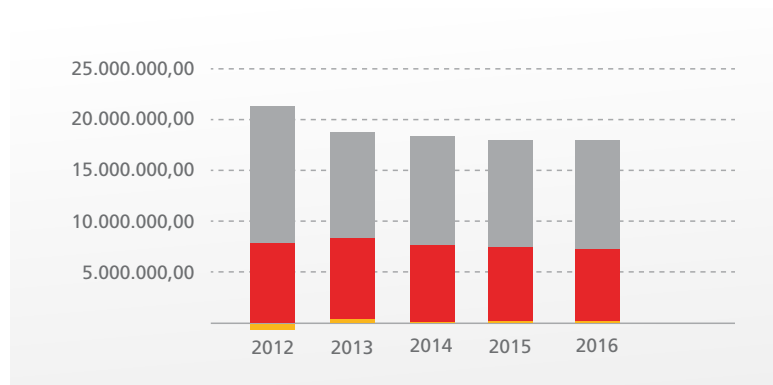
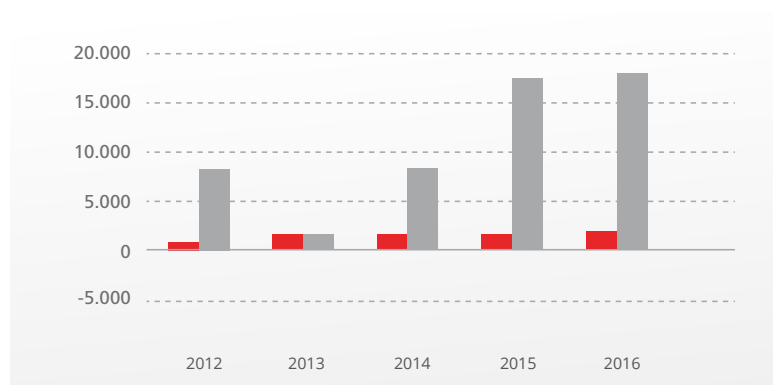


Figure 3.3 - Rapport subsides/imposition

■ belasting  
 ■ subsidies



GRI  
3.1. - 3.3  
3.4.

#### 4. ÉVOLUTION DE LA POLITIQUE DE DURABILITÉ

Avant que notre rapport de durabilité ne voie le jour, nous avons collecté et analysé une quantité impressionnante de chiffres et de données. L'objectif était d'obtenir la certification de qualité ISO 9001 et la certification environnementale ISO 14001. L'engagement au travers de ces certifications ISO implique que nous recherchions sans cesse de meilleures solutions, même pour les méthodes que nous appliquons déjà. On peut en effet toujours faire mieux ! Ces chiffres ont été communiqués en interne lors des réunions trimestrielles en présence des cadres moyens, et les rapports y afférents étaient toujours disponibles en interne.

Vu l'attention croissante accordée à l'entrepreneuriat durable, Pami a décidé de rassembler ces données et ces analyses dans un rapport de durabilité. Nous rendons à nouveau ces informations publiques dans ce rapport. Les données du présent rapport concernent la période allant de 2012 à 2016 comprise. C'est déjà la 5e fois que nous publions ce rapport.

Vous avez des questions concernant ce rapport de durabilité ? N'hésitez pas à prendre contact avec nous.

M. Jean Govers  
jean.govers@pami.be

##### **Pami S.A. - Usine et show-room**

Nolimpark 1408  
Industrielaan 20  
3900 Overpelt  
T +32 11 800 700  
F +32 11 800 701

##### **Pami S.A. - Show-room**

Tour & Taxis - Show-room B4  
Avenue du Port 86  
1000 Bruxelles  
T +32 2 475 22 40  
F +32 2 475 22 41

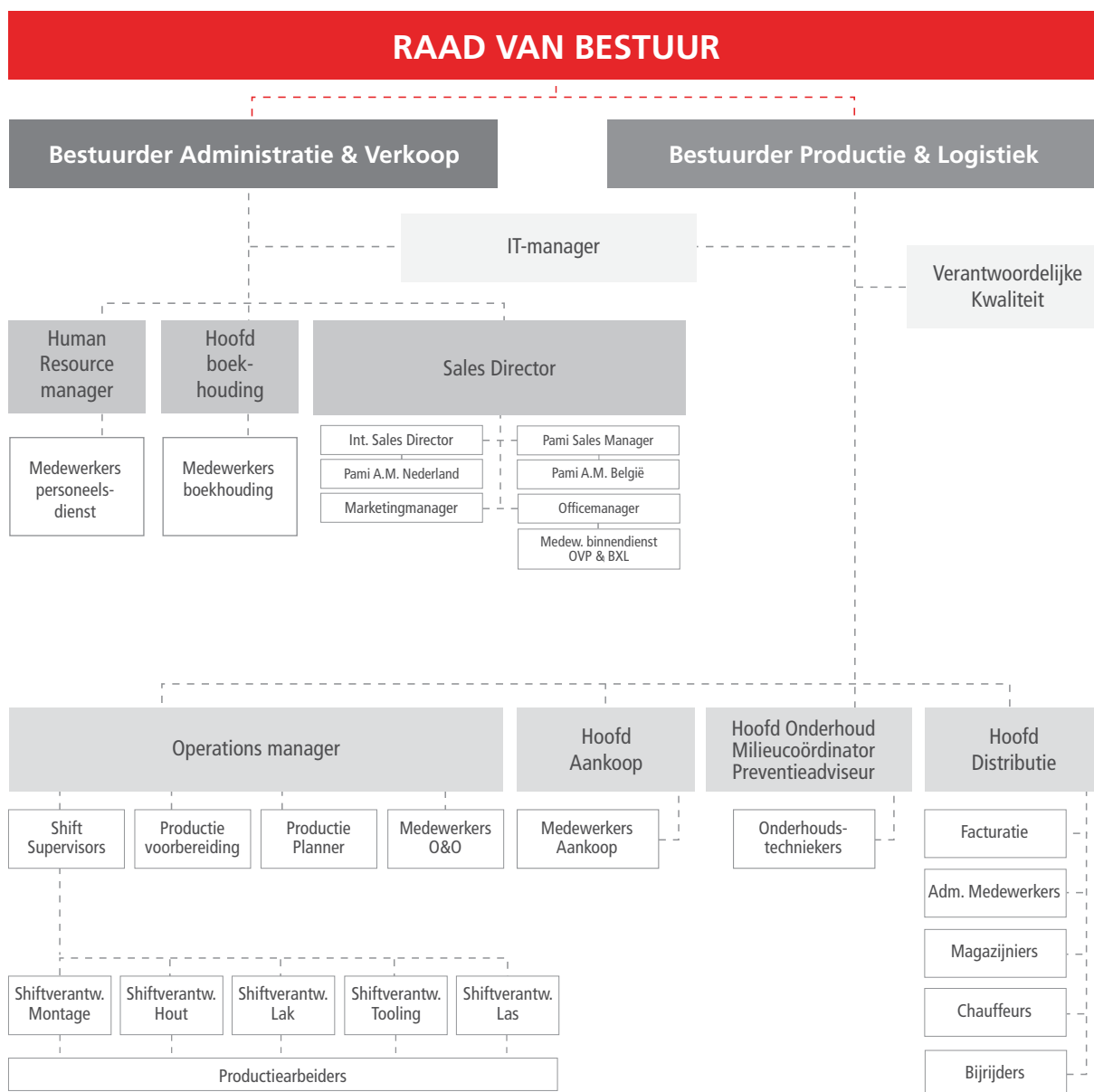
info@pami.be  
www.pami.be



## 5. STRUCTURE

GRI  
4.1. - 4.2

Structure de notre entreprise :



Hendrik et Lode Essers, administrateurs délégués, assument respectivement les fonctions d'« Administrateur en Production et Logistique » et d'« Administrateur en Administration et Vente ».

La collaboration étroite et directe entre les deux frères et toute l'entreprise assure rapidité et fluidité au niveau de la communication, mais aussi de la prise de décisions.

## 6. L'ENTREPRENEURIAT DURABLE DANS LA PRATIQUE

### 6.1. Vision

« Concepteur et fabricant de premier ordre, Pami fournit du mobilier de bureau de haute qualité à des prix concurrentiels. L'entreprise entend continuer à investir dans le développement de ses produits et dans la conception ergonomique et contemporaine, répondant aux normes les plus strictes. Les clients peuvent compter sur une grande flexibilité et un niveau de service élevé. La responsabilité sociale et la prise en considération des « 3 P » - People, Planet & Prosperity - sont au cœur de nos préoccupations. »

### 6.2. Mission

We love to create inspiring and exciting workplaces that improve job satisfaction and work efficiency.

### 6.3. Valeurs

- travail d'équipe et collégialité
- intégrité
- flexibilité
- qualité
- souci du client
- innovation
- passion

### 6.4. Déclaration de durabilité

En tant qu'entreprise dynamique, Pami est résolument tourné vers l'avenir. Jour après jour, nous veillons au respect de valeurs clés comme la bonne qualité, la sécurité et le souci de l'environnement. Nous créons des environnements de travail à la fois novateurs et inspirants, qui augmentent le bien-être des travailleurs et qui, grâce à l'optimisation de l'espace, ont un impact favorable sur l'environnement et la société. Bref, nous aidons nos clients à trouver des solutions durables et stimulantes pour un hébergement correct de leur « human capital », soit leurs collaborateurs.



**Pami se porte garant de la durabilité au sens le plus large du terme.  
Comment procédons-nous concrètement ?**

- En appliquant les principes de la Responsabilité sociale des entreprises. Quel que soit le projet envisagé, l'opération menée ou la décision prise, nous tenons compte des 3 P de la RSE, à savoir People, Planet & Prosperity. Au travers d'une gestion pertinente et grâce à l'attention portée à l'innovation, nous développons des produits écologiques et durables de qualité, mais créons aussi des postes de travail sains et sécurisés. Dans toutes nos activités, nous visons à limiter autant que possible notre impact sur la nature et l'environnement.
- En nous profilant comme entreprise responsable, soucieuse et respectueuse du comportement éthique et de l'honnêteté dans les affaires. Nous entretenons une communication claire et transparente avec toutes les parties concernées et offrons à nos collaborateurs un environnement de travail agréable et sécurisé. Pami s'oppose résolument au manque d'éthique (travail des enfants, travail forcé, violation autre des droits de l'homme, etc.), et nous souhaitons voir cette philosophie respectée tout au long de la chaîne de production.
- En soutenant la gestion durable des forêts, en parrainant diverses œuvres caritatives et en nous engageant concrètement en faveur de plusieurs organisations sociales.
- En adoptant une approche intégrée, valable à tous les niveaux de notre organisation. À cet égard, nous cherchons à nous améliorer en permanence à l'aide d'objectifs ciblés. Notre politique repose sur un système de gestion tissant des liens indissociables entre les aspects relatifs à la qualité, l'environnement, la sécurité et la gestion durable des forêts. Pami satisfait ainsi aux normes ISO 9001 et ISO 14001 ; la vérification et la certification étant assurées par des instances indépendantes. En ce qui concerne la gestion durable conforme à la norme ISO 26000, nous considérons l'échelle de prestations de la RSE comme l'outil par excellence pour trouver l'équilibre idéal entre les valeurs People, Planet & Prosperity.



### **6.5. La durabilité est un processus (d'apprentissage)**

Notre certification de qualité et notre certification environnementale témoignent du profond respect de Pami pour la qualité et l'environnement. Nous avons adapté notre mission selon le principe de l'entrepreneuriat durable, qui ne cesse de gagner en importance. Nous expliquons notre démarche pratique dans notre déclaration de durabilité. Mais il est clair qu'indépendamment des efforts déjà consentis, l'entrepreneuriat durable demeure un processus continu, apportant toujours son lot de nouveaux défis. Et nous devons nous y consacrer en tant qu'entreprise, jour après jour. Les lignes qui suivent vous renseignent sur notre démarche concrète...

#### **Priorité à l'ergonomie**

Lors du processus de conception et de développement de notre mobilier de bureau, nous gardons toujours à l'esprit les normes (européennes) applicables. Ainsi, nous tenons compte du réglage (individuel) en hauteur et du coefficient de réflexion autorisé du matériau. Les attestations dont nous disposons prouvent que Pami satisfait aux exigences les plus récentes (2011) à ce niveau.

#### **L'obsession de la qualité**

Notre processus interne de qualité garantit que nos produits présentent une qualité supérieure et des finitions irréprochables. De même, l'achat des matières premières, produits semi-finis et marchandises s'opère par le biais d'un système nous permettant de contrôler minutieusement tant les fournisseurs que les marchandises à livrer. Des évaluations sur les achats (par exemple en ce qui concerne la fiabilité de livraison, les quantités correctes, les produits en parfait état, etc.) sont enregistrées dans notre système central. Elles font l'objet d'analyses fréquentes et sont consignées dans des rapports.

#### **Ce que nous faisons nous-mêmes, nous le faisons mieux**

Pami est une entreprise intégrée verticalement. En d'autres termes, tous nos processus sont effectués sous gestion propre, du développement du produit à la production et de la vente à l'installation. Cela implique également que nous puissions suivre et contrôler l'ensemble de nos opérations. Le certificat ISO 9001 prouve que nous coordonnons correctement ce système de gestion, notamment grâce à la conduite d'audits internes et externes.

#### **Nature et environnement**

En 2003, Pami fut la première entreprise de son secteur à décrocher une certification ISO 14001. Plus que toute autre, cette certification témoigne de notre engagement en faveur de la nature et de l'environnement.

Par ailleurs, nous autorisons régulièrement des organisations externes à nous contrôler sur les plans de l'environnement et de l'énergie, et à vérifier nos efforts en la matière. Nous prêtons l'attention nécessaire aux conclusions découlant de ces audits et effectuons les investissements réalisables, comme le nouveau système de chauffage chez Interpam S.A. (voir 7.3. Énergie et émissions), un relighting complet des halls de fabrication, un compresseur peu énergivore, une évacuation avec variateur de fréquence dans la menuiserie.

### **Investir dans le capital humain**

Investir dans le capital humain est crucial à toute entreprise, et génère un retour sur investissement souvent mésestimé. La création de bonnes conditions de travail, une implication étroite et une communication transparente sont essentielles à cet égard. Des responsabilités clairement délimitées et des attentes précises, discutées lors d'entretiens (d'évaluation) fréquents, donnent consistance et signification à une fonction.

Comment nos collaborateurs vivent-ils et jugent-ils la politique de Pami ? Nous essayons d'analyser cet aspect de manière structurelle depuis quelques années en organisant une enquête de satisfaction auprès de nos ouvriers et employés (voir 9.7.).

### **Pami et la société**

Pami a pour objectif de contribuer activement à la société. C'est pourquoi nous soutenons les associations locales, mouvements de jeunesse, clubs sportifs, etc. en mettant à leur disposition lors d'événements des biens à utiliser dans le cadre de tombolas, de soirées de jeu, etc.

Lors d'événements, nous demandons toujours à ne pas donner de cadeau, mais plutôt à parrainer financièrement une œuvre caritative. Ainsi, nous avons par exemple déjà apporté notre soutien au fonds « Move to Improve » qui s'engage en faveur des enfants souffrant de problèmes neuromoteurs (de mobilité) et à « Een Hart voor Limburg » via la « Eendjesrace » du Lionsclub Brueghel.

En 2015, nous avons commencé à soutenir l'action Levensloop, soutien qui s'est poursuivi en 2016. Une initiative en faveur de la lutte contre le cancer.

Tout comme les années précédentes, nous avons participé au projet « Techniekpromotie » (voir § 10) qui contribue à la croissance du bien-être dans la région.

Par ailleurs, nos administrateurs sont actifs au sein de fédérations patronales faisant preuve d'implication sociale dans la sphère des employeurs. Hendrik Essers est l'ancien président du Rotary Overpelt - Limbourg Nord et vice-président du Voka - Chambre de commerce du Limbourg. Lode Essers, quant à lui, est président d'honneur, membre du comité de direction et du conseil d'administration de VKW Limbourg et membre du comité de direction de la FEB.



GRI

2.10.

EN1 - EN3

EN4 - EN6

EN8 - EN16

EN17 - EN18

EN20 - EN21

EN22 - EN23

EN24 - EN27 -

## 7. ENVIRONNEMENT

Le terrain industriel de Pami s'étend sur quelque 6 hectares, l'usine de production couvrant une superficie de 35 000 m<sup>2</sup>. Le terrain restant est non bâti et aménagé en tant qu'espace vert. Les bâtiments qui ne sont pas de nouvelles constructions ont été rénovés : toute l'infrastructure est donc parfaitement isolée et économe en énergie. De nouvelles règles relatives au désherbage sont entre-temps entrées en vigueur et nous les appliquons bien entendu sur nos terrains.

Les halls de production satisfont aux **normes PEB** et sont donc conformes à la réglementation relative aux prestations énergétiques. Par ailleurs, une étude d'orientation du sol (à réaliser tous les 10 ans) a été effectuée, comme le prescrit le règlement flamand Vlarebo.

Notre production fait appel aux machines les plus modernes, capables de traiter une immense variété de matériaux. L'aménagement de la ligne de production garantit le déroulement optimal des processus et l'efficacité absolue des machines. Bien entendu, la sécurité et la consommation d'énergie et de matières premières sont ici des priorités. L'usine de production est un établissement de Classe 1 et dispose d'un permis environnemental récemment renouvelé (mars 2004). Nous respectons également une stricte procédure d'entretien préventif, assuré par nos propres techniciens.

### **La production se compose des départements suivants :**

- outillage
- soudure
- peinture
- menuiserie
- montage et emballage

Ces départements garantissent la livraison continue de produits de qualité supérieure. Nous tentons de limiter au maximum notre empreinte écologique pour chaque processus de production.

L'un des points d'action sur lequel nous continuons à redoubler d'efforts est la réduction de nos émissions de CO<sup>2</sup>.



**25,6 %** de nos matières premières proviennent de matériaux recyclés. Nos produits sont recyclables à 100 %.

### 7.1. Matériaux et matières premières

La principale ressource que nous transformons au sein de notre usine de production est **l'acier**. Viennent ensuite le **bois** et le **PVC**.



Depuis 2011, notre système de gestion porte le **label PEFC** (*Programme for Endorsement of Forest Certification*). Cette certification atteste que les produits en bois que nous proposons à nos clients proviennent de forêts bénéficiant d'une gestion durable sans surcoût et sur simple demande. Le PEFC respecte et s'appuie sur des procédures de portée internationale pour la certification et la sylviculture durable. Le contrôle des procédures est assuré par des organisations indépendantes.

Nous utilisons en outre de la **peinture en poudre** comme couche de finition sur des pièces métalliques. Les commandes sont triées par couleur au sein du département de peinture, car les opérations de changement de teinte sont chronophages et provoquent des pertes de poudre et surtout d'énergie.

L'**eau de rinçage** utilisée pour dégraisser les produits est systématiquement épurée et réutilisée (*voir 7.4. Eau*).

Les **produits semi-finis** achetés que nous transformons sont souvent des conducteurs et des pièces en matière synthétique. Nous utilisons du PVC pour la production des lamelles de nos volets roulants. Il s'agit en quelque sorte d'un « choix forcé », le PVC étant le seul matériau nous permettant d'atteindre le niveau M1 de la norme incendie. Nous sommes cependant bien conscients des propriétés non écologiques du plastique. C'est pourquoi nous essayons, avec notre fournisseur, d'être constamment sur la brèche pour pouvoir passer, lorsque possible, à des solutions de rechange de qualité aux propriétés plus vertes. Au niveau des **matériaux d'emballage**, nous travaillons principalement avec du carton et du film polyéthylène. Nous utilisons ces emballages afin que les marchandises livrées à l'utilisateur final soient intactes et dénuées de poussières. Le matériau étant partiellement recyclable et partiellement réutilisable, notre équipe de montage le récupère en vue de son tri. Pour le reste, nous faisons appel à l'institution renommée VAL-I-PAC.

## 7.2. Déchets

L'acier et le bois étant les principales ressources utilisées dans notre production de mobilier de bureau, il est logique qu'ils produisent également le plus de déchets.

La diminution des déchets est, dans les processus de production, indissociablement liée au développement des produits. L'optimisation de l'utilisation de l'acier et du bois va en effet de pair avec la réduction des déchets, pour autant que les propriétés du produit l'autorisent. Les graphiques ci-dessous sont en relation l'un avec l'autre.

Nous rassemblons les déchets et collaborons avec l'entreprise de traitement agréée Van Gansewinkel pour leur enlèvement. Fidèle à sa devise « le déchet n'existe pas », Van Gansewinkel recycle les déchets collectés en matériaux réutilisables.

Figure 7.1. - Matériaux et ressources utilisés (tonnes)

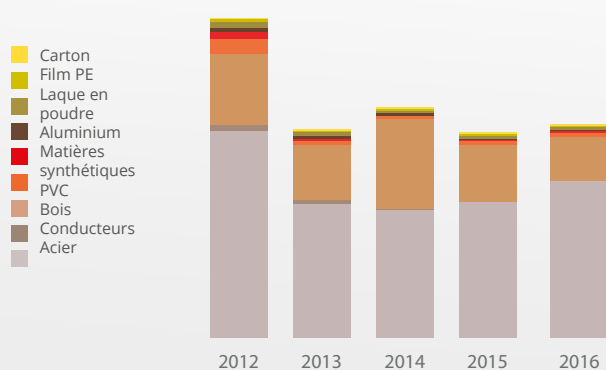
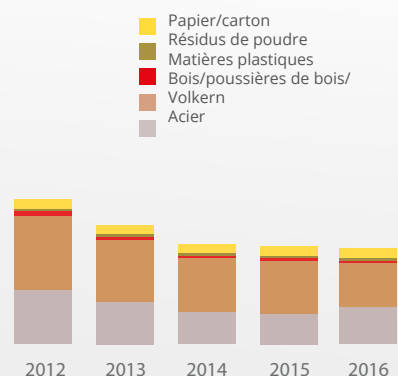


Figure 7.2. - Déchets des ressources (tonnes)

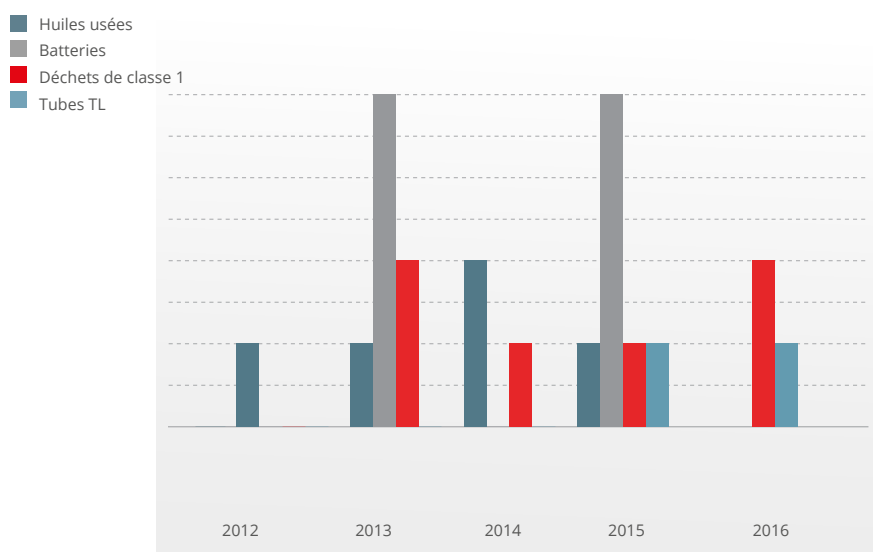


7.1. (tonnes)	2012	2013	2014	2015	2016
Carton	21	17	12	15	13
Film PE	26	15	17	16	17
Laque en poudre	58	38	27	32	35
Aluminium	46	33	secteur	10	9
Matières synthétiques	57	9	4	11	9
PVC	127	38	23	9	21
Bois	856	652	1.061	601	466
Conducteurs	65	35	15	11	18
Acier	2.324	1.503	1.397	1.564	1.807

7.2. (tonnes)	2012	2013	2014	2015	2016
Papier/carton	41	38	36	43	43
Résidus de poudre	11	23	7	7	8
Matières plastiques	24	11	15	17	11
(Poussières de) bois/HPL	381	322	281	277	226
Acier	237	184	141	131	167

Si la production génère des déchets, il en va de même des opérations d'emballage. Comme indiqué plus haut, nous utilisons surtout du carton et du film polyéthylène en guise de matériau d'emballage fonctionnel et recyclable et/ou réutilisable. Aussi, nos propres équipes de montage récupèrent les matériaux d'emballage après installation chez le client.

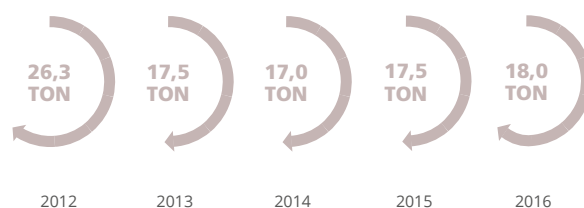
Figure 7.3. - Déchets flux connexes (tonnes)



Déchets (tonnes)	2012	2013	2014	2015	2016
Huiles usées	1	1	2	1	0
Batteries	0	4	0	4	0
Déchets de classe 1	0	2	1	1	2
Tubes TL	0	0	0	1	1

Chez Pami, nous gérons nous-mêmes les flux de déchets en triant et, dans la mesure du possible, en réutilisant les matériaux d'emballage récupérés (voir ci-dessous le tableau avec le nombre total d'emballages réutilisés).

Figure 7.4. - Emballages réutilisés (en tonnes)



Nous sommes également partisans d'une livraison directe des marchandises chez le client lors des projets. Ce faisant, les marchandises ne doivent pas être stockées et sont moins sujettes à l'endommagement lors des opérations de transport et de (dé)chargement, et la quantité de matériaux d'emballage nécessaire est donc moindre. Chaque année, nous rendons à l'OVAM un rapport environnemental annuel complet.

### 7.3. Énergie et émissions

Pami a choisi le **gaz naturel** écologique pour le chauffage des bâtiments et de l'eau sanitaire (lorsque nécessaire), et comme combustible pour les fours de laquage et pour le séchage après dégraissage. L'eau de traitement est également chauffée au gaz naturel. Le gaz naturel n'implique en principe pas d'émissions d'oxyde de soufre, tandis que les rejets d'oxyde d'azote sont limités. Le taux d'émission le plus élevé est celui du dioxyde de carbone. Chaque année, nos brûleurs sont contrôlés au niveau des émissions et, bien entendu, toutes les valeurs mesurées étaient, cette année encore, conformes aux limites autorisées.

Figure 7.5. - Consommation de gaz Pami (mégajoules/an)

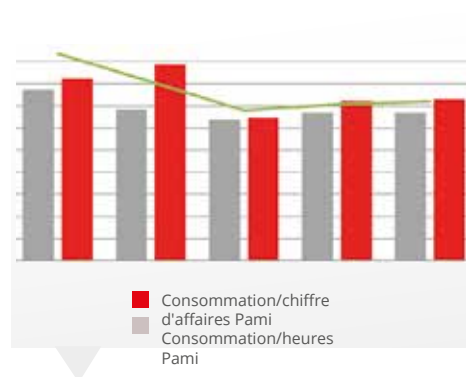
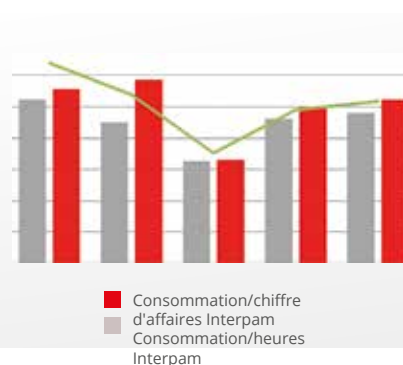


Figure 7.5. - Consommation de gaz Interpam (mégajoules/an)



	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Pami</b>					
Consommation de gaz (GJ)	8,426	7,286	6,124	6,355	6,476
Consommation (MJ)/heure	38,55	34,19	31,87	33,56	33,56
Consommation (MJ)/100 € de chiffre d'affaires	41,18	44,47	32,22	36,31	36,54
<b>Interpam</b>					
Consommation de gaz (GJ)	2,282	1,921	1,254	1,749	1,850
Consommation (MJ)/heure	10,44	9,01	6,52	9,24	9,59
consommation (MJ)/chiffre d'affaires	11,45	11,73	6,60	9,99	10,44

De manière globale, la consommation de gaz par rapport au chiffre d'affaires est toujours en baisse. La consommation est également en diminution dans l'absolu et par rapport aux degrés-jours. Une meilleure commande des chaudières pourrait encore générer des économies supplémentaires. Cela fera partie des objectifs pour 2017. Une meilleure utilisation de la chaîne de vernissage et une production plus importante de l'usine donneront bien évidemment aussi un meilleur résultat.



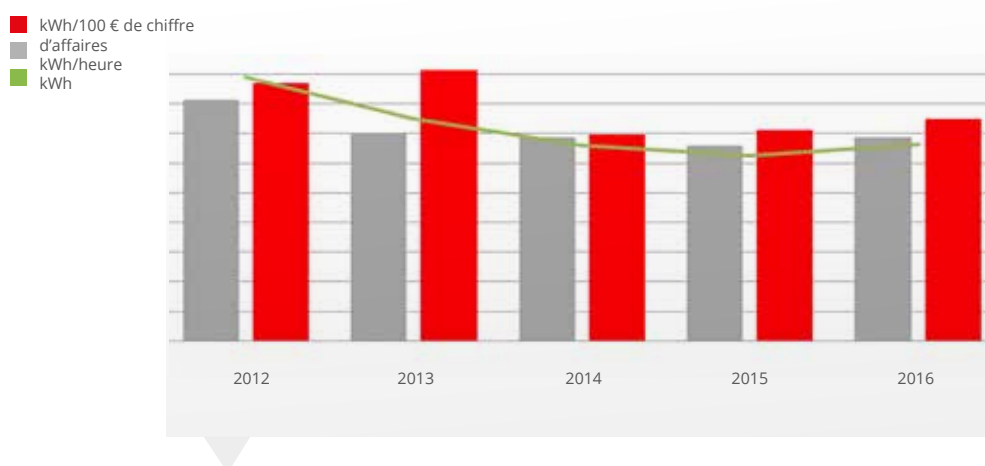
La **consommation d'électricité** est restée relativement stable par rapport au chiffre d'affaires malgré le fait que le rapport fabrication/achat ait fortement évolué cette année. Par rapport à la quantité de biens produits, la consommation a légèrement baissé. Le projet de relighting et l'acquisition d'un nouveau compresseur (avec variateur de fréquence) et d'un ventilateur d'évacuation pour la menuiserie en sont la cause.

De nombreux ajustements et des petites séries restent un obstacle au rendement des poinçonneuses et des plieuses.

La consommation prise en compte englobe l'électricité achetée et la part de notre énergie solaire que nous consommons.

Nous avons consommé la majeure partie des 380 863 kWh produits l'année dernière, le reste étant réinjecté sur le réseau. Les chiffres sont revenus au niveau de l'an dernier.

Figure 7.6. - Consommation d'électricité Pami/Interpam (kWh/an)



	2012	2013	2014	2015	2016
kWh	1.780.105	1.496.270	1.320.854	1.248.074	1.325.431
kWh/100 € de chiffre d'affaires	8,70	9,13	6,95	7,13	7,48
kWh/heure	8,14	7,02	6,87	6,59	6,87

## Transport

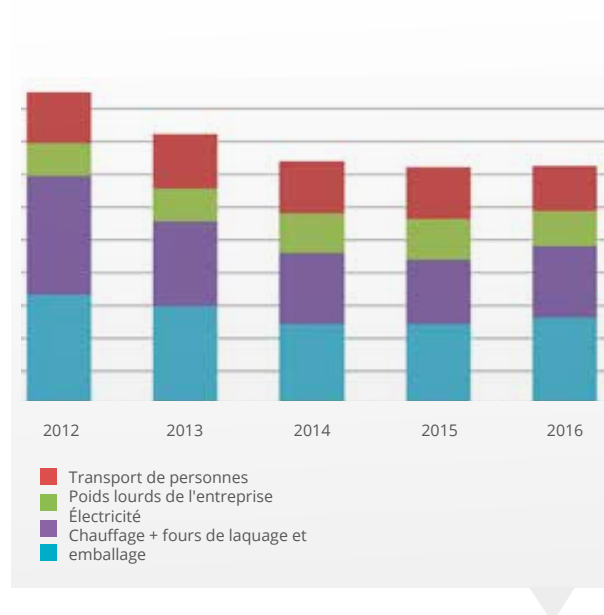
Comme notre production s'opère en Belgique et que nous disposons d'un département logistique connexe avec un parc automobile, les distances à parcourir sont relativement courtes, ce qui entraîne une moindre pollution. Lorsque nous installons chez le client, nous privilégions également la livraison totale afin de ramener nos émissions à un seuil minimal.

La durabilité de nos voitures de société est un aspect auquel nous œuvrons en permanence. Nous suivons les toutes dernières évolutions techniques en matière d'émissions de CO<sub>2</sub>. Les véhicules sont remplacés tous les 4 ans en moyenne. Nous encourageons cependant nos collaborateurs à opter pour le covoiturage (4 personnes par voiture) lors des déplacements en groupe (salons, formations, etc.). L'utilisation des transports en commun n'est souvent pas envisageable, car nos sites ne sont pas (bien) desservis. Lors de remplacements, nous choisissons toujours des moteurs plus légers (versions éco). Nos chauffeurs de camion ont suivi une formation d'écoconduite.

## 7.4. CO<sub>2</sub>

Les émissions mesurées sont celles dites « scope 1 » et « scope 2 », soit les émissions directes et indirectes. Elles sont dues à la consommation d'électricité et sont également générées lors de la transformation de combustibles fossiles en électricité (à l'exception des trajets domicile-travail). Aux fins de la réduction des émissions de CO<sub>2</sub>, nous nous concentrons principalement pour l'heure sur l'optimisation des processus que nous gérons nous-mêmes, c'est-à-dire que nous contrôlons et sommes par conséquent en mesure d'améliorer.

Figure 7.7. - Émissions de CO<sub>2</sub> totales annuelles

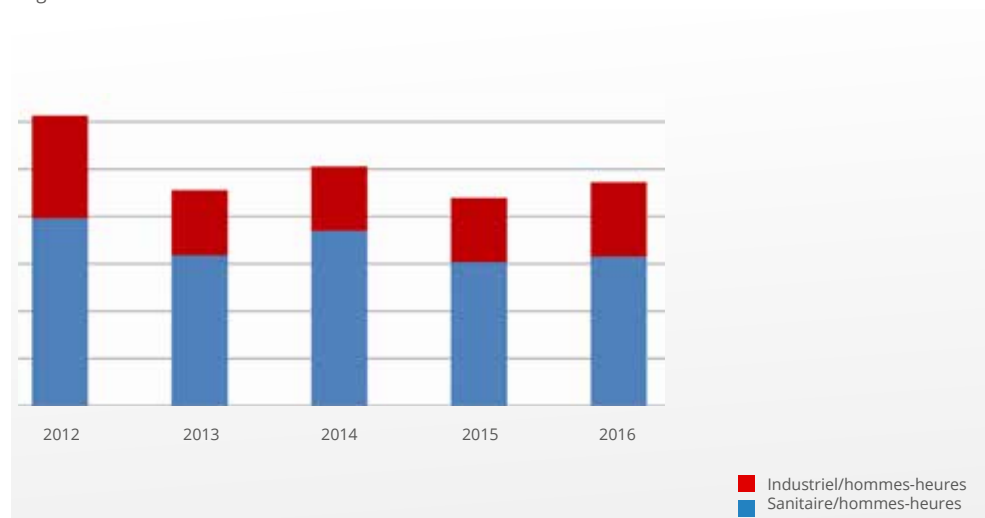


Tonnes CO <sub>2</sub> /an	2012	2013	2014	2015	2016
Transport de personnes	310	336	313	320	275
Transport : poids lourds de l'entreprise	203	200	241	248	214
Électricité	728	519	437	399	441
Chauffage + fours de laquage et emballage	662	594	486	481	523

## 7.5. Eau

Notre **consommation d'eau** est en partie de nature sanitaire, en partie de nature industrielle, essentiellement pour le traitement préalable au processus de laquage. En 2008, nous avons mis en service un nouveau procédé de dégraissage et l'optimisation de l'installation a pris, il faut le reconnaître, un certain temps. Depuis 2009, nous constatons cependant une diminution soutenue de notre consommation industrielle d'eau.

Figure 7.8. - Consommation d'eau



	2012	2013	2014	2015	2016
Sanitaire (l/hommes-heures)	4,0	3,2	3,7	3,0	3,2
Industriel (l/hommes-heures)	2,2	1,4	1,4	1,4	1,6

Comme expliqué plus haut, l'installation de dégraissage génère la plus grande quantité d'eau usée industrielle. Après la procédure, l'eau est épurée et systématiquement réutilisée : nous ne déversons donc en aucun cas de l'eau de traitement. Toutes les eaux usées sont évacuées par le biais d'une entreprise de traitement agréée, ce qui nous permet d'afficher le statut de « déversement zéro ». Seules les eaux usées sanitaires sont évacuées par les égouts. L'eau de pluie est récoltée dans 4 bassins de décantation situés sur le terrain de l'entreprise.

	2012	2013	2014	2015	2016
Eaux usées (m³)	73	29	58	46	46

GRI  
4.14. - 4.15  
4.16. - 4.17

## 8. COMMUNICATION OUVERTE AVEC LES PARTIES PRENANTES

Chez Pami, l'entrepreneuriat durable va de pair avec un dialogue ouvert avec les parties prenantes. Ce mode de communication correspond parfaitement aux principes de l'échelle de prestations de la RSE. Ce mode de communication correspond parfaitement aux principes de l'échelle des prestations de la RSE, et en l'adoptant, nous honorons les attentes de la norme ISO 26000.

Chaque année, nous actualisons la liste des parties prenantes et les évaluons sur différents aspects. D'une part, les intérêts de chacune dans notre entreprise sont différents. D'autre part, chaque partie prenante exerce une influence spécifique sur notre entreprise. C'est pourquoi nous prévoyons une approche personnalisée pour chacune d'entre elles et communiquons par le biais de canaux variés. Vous trouverez ci-dessous une déclaration quant à l'approche adoptée avec les parties prenantes les plus importantes.

### 8.1. GROUPES CIBLES INTERNES

#### 8.1.1. Travailleurs

La communication envers nos collaborateurs concerne tant les ouvriers que les employés. La RSE commence au niveau de chaque collaborateur individuel, et partant, ce groupe cible représente l'une des parties prenantes les plus importantes du tableau. Il est dès lors nécessaire de les impliquer activement dans la politique RSE.

Il est pour nous crucial de donner voix au chapitre à nos collaborateurs, et de leur permettre de communiquer leurs nouvelles idées propres, de nous faire part de leurs souhaits. Ils doivent en effet pouvoir exercer leur travail avec motivation et passion. En informant notre personnel de manière correcte et en temps voulu, nous entendons renforcer encore son implication.

La communication avec nos collaborateurs s'opère de diverses manières, et via une multitude de canaux. Quelques exemples : un sympathique journal du personnel (Pamirazzi), des bulletins d'information numériques, une brochure d'accueil et une visite de l'entreprise pour les nouveaux collaborateurs, des séances de coaching et de formation, des enquêtes de satisfaction, des réunions trimestrielles suivies de moments informels, etc.



À chaque décision ou modification importante, ainsi que lors du lancement de nouveaux projets ou de changements affectant le lieu de travail, nous insistons sur l'organisation de séances d'information intermédiaires pour garantir que chacun est parfaitement au courant des évolutions en cours. Nous prévoyons également chaque année 2 grandes réunions du personnel.

Les syndicats sont représentés par nos propres travailleurs. La délégation syndicale est un interlocuteur tant pour nos ouvriers que pour nos employés. Deux membres de la direction sont toujours présents lors de la concertation mensuelle au CE (conseil d'entreprise).

## 8.2. GROUPES CIBLES EXTERNES

### 8.2.1. Clients et prospects

Nous divisons ce groupe de parties prenantes selon les catégories suivantes :

- vente directe avec les groupes :
  - utilisateurs finaux
  - marchés publics
  - ventes par correspondance
  - exportations
- vente via un réseau de distributeurs, principalement sur les marchés étrangers comme les Pays-Bas et la France.

Nos clients se situent principalement dans le segment intermédiaire (supérieur). Nous nous concentrons essentiellement sur la cocréation, les produits durables, sûrs et conformes aux normes strictes en matière d'ergonomie. La communication directe s'établit par le biais des gestionnaires de compte qui gèrent leur propre clientèle régionale. En règle générale, nous communiquons avec eux via le site internet, le Pamizine, des bulletins d'information numériques, des brochures d'entreprise et de produits, lors des salons et événements, via les médias sociaux (Facebook, LinkedIn, Twitter, Pinterest, Instagram) ou des communiqués de presse. Après chaque projet mené à bien, nous sondons l'opinion de nos clients via une enquête de satisfaction..





Les prospects sont représentés par ceux qui, à court terme comme à long terme, pourraient devenir clients de Pami. Les moyens de communication utilisés pour ce groupe cible sont fort similaires à ceux exploités pour les clients existants. Ils influencent sans conteste leur décision de collaborer ou non avec Pami.

### **8.2.2. Fournisseurs**

Nous pouvons diviser nos fournisseurs en 2 grands groupes, à savoir les fournisseurs de matières premières et de produits semi-finis pour l'usine, et les fournisseurs de marchandises.

Lors du choix et de la sélection de nos fournisseurs, nous tenons compte de différents facteurs, parmi lesquels leur politique de durabilité. Nous attendons en effet de fournisseurs qu'ils se rangent aux mêmes points de vue que les nôtres quant à l'entrepreneuriat durable.

### **8.2.3. Environnement et société**

Ce groupe de parties prenantes comprend chaque personne entrant en contact avec Pami en tant que « partie externe », c'est-à-dire sans lien direct. Ces parties prenantes représentent l'opinion publique. Au niveau des nuisances, la zone industrielle dans laquelle est implanté Pami est à elle seule un avantage, puisque située au sein d'une région quasi non bâtie.



#### **8.2.4. Relations professionnelles**

Les architectes, prescripteurs et bureaux techniques contribuent à dessiner la tendance du secteur. Il est donc important pour Pami, en tant que fournisseur, d'afficher le profil adéquat dans toute communication adressée à ces parties prenantes. Nous communiquons avec ce groupe cible par le biais du site internet, de bulletins d'information numériques, de nos brochures d'entreprise et de produits, etc. Le contact personnel entretenu avec ce groupe par nos gestionnaires de compte joue également un rôle clé pour renforcer notre position.

La durabilité est un aspect constamment évalué par nos relations professionnelles également. Aussi, nous nous servons des moyens de communication cités pour mettre en exergue chaque évolution en la matière.

Nous évaluons ces parties prenantes sur divers critères : implication dans l'organisation, influence de Pami et intérêt pour Pami.



## 9. TRAVAILLER CHEZ PAMI

### 9.1. Nos collaborateurs happy@work !

La mission que nous diffusons parmi nos clients est la suivante : « We love to create inspiring and exciting workplaces that improve job satisfaction and work efficiency ». Bien entendu, nous souhaitons respecter cet engagement en faveur de nos collaborateurs également. Et il n'est pas simplement question ici des postes de travail, mais du **cadre de travail dans sa globalité**.

Nous appuyant sur les valeurs (*voir 6.3.*) fondamentales à nos yeux, nous voulons offrir à nos collaborateurs une fonction riche en défis, un environnement de travail à la fois agréable et sûr, et afficher envers eux un comportement sincère et social. Notre politique du personnel est la garantie **d'une communication** et d'une information de nature ouverte et honnête (*voir aussi 8.1.1.*), où l'attention est mise sur le collaborateur, mais aussi sur sa famille et son travail. Nous impliquons nos collaborateurs dans tous les **événements importants** pour notre entreprise afin qu'ils puissent réellement se considérer comme faisant partie d'un ensemble (notamment lors de l'inauguration du nouveau show-room, la participation aux salons en mettant des tickets à leur disposition ou en les distribuant dans les boîtes). Par ailleurs, les multiples activités du personnel (réception du Nouvel An, barbecue avant les vacances, participation à l'événement de team building Chambers Trophy, etc.) permettent de découvrir le côté festif de nos collègues et contribuent à la bonne ambiance de travail.

Nous considérons nos collaborateurs comme les véritables ambassadeurs de Pami. Ensemble, nous formons une équipe qui totalise plus de 50 ans de connaissances, d'expérience, de professionnalisme et de créativité, s'attelant jour après jour à la réalisation de projets de bureau. Que ce soit dans nos bureaux ou dans nos zones de production, nous recherchons de bonnes **conditions de travail ergonomiques** et consacrons toute l'attention nécessaire à la sécurité.

En outre, Pami est parfaitement conscient du fait que **la formation et le coaching** (*voir 9.4.*) favorisent l'épanouissement et le développement personnels des collaborateurs. Grâce à l'offre en possibilités de formation et à l'investissement dans les compétences, nos collaborateurs sont à même d'assumer leurs responsabilités en toute confiance et exercent leur fonction avec la plus grande satisfaction. Nous essayons dès lors de proposer à nos collaborateurs un environnement de travail dans lequel ils peuvent donner le meilleur d'eux-mêmes. C'est en effet ce que l'on attend d'eux. Grâce aux profils de compétence déterminés (*voir 9.5.*), nos ouvriers et employés sont parfaitement au courant des attentes de l'employeur. Nous organisons chaque année des **entretiens d'évaluation** pour nos employés. Nous pouvons ainsi leur donner du feed-back sur leurs bonnes prestations.

Par la même occasion, nous leur indiquons les choses à corriger, les domaines pouvant être encore améliorés. Nous appliquons une culture de feed-back constante et ouverte pour nos ouvriers.

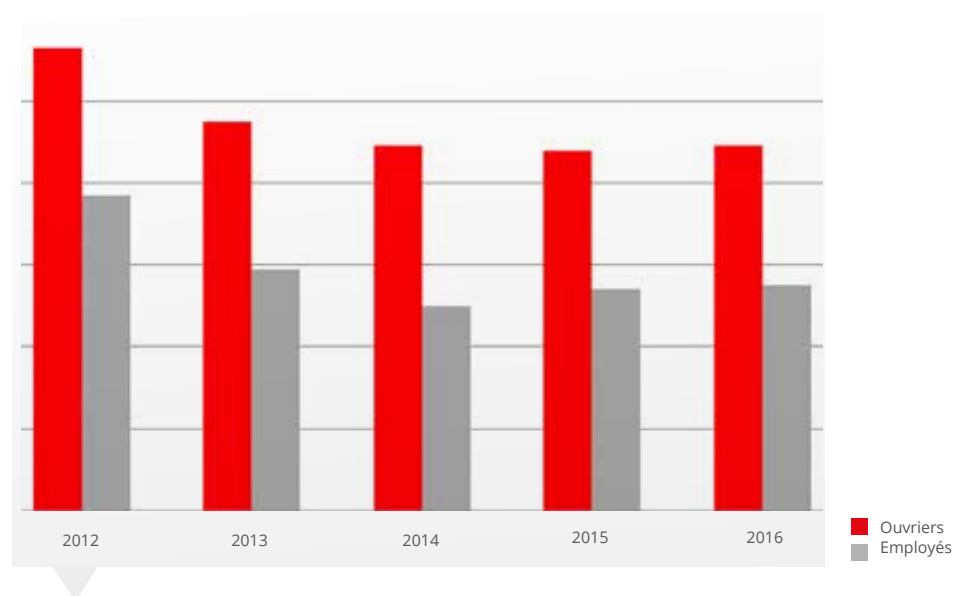


Les cadres évaluent les compétences de leurs collaborateurs à l'aide de notre matrice de compétences. Un entretien peut être organisé à l'initiative du cadre ou du collaborateur.

Maintenir **l'équilibre entre la sphère professionnelle et privée** est également un point figurant dans la liste des priorités de Pami. Ainsi, nous tentons de toujours répondre favorablement aux demandes de travail à temps partiel des collaborateurs. Mais nous estimons aussi qu'une touche humaine est importante. Une attention personnelle, une marque d'empathie nous permet de donner aux événements majeurs de la vie de nos collaborateurs (naissances, mariages, décès, etc.) la place qu'ils méritent.

Bref, nous réalisons d'innombrables efforts pour garder nos collaborateurs happy@work. Mais quel est le point de vue des principaux intéressés vis-à-vis de notre politique ? Nous sondons leur opinion tous les trois ans via une **enquête de satisfaction** (voir 9.7.). Un questionnaire différent est proposé aux ouvriers et aux employés, vu la divergence de leurs intérêts sur certains points.

Figure 9.1. - Travailleurs en service chez Pami



	2012	2013	2014	2015	2016
Ouvriers	113	95	89	88	89
Employés	77	59	50	54	55
Total	190	154	139	142	144

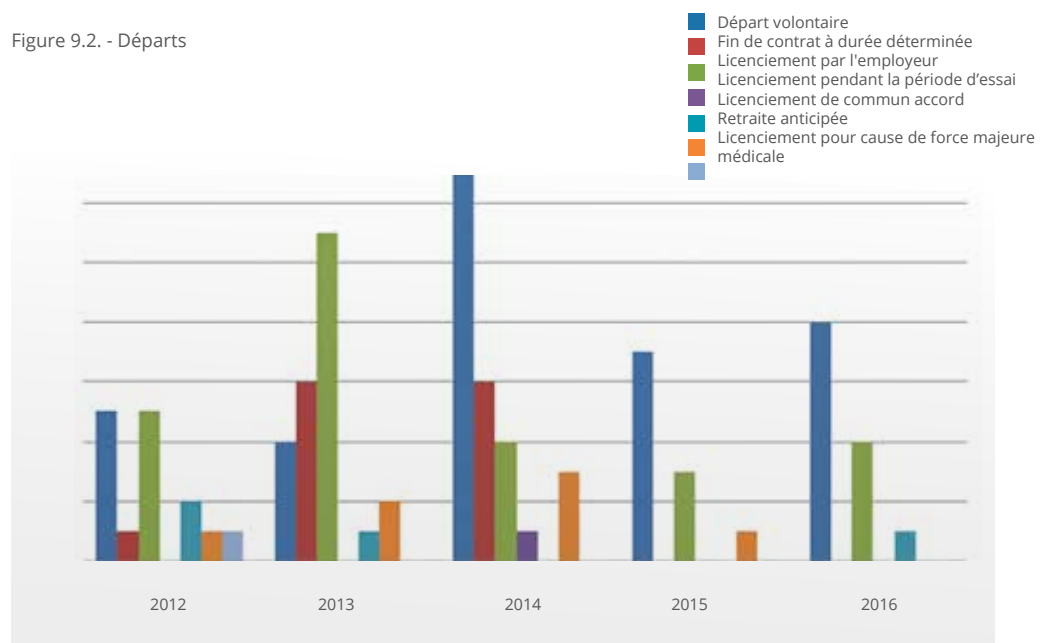


## 9.2. Effectif et rotation du personnel

L'**effectif** de Pami est réparti entre les ouvriers et les employés :

Pami vise toujours à nouer des partenariats à long terme avec les clients et les fournisseurs, en vue de garantir un rendement élevé pour chacune des parties. Nous souhaitons bâtir une relation durable avec notre personnel également. Et la preuve de nos efforts s'observe sur le lieu de travail, certains de nos collaborateurs sont à notre service depuis de très longues années !

Figure 9.2. - Départs



	2012	2013	2014	2015	2016
Départ volontaire	5	4	13	7	8
Fin de contrat à durée déterminée	1	6	6	0	0
Licenciement par l'employeur	5	23	4	3	4
Licenciement pendant la période d'essai	0	0	0	0	0
Licenciement de commun accord	2	1	0	0	1
Retraite anticipée	1	2	3	1	0
Licenciement pour cause de force majeure médicale	1	0	0	0	0

Pami adopte une approche relativement flexible quant aux horaires de travail. Toutes les formes envisageables sont autorisées, et donc également le travail à temps partiel, le crédit-temps, la diminution de carrière.

Les années 2009 et 2010 ont été caractérisées par l'impasse économique, et Pami a aussi connu un ralentissement de ses activités pendant cette période. Nous avons dès lors conclu une CCT pour appliquer une diminution de carrière de 1/5 temps, et pouvoir bénéficier d'une allocation de transition du gouvernement flamand. Nous avons ensuite eu recours au régime du chômage de crise pour les employés, mais dans une mesure limitée. Ces mesures non négligeables nous ont permis de garder à bord l'ensemble de nos collaborateurs - et donc le savoir-faire existant - de préserver l'emploi et d'éviter les licenciements secs.

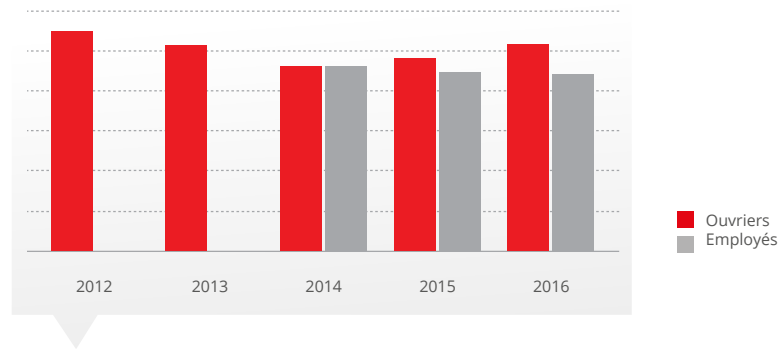


### 9.3. Absence pour maladie et accidents du travail

Nous menons une **politique en matière d'absentéisme** dans laquelle nous tentons de découvrir lors de discussions avec les travailleurs souvent absents quelles sont les raisons de l'absence et si l'entreprise peut agir en la matière.

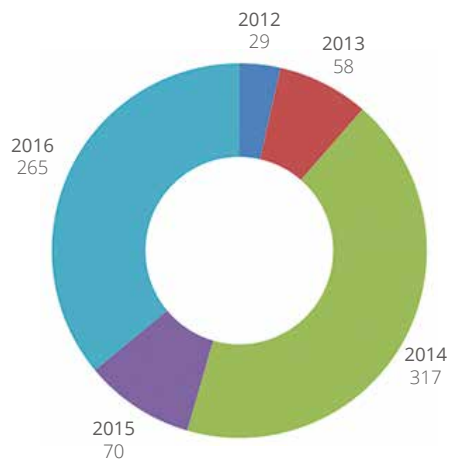
Le bon fonctionnement de notre comité SHE a permis de limiter cette année encore le nombre d'accidents du travail. Avec un taux de fréquence moyen de 29 ces 4 dernières années, nous restons bien en deçà de la moyenne nationale. Bien entendu, un seul accident pourrait totalement fausser les résultats. La sécurité est continuellement mise en avant grâce à des campagnes d'affichage et des instructions claires.

Figure 9.3. - Chiffres d'absentéisme



	2012	2013	2014	2015	2016
Ouvriers	2,75	2,57	2,32	2,42	2,60
Employés	2,03	1,88	2,32	2,20	2,17
TOTAL	2,35	2,32	2,32	2,33	2,44

Figure 9.4. - Incapacité de travail due à un accident du travail (jours)



Notre Pamirazzi numérique propose régulièrement une rubrique sur la sécurité, dans laquelle les résultats obtenus sont mis en avant, ainsi que les actions réalisées, illustrées par la photo d'un travailleur prudent, par ex. une personne qui porte des lunettes de sécurité...

Figure 9.5. - Absence à la suite d'un accident du travail - taux de fréquence (nombre de jours d'absence x 1 000 000 heures prestées)

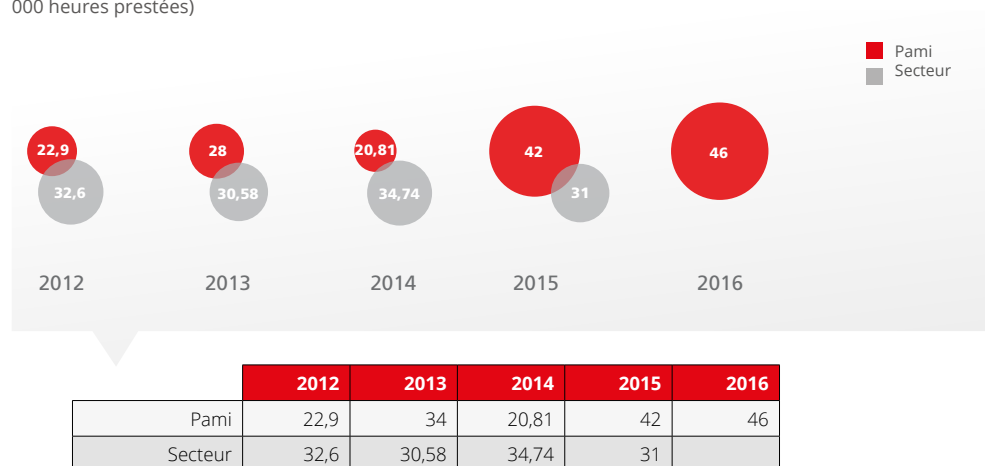
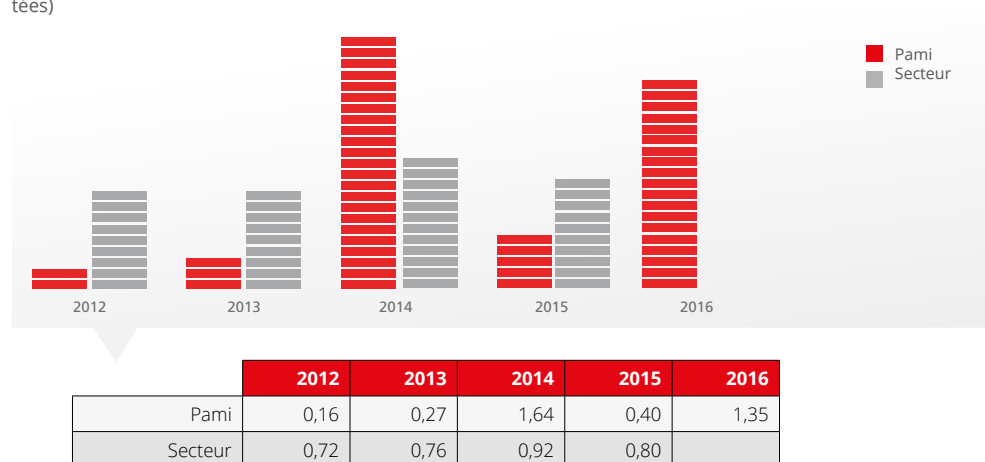


Figure 9.6. - Absence à la suite d'un accident du travail - gravité (nombre de jours d'absence x 1 000 heures prestées)





#### 9.4. Formation et coaching

Pami consacre beaucoup d'attention à l'épanouissement de ses collaborateurs à tous les niveaux, et ce, en offrant un coaching ciblé ainsi que des possibilités de formation.

Nos **ouvriers** sont, en concertation avec nos collaborateurs, formés autant que possible en interne. Plus un travailleur connaît de tâches et d'opérations, plus il acquiert de la valeur pour Pami, mais aussi et surtout, plus il tirera de la satisfaction de son travail. Nous avons évalué notre politique salariale pour les ouvriers selon la conformité au marché, et l'avons intégralement revue pour y intégrer une classification interne et un tableau des rémunérations. Nous avons en outre développé une politique qui récompense la flexibilité de nos collaborateurs. Plus un collaborateur en connaît sur les fonctions au sein de son département, plus son salaire peut être élevé. Nous stimulons ainsi l'évolution de nos gens et les motivons à suivre des formations...

Nos formations internes sont enregistrées à l'aide d'une suite logicielle RH. Nous avons ainsi un bon aperçu de tous les efforts fournis à ce niveau dans les différents départements, et ce, dans un souci d'optimisation.

À l'heure actuelle, nous nous concentrons sur la formation et le coaching de nos **cadres**. Par exemple, les nouveaux dirigeants sont invités à suivre une formation externe pour apprendre à diriger les collaborateurs de façon efficace et enthousiaste, tout en veillant à l'obtention d'un rendement optimal et à la préservation d'une atmosphère de travail agréable. Ils sont coachés en interne après cette formation. Un groupe d'intervision a été mis en place dans lequel des cadres peuvent aborder des cas pratiques et reçoivent des outils très concrets pour gérer leurs collaborateurs. Un nouveau parcours de leadership est déjà au programme pour 2017, proposant une série d'ateliers orientés sur la pratique.

Pami est par ailleurs actif dans divers groupes de réseaux, ce qui stimule encore la formation tant en interne qu'en externe. De même, nous faisons régulièrement appel à une expertise externe pour nous assister. Nous permettons ainsi à nos propres collaborateurs de s'essayer à de nouvelles expériences et méthodes, et leur donnons l'occasion d'évoluer et d'apprendre afin de sortir de leurs modes de fonctionnement habituels (consultance chez O&O, RH, IT, marketing, etc.).

En 2011, Pami est devenu membre d'Agoria, la fédération de l'industrie technologique. Notre objectif est d'emmagasiner encore plus de connaissances spécialisées à l'avenir.

### 9.5. Gestion des compétences et évaluation

Notre vision et nos ambitions quant à ce que nous voulons représenter sur le marché du mobilier de bureau sont sans équivoque. Pour concrétiser les objectifs posés, il est indispensable de pouvoir s'appuyer sur les compétences bien aiguisées de tous nos collaborateurs. À l'aide d'un modèle de compétences concret, nous voulons nous assurer que les profils et compétences que nous attirons, développons et rémunérons correspondent parfaitement à nos ambitions professionnelles.

Le **modèle de compétences** que nous avons développé se fonde sur notre vision, nos valeurs, notre culture d'entreprise et nos processus d'évaluation existants. Après un vaste sondage auprès de la direction, nous avons réuni ces matières en un ensemble limité et cohérent de compétences, qui s'applique à chacun. Il y est question du travail en équipe, de la flexibilité, du souci du client, de l'assiduité, de l'engagement, de la qualité, du travail éthique, de l'aptitude à diriger, etc. Il va de soi que l'importance des compétences varie selon le rôle et la fonction endossés par le collaborateur au sein de Pami.

Lors du recrutement, nous sommes ainsi en mesure d'évaluer objectivement les candidats sur la base de cet ensemble déterminé de compétences générales et spécifiques. Il est en effet parfaitement possible de comparer les exigences inhérentes à une fonction au profil du candidat. Le modèle de compétences nous autorise de plus à identifier les besoins en formation pour une fonction spécifique, et à stimuler la croissance personnelle. Il forme en outre le parfait fil rouge des **entretiens d'évaluation**, car il permet de dresser le bilan des compétences spécifiques à une fonction et des compétences comportementales, d'une part, et de les évaluer, d'autre part.

En adoptant une approche structurée de la gestion des compétences au sein de ce vaste domaine, Pami entend apporter une plus-value à la politique suivie en matière de RH et créer un langage commun. Nous voulons hisser chacun de nos collaborateurs vers un niveau supérieur, encourager le dépassement de soi. Une telle philosophie nous permet de bâtir ensemble une politique de carrière pertinente pour tous les membres de notre personnel. Nous avons appliqué cette méthode de travail pour la première fois en 2011, et pouvons d'ores et déjà déduire, à la lumière des entretiens menés, que la flexibilité, la passion et la collégialité sont des compétences clés très présentes au sein de Pami. Et puisque nos résultats sont un peu moins satisfaisants sur le plan de l'innovation, nous avons immédiatement fait de l'amélioration à ce niveau un objectif durable.

L'innovation a été davantage mise en lumière lors des entretiens d'évaluation et, en collaboration avec la Haute École PXL, nous avons réalisé une enquête sur le comportement innovant. Notre département commercial a été mis à l'épreuve et nous avons directement remarqué que la voie empruntée portait ses fruits. Nous essayons, en mettant différents groupes de travail en place, de donner un forum à notre personnel afin de lancer des idées et de les impliquer dans la concrétisation de ces idées.

Nous avons créé des équipes d'amélioration sur le terrain. Les collaborateurs sont toujours impliqués dans les améliorations des processus.

## 9.6. Diversité

Figure 9.7. - Ventilation hommes/femmes

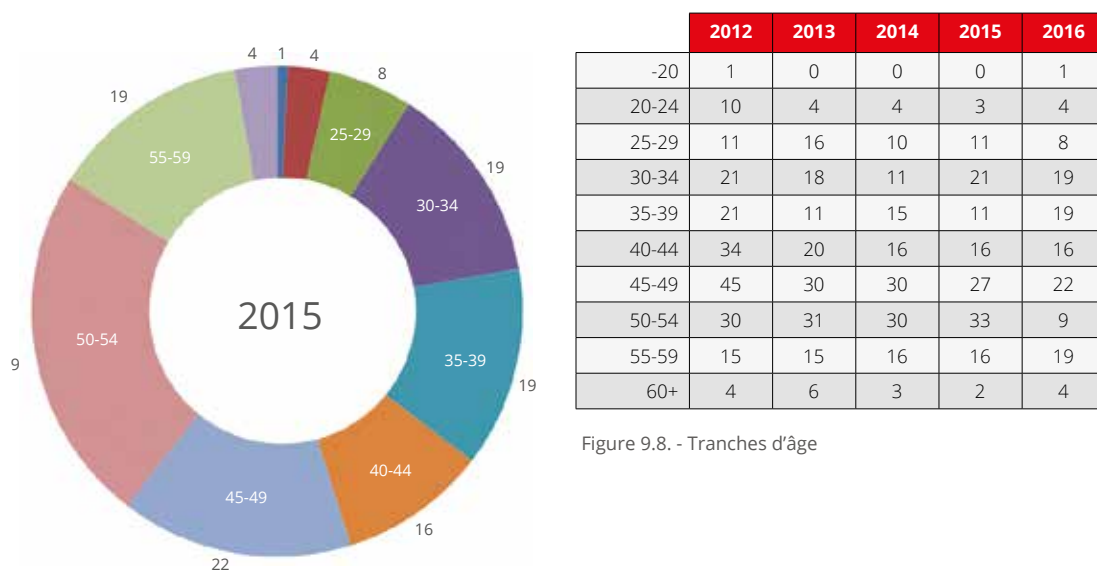
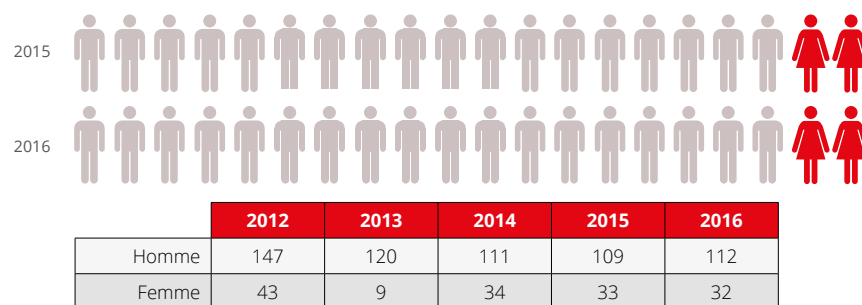


Figure 9.8. - Tranches d'âge

Dans le cadre de la CCT 104, qui stipule que chaque entreprise doit établir un plan d'emploi pour les plus de 45 ans, nous avons décidé d'ouvrir ce plan à tous les travailleurs avec comme focus principal et comme objectif « **l'employabilité durable** ». Dans notre vision, une politique du personnel liée à l'âge ne commence pas à l'âge de 45 ans, mais au début de la carrière.

### Le plan s'étale sur 4 ans et comprend les points d'action suivants :

1. Développement des compétences et qualifications des travailleurs, y compris de l'accès à la formation.
  - Former les dirigeants au coaching lié à l'âge, leur apprendre à mener des entretiens de carrière, diriger de manière valorisante, évaluer.
  - Augmenter l'employabilité flexible des travailleurs grâce à l'élargissement des tâches et à la rotation horizontale.
  - Organiser le transfert de connaissances grâce au mentorat, aux réseaux d'apprentissage et à l'apprentissage en alternance.
2. Développement de carrière et accompagnement de carrière au sein de l'entreprise.
  - Mener des entretiens de carrière avec des ouvriers et des employés.

### 3. La santé du travailleur, la prévention et l'élimination des obstacles physiques et psychosociaux à la poursuite du travail.

- Accent sur l'ergonomie : organisation du lieu de travail, étude des outils de levage.
- Développement de matériel plus léger et montage plus simple.

### 4. Systèmes d'agrément des compétences acquises.

- Achat de logiciels pour un meilleur enregistrement et suivi des formations.

### 5. Augmentation du plaisir et de l'implication sur le lieu de travail.

- Coaching apprécitif.
- Ateliers d'innovation.
- Création de groupes de travail thématiques.

Notre groupe possède des collaborateurs très fidèles. À l'heure actuelle, notre effectif compte plus de 50 % de travailleurs de plus de 45 ans. Dans le **plan de diversité**, nous voulons réellement nous focaliser sur l'employabilité durable et la politique du personnel liée à l'âge. Dans une première phase, nous voulons générer des informations supplémentaires auprès de nos collaborateurs en organisant des entretiens de carrière. Nos dirigeants sont formés et coachés afin de mener ces entretiens de manière professionnelle et orientée sur les résultats. Des actions seront formulées pour renforcer la faculté de travail, la capacité de travail et l'envie de travailler.

Dans l'intervalle, nous avons envoyé nos jeunes dirigeants en formation, des entretiens de coaching sont menés régulièrement et nous organisons des sessions d'intervision afin d'actualiser les connaissances acquises et d'aborder ensemble des exemples pratiques.

Nos formations sont enregistrées dans un logiciel de sorte que nous puissions assurer un meilleur suivi des personnes et de leurs compétences acquises.

#### 9.7. Enquête de satisfaction

À quel point nos collaborateurs sont-ils réellement happy@work ? Pami essaie d'être constamment à l'écoute, de remettre les choses en question et d'en tirer des leçons utiles. Aussi, nous avons également décidé de mener régulièrement une enquête de satisfaction auprès de nos collaborateurs. Nous en analysons les résultats en fonction des éventuelles actions et mesures concrètes entreprises. En 2014, nous avons décidé de remplacer l'enquête de satisfaction écrite classique par une enquête plus approfondie sous la forme d'un atelier de deux jours sur le thème de la satisfaction professionnelle. Quelque 25 personnes y ont participé, des représentants de tous les départements et de toutes les couches de notre organisation. Ils ont formulé ensemble les piliers qui permettent aux travailleurs d'exercer leur fonction avec plaisir et conviction. Sur cette base, nous avons mis en place quatre groupes de travail qui se sont penchés sur ces thèmes.

À la suite des réactions très positives des participants à l'atelier, nous avons organisé, six mois plus tard, une deuxième version plus courte pour tous nos travailleurs. Cette deuxième session a essentiellement confirmé que les piliers sur lesquels nous travaillions dans l'intervalle étaient corrects.

Nous avons alors lancé une nouvelle enquête de satisfaction au début de l'année 2016. Tous les thèmes relatifs au « travail chez Pami » ont à nouveau été abordés et sondés : politique salariale, communication, garantie d'emploi, environnement, ambiance, formation, implication, motivation, etc. La préoccupation relative aux modifications dans l'économie a été le principal aspect mis en avant.

Bien entendu, il est indispensable pour une entreprise de sécuriser économiquement son avenir. C'est pourquoi nous avons lancé, en collaboration avec Deloitte, une analyse approfondie des marchés du futur pour lesquels un plan stratégique sera mis au point. L'accessibilité des dirigeants et des RH reste très appréciée, mais présente une baisse évidente par rapport à l'enquête précédente. Nous avons dès lors estimé qu'il s'agissait d'un point d'attention. Un coaching et des parcours de formation supplémentaires pour les dirigeants sont en cours dans cette optique. Les collaborateurs éprouvent un besoin important d'opportunités d'évolution. Nous ne pouvons que nous en réjouir. Étant donné que nous souhaitons obtenir un meilleur aperçu au niveau individuel, nous allons organiser une enquête plus approfondie pour pouvoir répondre à cette demande de manière adéquate. Enfin, les collaborateurs ont souhaité être encore mieux informés du quotidien de l'entreprise. Le plan de communication sera adapté en conséquence et prévoira davantage de moments de communication informelle au niveau des départements, ce qui permettra à l'information de parvenir plus rapidement chez chaque collaborateur.

GRI 4.13.

## 10. CONTRIBUTION SOCIALE

Pami aspire à apporter une contribution positive à la société, et ce, à tous les niveaux. Dans la mesure du possible, nous contribuons aux objectifs sociétaux en mettant nos infrastructures à disposition et en mobilisant nos collaborateurs de manière constructive (voir 6.5. *Pami et la société*).

*La Chambre du Commerce du Limbourg et la province du Limbourg s'engagent, dans le cadre du projet « Techniekpromotie » à pallier le manque de jeunes scolarisés dans une filière technique. En effet, notre industrie dépend de la disponibilité de professionnels techniques et scientifiques. Mission : d'ici 2020, faire augmenter de 20 % les inscriptions dans des orientations scientifiques et techniques en motivant les élèves, les parents et les enseignants. Ils veulent en outre convaincre les décideurs de l'importance sociétale de la technique. En organisant la FIRST® LEGO® League, ils souhaitent, en collaboration avec 44 entreprises limbourgeoises dont Pami, stimuler le talent chez les jeunes de 11 à 12 ans et créer une attitude positive envers la technique. En effet, notre bien-être dépend de l'industrie. Les entreprises sont créatrices d'emplois. Les entreprises innovantes et créatives attirent de nouveaux investissements et offrent un avenir à nos jeunes.*

### **Rotary Overpelt - Limbourg du Nord**

Hendrik Essers, président sortant

### **Voka - Chambre de commerce du Limbourg**

Hendrik Essers, vice-président

### **VKW Limbourg**

Lode Essers, président d'honneur, membre du comité de direction et du conseil d'administration

### **FEB**

Lode Essers, membre du comité de direction

### **Agoria**

Membre du conseil d'administration



## 11. LE DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS POUR ET PAR DES PERSONNES

En collaboration avec nos clients, nos architectes d'intérieur créent le climat de travail parfait, adapté à chaque entreprise. Motivant pour les collaborateurs, propice aux résultats et positif pour l'ambiance. Nous avons pour ce faire recours à du mobilier contemporain, au travail sur mesure, à des solutions novatrices et des conceptions intelligentes. Réflexion et durabilité sont les maîtres mots de notre approche. À vos côtés, autour de la table de travail.

Nos clients ont le choix entre un assortiment standard de mobilier de bureau ou des créations sur mesure. Le client est toujours impliqué dans le projet, et a sa place autour du plan de travail.

- **Conception** : les entreprises grandissent, les collaborateurs évoluent et les bureaux changent. Au fil des années, nous avons appris que le meilleur mobilier de bureau est celui qui présente une conception flexible. Voilà pourquoi nous ne concevons que des produits qui s'adaptent au Nouveau monde du travail et aux besoins en évolution constante des utilisateurs.
- **Qualité** : notre usine de production ne travaille qu'avec les matières premières et produits finis de la meilleure qualité. La transformation de ces matériaux d'excellence est confiée à des machines de très haute technologie, tandis que le savoir-faire de nos collaborateurs fait le reste. Un système de contrôle intégral de la qualité garantit que chaque produit Pami passe haut la main les tests effectués au niveau des dimensions, de la sécurité, de la résistance et de la durabilité.
- **Ergonomie** : par nos créations, nous voulons permettre à chacun d'adopter une attitude confortable et ergonomique au travail. Notre mobilier répond dès lors aux normes européennes les plus strictes en ce qui concerne le réglage en hauteur, la classe de combustibilité, la réflexion, l'espace libre pour les jambes, etc.
- **Acoustique** : le silence est d'or dans le monde du travail. Du mobilier de bureau présentant une absorption acoustique optimale favorise la concentration des collaborateurs. Pensez aux cloisons acoustiques, aux éléments d'assise, aux armoires à portes coulissantes et aux cloisons arrière. Les propriétés acoustiques des matériaux ramènent le niveau de bruit à une limite acceptable.
- **Solution globale** : grâce à une offre étendue de produits à la conception réfléchie, nous pouvons servir la plupart des segments du marché. Avec l'aide de nos partenaires, nous réussissons toujours à créer de nouveaux espaces de travail, de réunion et de rencontre uniques.

Nous relevons ensemble le défi de la durabilité. En ce sens, tous nos produits sont conçus et fabriqués dans le respect des valeurs People, Planet & Prosperity.



## 12. VOTRE AVIS NOUS INTÉRESSE

L'avis et l'expérience de nos clients peuvent nous permettre d'améliorer encore notre service. Des expériences sont souvent partagées de manière indirecte via nos gestionnaires de compte, qui entretiennent chaque jour des contacts avec des clients. Il va sans dire que les plaintes sont enregistrées et font l'objet d'un suivi. Qui plus est, notre équipe de vente met tout en œuvre pour traiter et résoudre les questions et éventuelles plaintes aussi rapidement que possible. Diminuer le nombre de plaintes reste un point d'action dans notre politique !

Nous invitons aussi nos clients à participer librement à nos enquêtes de satisfaction. Chaque trimestre, nous contactons par téléphone les clients chez lesquels un projet a été mené à bien en leur demandant de prendre part à notre enquête.

Nous utilisons depuis peu le Net Promotor Score (NPS) qui permet d'interpréter facilement et clairement les résultats d'une enquête de satisfaction. Concrètement, la question suivante est posée au répondant : dans quelle mesure recommanderiez-vous Pami à vos amis/proches/collègues ?

- Promoteurs (score de 9 ou 10) : recommandent activement un fournisseur.
- Passifs (score de 7 ou 8) : recommandent surtout passivement un fournisseur.
- Détracteurs (score de 0 à 6) : ne recommanderont pas rapidement un fournisseur.

NPS = le % de Promoteurs - le % de Détracteurs. Le NPS n'est pas exprimé en pourcentage mais en chiffres absolus. Lors de la dernière enquête, Pami a obtenu un score de +32.

### **Que devons-nous encore améliorer ?**

Des enquêtes sont également organisées sur des sujets spécifiques relatifs à la Responsabilité sociale de l'entreprise. Comme prévu, ces sujets préoccupent fortement nos parties prenantes. Tout un chacun souhaite un meilleur avenir et des efforts permanents sont attendus dans notre chef.

Nos clients n'émettent aucun souhait particulier, mais donnent de bons scores en règle générale. La principale préoccupation se situe au niveau de la protection de la consommation. Rien d'étonnant, car il s'agit du sujet le plus concret pour ce groupe cible.

Les fournisseurs nous attribuent également une bonne note sans remarque ni souhait vis-à-vis des sujets RSE qui les touchent.

Nos collaborateurs sont également interrogés et les préoccupations des enquêtes précédentes se détachent à nouveau. La nécessité d'opportunités d'évolution au sein de Pami a clairement été mise en avant et la demande d'information de qualité sur le quotidien de l'entreprise démontre une grande implication dans l'entreprise.

### **Que peut-on faire ?**

Bien entendu, nous mettons tout en œuvre pour rencontrer ces souhaits. Nous avons notamment œuvré aux aspects suivants :

- La formation interne s'est améliorée. Des efforts supplémentaires ont toutefois encore été réclamés. Nous allons par conséquent les identifier par département/individu afin de pouvoir encore mieux répondre aux besoins.
- Nos collaborateurs sont mieux et plus largement impliqués dans les projets en cours : réunions d'information semestrielles, publication mensuelle d'une infolettre numérique interne, Pamirazzi, information sur des projets évalués, anniversaires, astuces, nouveaux collaborateurs... Ces informations sont par ailleurs diffusées en continu sur un écran dans le réfectoire.
- Notre site internet comprend désormais une rubrique informative où tout un chacun peut consulter des informations pertinentes d'un point de vue environnemental sur les produits. Une page a aussi été ajoutée sur le site internet « Réduire son empreinte » avec des informations spécifiques sur la phase end-of-life du mobilier de bureau.
- La formation d'écoconduite suivie par nos chauffeurs de camion a permis de faire diminuer la consommation de carburant nécessaire pour le transport.

### **Que devons-nous encore améliorer ?**

Pour commencer, nous allons approfondir certains souhaits exprimés dans les enquêtes. Protection de la consommation pour les clients, opportunités d'évolution pour les collaborateurs.

Nous souhaitons également garantir l'avenir économique de Pami en déployant le plan stratégique pour les nouveaux marchés.

## TABLEAU DES INDICATEURS GRI

FOURNITURE D'INFORMATIONS STANDARD PARTIE I : Profil		Traité dans
<b>1. Stratégie et Analyse</b>		
§	Description	
1.1	Une déclaration du conseil d'administration sur la pertinence du développement durable pour l'organisation et sa stratégie.	4
1.2	Description des impacts, risques et opportunités majeurs.	1
<b>2. Profil de l'organisation</b>		
2.1	Nom de l'organisation.	2
2.2	Principaux produits, marques et/ou services.	2
2.3	Structure opérationnelle de l'organisation, avec description des divisions, filiales et partenariats.	2
2.4	Siège de l'organisation.	2
2.5	Nombre de pays où l'organisation est implantée (et où les questions relatives au développement durable s'avèrent pertinentes).	2
2.6	Nature du capital et forme juridique.	2
2.7	Marchés où l'organisation opère (répartition géographique, secteurs desservis et types de clients).	2
2.8	Taille de l'organisation.	2
2.9	Changements significatifs de la taille, de la structure de l'organisation ou de son capital au cours de la période visée par le rapport.	2
2.10	Distinctions obtenues pendant la période visée par le rapport.	2
<b>3. Paramètres du rapport</b>		
3.1	Période considérée pour les informations fournies.	4
3.2	Date du dernier rapport publié.	-
3.3	Cycle considéré (annuel, biennal, etc.).	-
3.4	Personne à contacter pour toute question sur le rapport ou son contenu.	4
3.5	Processus de détermination du contenu du rapport, y compris : la pertinence, la matérialité, les parties prenantes.	-
3.6	Périmètre du rapport.	-
3.7	Limites spécifiques du champ ou du périmètre du rapport.	-
3.8	Principes adoptés pour la communication des données concernant les filiales, les partenariats, les installations en crédit-bail, les activités sous-traitées et les autres entités.	-
3.9	Techniques de mesure des données et bases de calcul, y compris les hypothèses à l'origine des estimations.	-
3.10	Explications des conséquences de toute reformulation d'informations communiquées dans des rapports antérieurs.	-
3.11	Changements significatifs, par rapport à la période couverte par les rapports antérieurs, du champ, du périmètre ou des méthodes de mesure utilisées dans le rapport.	2
3.12	Table des matières.	Index
3.13	Politique et pratique courante visant la validation du rapport par des personnes externes à l'organisation.	-
<b>4. Gestion, engagements et implication</b>		
4.1	Structure de gouvernance de l'organisation, y compris les comités relevant du plus haut organe de gouvernance.	5
4.2	Indiquer si le président du plus haut organe de gouvernance est également un administrateur exécutif.	5

4.3	Pour les organisations ayant un système de conseil d'administration à organe unique : indiquer le nombre d'administrateurs indépendants et/ou non exécutifs du plus haut organe de gouvernance.	5
4.4	Mécanismes permettant aux actionnaires et aux salariés de faire des recommandations ou transmettre des instructions au plus haut organe de gouvernance.	8
4.5	Lien entre les rémunérations des membres du conseil d'administration, des cadres (supérieurs) et des prestations (RSE) de l'organisation.	-
4.6	Processus mis en place par le conseil d'administration pour éviter les conflits d'intérêts.	-
4.7	Processus de détermination des qualifications et de l'expertise des membres du conseil d'administration pour la gestion de la stratégie RSE.	-
4.8	Missions et codes de bonne conduite définis en interne et pertinents vis-à-vis des prestations RSE, et état de leur mise en pratique.	6
4.9	Procédures définies par le conseil d'administration pour superviser les prestations RSE, notamment les risques, opportunités, ainsi que le respect des normes et principes internationaux.	-
4.10	Processus d'évaluation de la performance propre du conseil d'administration, notamment du point de vue des prestations RSE.	-
4.11	Explications quant à l'application du principe de précaution.	-
4.12	Chartes, principes et autres initiatives, d'origine extérieure en matière économique, environnementale et sociale, auxquels l'organisation a souscrit.	6
4.13	Affiliation à des associations (par exemple associations professionnelles) et à des organisations (inter)nationales de défense des intérêts.	6
4.14	Liste des groupes de parties prenantes pertinents pour l'organisation.	8
4.15	Base d'identification et de sélection des parties prenantes.	8
4.16	Approche des parties prenantes et fréquence des contacts.	8
4.17	Réponse de l'organisation aux principales questions et préoccupations soulevées lors du dialogue avec les parties prenantes.	11

### **FOURNITURE D'INFORMATIONS STANDARD PARTIE II : Approche de gestion**

G3 DMA	Description	
DMA EC	Déclaration sur l'approche de gestion EC	
DMA EN	Déclaration sur l'approche de gestion EN	
DMA LA	Déclaration sur l'approche de gestion LA	
DMA HR	Déclaration sur l'approche de gestion RH	
DMA SO	Déclaration sur l'approche de gestion SO	
DMA PR	Déclaration sur l'approche de gestion PR (responsabilité face aux produits)	

### **FOURNITURE D'INFORMATIONS STANDARD PARTIE III : Indicateurs de prestation**

<b>Économique</b>		
EC1	Valeurs économiques directes créées et distribuées, incluant les produits, les coûts opérationnels, les rémunérations des salariés, les donations et autres investissements pour les communautés, les résultats mis en réserve, les versements aux bailleurs de fonds et aux pouvoirs publics.	3
EC2	Implications financières et autres risques et opportunités pour les activités de l'organisation liées aux changements climatiques.	-
EC3	Étendue de la couverture des obligations relatives au plan de retraite à prestations définies de l'organisation.	-
EC4	Aide financière importante reçue des pouvoirs publics.	3

EC5	Ventilation des ratios comparant le salaire d'entrée de base et le salaire minimum local sur les principaux sites opérationnels.	-
EC6	Politique, méthodes et part des dépenses réalisées avec les fournisseurs locaux sur les principaux sites opérationnels.	-
EC7	Procédures d'embauche locale et proportion de cadres dirigeants embauchés localement sur les principaux sites opérationnels.	-
EC8	Développement et impact des investissements en matière d'infrastructures et de services, principalement publics, réalisés via une prestation commerciale, en nature ou à titre gratuit.	-
EC9	Compréhension et description des impacts économiques indirects significatifs, y compris leur importance.	10
<b>Environnement</b>		
EN1	Quantité totale de matière utilisée en poids ou en volume.	7
EN2	Pourcentage des matières consommées qui sont d'origine recyclée.	7
EN3	Consommation d'énergie directe répartie par source d'énergie primaire.	7
EN4	Consommation d'énergie indirecte répartie par source d'énergie primaire.	7
EN5	Énergie économisée grâce aux économies et aux améliorations en termes d'efficacité.	7
EN6	Initiatives pour fournir des produits et des services reposant sur des sources d'énergie renouvelable ou à rendement amélioré.	7
EN7	Initiatives pour réduire la consommation d'énergie indirecte et réductions obtenues.	7
EN8	Volume total d'eau prélevé, par source.	7
EN9	Sources d'approvisionnement en eau significativement touchées par les prélèvements.	-
EN10	Pourcentage et volume total d'eau recyclée et réutilisée.	7
EN11	Emplacement et superficie des terrains détenus, loués ou gérés au sein ou dans le voisinage d'aires protégées et de zones riches en biodiversité en dehors de ces aires protégées.	-
EN12	Description des impacts significatifs des activités, produits et services sur la biodiversité des aires protégées ou des zones riches en biodiversité en dehors de ces aires protégées.	-
EN13	Habitats protégés ou restaurés.	-
EN14	Stratégies, mesures en cours et plans futurs pour la gestion des impacts sur la biodiversité.	-
EN15	Nombre d'espèces menacées figurant sur la liste rouge mondiale de l'UICN et sur son équivalent national et dont les habitats se trouvent dans des zones affectées par des activités, par niveau de risque d'extinction.	-
EN16	Émissions totales, directes et indirectes, de gaz à effet de serre, en poids.	7.4
EN17	Autres émissions indirectes pertinentes de gaz à effet de serre, en poids.	-
EN18	Initiatives pour réduire les émissions de gaz à effet de serre et réductions obtenues.	-
EN19	Émissions de substances appauvrissant la couche d'ozone, en poids.	-
EN20	Émissions de NO, SO et autres polluants atmosphériques, par type et par poids.	-
EN21	Rejet total d'eaux usées, par type et par destination.	7.5
EN22	Masse totale des déchets, par type et par mode de traitement.	7.2
EN23	Nombre total et volume des déversements significatifs.	7.5
EN24	Poids des déchets jugés dangereux selon les dispositions de la Convention de Bâle, Annexes I, II, III et VIII, qui ont été transportés, importés, exportés ou traités, et pourcentage des déchets transportés aux fins de livraisons à l'échelle internationale.	7.2

EN25	Identification, taille, statut de protection et valeur en termes de biodiversité des cours d'eau et des habitats connexes qui sont touchés de manière importante par les rejets d'eaux usées et le ruissellement attribuables à l'organisation.	-
EN26	Initiatives pour atténuer les impacts environnementaux des produits et des services, et portée de cette compensation.	-
EN27	Pourcentage de produits vendus et dont l'emballage est récupéré, par catégorie.	7.3
EN28	Montant des amendes importantes et nombre total des sanctions non pécuniaires reçues pour non-respect des lois et règlements sur l'environnement.	-
EN29	Impacts environnementaux significatifs du transport des produits, autres marchandises et matières utilisés par l'organisation dans le cadre de son activité et du transport des membres de son personnel.	-
EN30	Total des dépenses et investissements en protection de l'environnement, par type.	-
<b>Social : conditions de travail et travail décent</b>		
LA1	Effectif total par type d'emploi, contrat de travail et zone géographique.	9
LA2	Ampleur totale et vitesse de la rotation du personnel par tranche d'âge, sexe et région.	9
LA3	Prestations versées/avantages octroyés aux salariés à temps plein, qui ne sont pas versés aux intérimaires, ni aux salariés à temps partiel, par activités majeures.	-
LA4	Pourcentage de salariés couverts par une convention collective de travail.	-
LA5	Délai(s) minimum(s) de préavis en cas de changements opérationnels. Indiquer si ces délais sont prescrits dans des conventions collectives.	-
LA6	Pourcentage de l'effectif total représenté dans des comités mixtes officiels de membres de la direction et de travailleurs, qui contribuent au contrôle et à la fourniture d'avis sur les programmes de santé et de sécurité au travail.	8
LA7	Taux d'accidents du travail, de maladies professionnelles, d'absentéisme, nombre de journées de travail perdues et nombre total d'accidents du travail mortels, par zone géographique.	9
LA8	Programmes d'éducation, de formation, de conseil, de prévention et de maîtrise des risques mis en place pour aider les salariés, leur famille ou les membres des communautés locales en cas de maladie grave.	-
LA9	Questions de santé et de sécurité couvertes par des ententes formelles avec les syndicats.	9
LA10	Nombre moyen d'heures de formation par an, par salarié et par catégorie professionnelle.	-
LA11	Programmes de développement des compétences et de formation tout au long de la vie destinés à assurer l'employabilité des salariés et à les aider à gérer leur fin de carrière.	9
LA12	Pourcentage des salariés bénéficiant d'entretiens d'évaluation et d'évolution de carrière réguliers.	9
LA13	Composition des organes de gouvernance et répartition des salariés par sexe, tranche d'âge, appartenance à une minorité, et autres indicateurs de diversité.	-
LA14	Rapport entre le salaire de base des hommes et celui des femmes par catégorie professionnelle.	-
<b>Social : droits de l'homme</b>		
HR1	Pourcentage et nombre total des contrats d'investissement importants qui comprennent des clauses relatives aux droits de la personne ou qui ont fait l'objet d'une vérification relative aux droits de la personne.	6
HR2	Pourcentage de fournisseurs et de sous-traitants majeurs dont le respect des droits de l'homme et les mesures prises ont fait l'objet d'un contrôle.	6
HR3	Nombre total d'heures consacrées à la formation du personnel sur les politiques et procédures visant les aspects des droits de l'homme qui sont pertinents pour les activités de l'organisation, et pourcentage des salariés formés.	-
HR4	Nombre total d'incidents de discrimination et mesures prises.	-
HR5	Activités identifiées au cours desquelles le droit à la liberté syndicale et à la négociation collective risque d'être menacé ; mesures prises pour assurer ce droit.	-
HR6	Activités identifiées comme présentant un risque significatif d'incidents impliquant le travail des enfants ; mesures prises pour éviter le travail des enfants.	-



HR7	Activités identifiées comme présentant un risque significatif d'incidents relatifs au travail forcé ou obligatoire ; mesures prises pour éviter le travail forcé ou obligatoire.	-
HR8	Pourcentage du personnel de sécurité ayant été formé sur les politiques ou procédures de l'organisation relatives aux aspects des droits de la personne qui sont pertinents pour les activités de l'organisation.	-
HR9	Nombre total d'incidents impliquant la violation des droits des populations autochtones et mesures prises.	-
<b>Social : indicateurs sociaux</b>		
SO1	Nature, portée et efficacité de tout programme et pratique d'évaluation et de gestion des impacts des activités sur les communautés, y compris au stade d'implantation, d'exploitation et de cessation.	-
SO2	Pourcentage et nombre total d'unités d'exploitation analysées quant aux risques liés à la corruption.	-
SO3	Pourcentage de salariés formés aux politiques et procédures anti-corruption de l'organisation.	-
SO4	Mesures prises en réponse à des incidents de corruption.	-
SO5	Affichage politique, participation à la formulation des politiques publiques et lobbying.	-
SO6	Total des contributions versées en nature et en espèces aux partis politiques, hommes politiques et institutions connexes, par pays.	-
SO7	Nombre total des procédures légales visant des comportements anticoncurrentiels, des infractions aux lois antitrust et des pratiques monopolistiques, et leurs résultats.	-
SO8	Montant des amendes importantes et nombre total des sanctions non pécuniaires reçues pour non-respect des lois et règlements.	-
<b>Social : responsabilité du fait des produits</b>		
PR1	Étapes du cycle de vie où sont évalués en vue de leur amélioration les impacts des produits et des services sur la santé et la sécurité, et pourcentage de catégories de produits et de services significatives soumises à ces procédures.	-
PR2	Nombre total d'incidents de non-conformité aux réglementations et aux codes volontaires concernant les impacts sur la santé et la sécurité des produits et des services, par type de résultat.	-
PR3	Type d'information sur les produits et les services requis par les procédures et pourcentage de produits et de services significatifs soumis à ces exigences d'information.	-
PR4	Nombre total d'incidents de non-conformité aux réglementations et aux codes volontaires concernant l'information sur les produits et les services et leur étiquetage, par type de résultat.	-
PR5	Politique relative à la satisfaction client et notamment résultats des enquêtes de satisfaction client.	11
PR6	Programmes pour le respect des lois, normes et codes volontaires relatifs à la communication marketing, y compris la publicité, la promotion et le parrainage.	-
PR7	Nombre total d'incidents de non-conformité aux réglementations et aux codes volontaires relatifs à la communication marketing, y compris la publicité, la promotion et le parrainage, par type de résultat.	-
PR8	Nombre total de plaintes fondées pour atteinte à la vie privée des clients et de perte de données relatives aux clients.	-
PR9	Montant des amendes significatives encourues pour non-respect des lois et des réglementations concernant la mise à disposition et l'utilisation des produits et des services.	-

## Glossaire

Directive RoHS : RoHS signifie « Restriction of Hazardous Substances ».

Cette directive vise à limiter l'utilisation de 6 substances dangereuses, dont le plomb, au sein de l'industrie électronique.

REACH : le REACH est un système pour l'enregistrement, l'évaluation et l'autorisation des produits chimiques produits ou importés au sein de l'Union européenne. REACH signifie « Registration, Evaluation and Authorisation of CHemicals ». Le règlement est entré en vigueur le 1er juin 2007.

VITO : institut flamand pour la recherche technologique (Vlaams Instelling voor Technologisch Onderzoek)

CPPT : Comité pour la Prévention et la Protection au Travail

GRI : Global Reporting Initiative

# WORKSPACE DESIGNERS