

AUTO PORTRAIT

D'UNE

DÉMARCHE PLUS RESPONSABLE

• RAPPORT DÉVELOPPEMENT RESPONSABLE 2011 •



L'ÉDITO D'ÉRIC GIRARD

Directeur Général CARGLASS®

Quand j'ai décidé de structurer la démarche Développement Responsable, j'avais la conviction profonde qu'agir dans la voie de la Responsabilité Sociétale des Entreprises était vital au développement de CARGLASS®. Cette construction s'est appuyée sur l'écoute des attentes de nos partenaires, fournisseurs et collaborateurs, sur l'élaboration d'un solide plan d'actions et sur la définition d'objectifs ambitieux. Cette démarche pragmatique s'est révélée dynamique et profondément ancrée dans notre façon de travailler.

Cette conviction se voit désormais renforcée par les résultats que nous avons obtenus en 2011 et que ce rapport vous présente.

Ils démontrent que notre engagement responsable est une force pour CARGLASS®. Les valeurs humaines de notre entreprise ont plus que jamais été révélées. La gestion de nos projets s'est considérablement enrichie grâce à une nouvelle prise en compte d'enjeux plus globaux. La rapide appropriation de la démarche par les équipes a su prouver l'évidence de ces enjeux pour CARGLASS®.

**Les réalisations de cette année
appartiennent aux équipes de CARGLASS®
qui se sont mobilisées avec passion et plaisir :
je leur en suis reconnaissant.**

Si toutes les actions menées méritent un regard attentionné, je suis particulièrement fier de trois d'entre elles : le nouveau concept de nos centres qui intègre les principes du Développement Responsable, les actions de prévention pour la santé et la sécurité de nos collaborateurs et les opérations de solidarité montées tout au long de l'année. Ces actions illustrent bien qu'un engagement responsable est un investissement, pour aujourd'hui et pour demain, qui participe à la mutation de notre entreprise.

Par ailleurs, l'accueil que nos parties prenantes externes ont réservé à notre démarche nous donne toute confiance en l'avenir, notamment la note de 7/10 attribuée par ÉcoVadis. Cette appréciation met en lumière le formidable parcours réalisé depuis deux ans et nous encourage à poursuivre notre travail pour nous améliorer encore.

Enfin, dorénavant impliqués dans un cercle vertueux, nous sommes plus que jamais responsables face à nos parties prenantes. Nous ne sommes plus seuls face à nos engagements. Nos collaborateurs sont engagés (66% de nos collaborateurs déclaraient en décembre 2011 intégrer le Développement Responsable dans leurs décisions et actions au quotidien⁽¹⁾). Nos fournisseurs intègrent nos demandes en matière de RSE. Nos partenaires assureurs, mutuelles et grands comptes entreprises sont de plus en plus nombreux à nous auditer et nos échanges sur ces enjeux sont constructifs. Quant aux automobilistes, ce sont des consommateurs de plus en plus avertis et sensibles à ces enjeux incontournables. Ils sont de fait plus exigeants, attendant ainsi de nous un engagement réel sur nos services. En 2011, un Français sur deux associait CARGLASS® au Développement Durable⁽²⁾.

Ainsi, c'est ensemble, avec nos collaborateurs, nos clients, nos partenaires, nos fournisseurs, que l'enjeu du Développement Responsable se joue désormais. ■

(1) Source Inergie Opinion pour CARGLASS® - Baromètre interne - décembre 2011

(2) Source Ifop - Baromètre du Développement Durable 2011





SOMMAIRE



PAGE 4

CARGLASS® & BELRON® EN 2011

PAGE 6

**2011 EN ACTIONS
COLLABORATEURS, ENTREPRISE & SOCIÉTÉ**

PAGE 10

**2011 EN ACTIONS
SERVICES & PRODUITS RESPONSABLES**

PAGE 14

**2011 EN ACTIONS
INFRASTRUCTURES & LOGISTIQUE**

PAGE 18

INITIATIVES DES COLLABORATEURS

PAGE 22

7 PROJETS POUR 2012

PAGE 23

TABLEAU DES INDICATEURS

CARGLASS® & BELRON®

2011 : TRANSFORMER LA DIFFICULTÉ EN EXCELLENCE

Pour affirmer toujours plus fortement notre différence, nous poursuivons nos actions pour placer **l'excellence technique et la qualité de service au cœur de notre activité**. Une stratégie qui, malgré un contexte défavorable en raison des conditions climatiques et des changements de comportements des Français, a continué d'étoffer et de faire avancer notre démarche de Développement Responsable. Elle s'affirme comme un des fondements de notre croissance et de notre qualité de service, de plus en plus en adéquation avec nos valeurs et reconnue comme tel.

1 bonne dose d'innovation, 2896 collaborateurs accueillants et motivés

Une offre de garantie à vie : ce degré d'engagement est rendu possible par celui de nos 2896 collaborateurs qui s'attachent à être définitivement meilleurs et créateurs de valeurs. Pour cela, nous mettons à leur disposition :

- **Des formations** (100 000 heures en 2011) développant leurs compétences et leurs parcours.
- **Des innovations** soutenues notamment par le Groupe BELRON®. Ainsi, le développement en 2011 d'une nouvelle résine exclusive, plus résistante que les résines existantes aujourd'hui sur le marché, ou un nouvel appareil de levage permettant aujourd'hui à nos techniciens d'installer seuls de larges pare-brise : plus rapide pour nos clients, sans danger et avec moins d'efforts pour nos Techniciens Vitrage.

**Objectif : devenir le
« choix naturel et responsable »
des automobilistes.**

- **Des outils de mesure de satisfaction client** pour être le choix naturel. Depuis 2008, nous la mesurons avec l'outil Net Promoteur Score (NPS), qui permet à nos clients de nous évaluer en nous attribuant une note de recommandation et d'ajouter des commentaires sur notre service. Ces retours nous permettent de réorienter ou d'enrichir nos services pour mieux répondre à leurs attentes.

Mieux identifier les besoins, pour mieux y répondre

Cette année 2011 a vu le développement de services pour nos clients :

- **CARGLASS® Specials**, service dédié aux véhicules professionnels et industriels supérieurs à 3,5 tonnes (poids lourds, bus, trains, engins agricoles et BTP), nécessitant expertise technique, réactivité et mobilité accrues de nos équipes.
- **Des services sur-mesure et des procédures administratives simplifiées** pour tous, grâce à des partenariats conclus sur le long terme avec des assureurs et des gestionnaires de flotte. Nous assurons ainsi les prises en charge, de A à Z, avec des réponses personnalisées selon les souhaits et besoins des partenaires.



Des conditions de travail plus confortables, des matériaux plus résistants, comme notre nouvelle résine.

BELRON® & CARGLASS® : LA SYNERGIE D'UN GROUPE INTERNATIONAL

CARGLASS® est une filiale du Groupe BELRON®, implanté dans le monde entier sous diverses marques. Notre appartenance au Groupe nous offre la puissance de partenariats internationaux (notamment avec les plus grands fabricants verriers du monde) tout en préservant les initiatives locales, pour une réponse toujours en adéquation avec les attentes de tous nos clients. Notre démarche Développement Responsable fait d'ailleurs partie de ces initiatives créatrices de valeurs.

BELRON® en 2011 :

- **5 continents**, dans **33 pays**
- **25 000 employés** (**1 300 centres**, **12 500 techniciens**, **8 000 véhicules ateliers**)
- **121 000 interventions** à domicile par semaine
- **1 intervention** toutes les 3 secondes (soit 9,4 millions/an)
- **9 600 pare-brise** réparés chaque jour
- Plus de **150 accords** pour des actions de solidarité

CARGLASS® en 2011 :

- **230 centres** de pose en France métropolitaine
- **2 896 collaborateurs**, dont 11% ont moins de 25 ans
- **600 véhicules ateliers** pour des interventions mobiles couvrant 98% du territoire français
- Un CA de **396,8 millions d'euros**
- **Plus d'un million** de clients
- **Plus d'un million** d'interventions (35% de réparations, 65% de remplacements)



DES EFFORTS, RÉCOMPENSÉS

2011 a permis d'avancer concrètement sur nombre des ambitions énoncées en 2010 lors du lancement de la démarche de Développement Responsable de CARGLASS®. Comment ont-elles été pilotées en interne et perçues en externe ? Regards croisés sur les résultats de cette année.

ALLER VERS PLUS DE CONCRET

Interview d'Éric Dodin, Directeur des Opérations et du Développement Responsable - CARGLASS®



La démarche Développement Responsable a deux ans. Où en est-elle aujourd'hui ?

Elle avance à grands pas. Bien évidemment jamais assez vite à notre goût, mais c'est toujours comme cela pour les projets qui portent de grandes ambitions : on voudrait tout, tout de suite !

Aujourd'hui, les enjeux sont identifiés et les actions terrain commencent à porter leurs fruits : la démarche passe d'une volonté affirmée à une opérationnalité visible et créatrice de valeur ajoutée, à long terme.

Tout d'abord, les chantiers lancés par le Comité Développement Responsable : 80% de nos engagements pris en 2010 ont été tenus, les autres sont en bonne voie. Ensuite, le formidable travail des Ambassadeurs qui relaient au quotidien les valeurs de la démarche auprès de tous. En décembre 2011, 66% de nos collaborateurs déclaraient intégrer les enjeux Développement Responsable dans leurs actions et décisions du quotidien⁽¹⁾. Enfin, la reconnaissance d'ÉcoVadis qui nous a attribué une note de 7/10, après seulement 2 ans de structuration de nos comportements. Une très belle récompense, pour un très bel effort commun !

Et concrètement, cela se traduit par quoi ?

De nombreuses actions ont été menées, facteurs de succès et de fierté : le déploiement d'un outil de Géolocalisation sur notre flotte de service à domicile, la Logistique Inversée (améliorant les flux logistiques pour éviter les retours à vide), ou des initiatives très fortes de solidarité remontées notamment lors de notre événement « Tous Responsables » et menées principalement de façon volontaire par nos collaborateurs et Ambassadeurs Développement Responsable. C'est également la réduction des

émissions de CO₂ par intervention vitrage de 11%, le déploiement du code de conduite, la montée en force de l'organisation Développement Responsable et la diffusion du rapport 2010, symbole fort de notre volonté et de la dynamique insufflée au sein de l'entreprise.

« La démarche est un pilier clé de la stratégie et de la pérennité. »

Quels sont les nouveaux enjeux dans un contexte économique tendu ?

La démarche Développement Responsable est, je le crois sincèrement, profondément installée au sein de CARGLASS®. Nos enjeux vont donc consister à consolider cet ancrage à travers plusieurs axes.

Le premier visera à transformer l'enthousiasme en démarches de solidification, telle la normalisation. Le second concerne la visibilité externe de ce que nous entreprenons à travers un travail rapproché avec les acteurs commerciaux, tant nous pensons que notre dynamique Développement Responsable, aussi jeune soit-elle, est un facteur de liens avec nos partenaires et clients. Enfin, l'appropriation de cette « évidence Développement Responsable » pour l'avenir de l'entreprise est encore à renforcer auprès de nos managers, véritables relais de nos stratégies.

Ces 3 axes forment une boucle vertueuse qui, bien en place, créera en effet de la valeur pour l'entreprise, ses partenaires et, impératif premier, ses collaborateurs, en demande et attente sur ce sujet. Les collaborateurs « Génération Y » qui rejoignent et rejoindront CARGLASS® n'ont aucun doute à avoir ! Le Développement Responsable fait partie de leur quotidien... Ils nous montrent le chemin ! ■

(1) Source baromètre interne Inergie Opinion pour CARGLASS®, décembre 2011, pourcentage de réponses « Tout à fait d'accord ».

UNE NOTE DE 7/10 D'ÉCOVADIS

Interview de Pierre-François Thaler, Managing Director d'ÉcoVadis



Quelle est la mission d'ÉcoVadis ?

ÉcoVadis est une plate-forme collaborative d'évaluation des entreprises en matière de développement durable pour le compte des grands donneurs d'ordre. Autrement dit, nous auditions et notons les entreprises prestataires sur leurs performances à la demande d'autres entreprises qui travaillent avec elles, dans le cadre de leur politique d'achats responsables.

Quelle évolution avez-vous notée dans la performance Développement Responsable de CARGLASS® ?

Un des objectifs des entreprises avec qui nous travaillons, c'est de voir qu'elles progressent dans leurs pratiques en matière de responsabilité sociale. À ce titre, la progression de

CARGLASS® (leur note est passée de 4/10 en 2009 à 7/10 en 2011), en si peu de temps, est exemplaire. CARGLASS® est un cas d'école, surtout dans son secteur d'activité.

Une telle progression prend beaucoup plus de temps en général. Cette note les a fait entrer parmi les 10% d'entreprises qui ont une excellente conduite en matière de Développement Responsable. Cela prouve que l'entreprise a su prendre en main le sujet, définir un plan adéquat, se doter d'une démarche structurée, mettre en œuvre des actions efficaces et mobiliser l'ensemble de ses collaborateurs.

Qu'est-ce que cette évolution signifie pour CARGLASS® ?

Avec une telle démarche, CARGLASS® a anticipé toutes les demandes réglementaires qui vont figurer dans le nouveau décret du Grenelle de l'Environnement. L'entreprise a pris de l'avance, c'est important pour sa compétitivité et sa pérennité. ■



COLLABORATEURS, ENTREPRISE & SOCIÉTÉ

CHIFFRES CLÉS 2011

2011 a été une année riche d'actions pour nos collaborateurs. Renforcement du plan Santé Sécurité, du programme Diversité (voir page 9), création d'un service d'assistanat social pour accompagner les collaborateurs dans les domaines de la santé, du budget, du logement, de la vie familiale, de la vie professionnelle, etc.



95% des collaborateurs déclarent avoir de bonnes relations avec leurs managers directs. Source Inergie Opinion pour CARGLASS® - Baromètre interne, décembre 2011.



199

Nombre
de collaborateurs
seniors (+ 45 ans)



22,21 %

Pourcentage
de femmes
employées



66/100

Score baromètre
interne sur la
satisfaction des
collaborateurs



608

Nombre de
collaborateurs
ayant bénéficié de
promotions internes



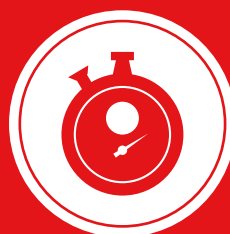
1,9 %

Pourcentage
de personnes
en situation
de handicap



0,86

Taux de gravité



31,38

Nombre d'heures
de formation
par collaborateur
en moyenne



177 000 €

Dons reversés
à l'Association
Petits Princes
et l'Association
Afrika Tikkun



NOS ACTIONS 2011



- ✓ **1. SIGNATURE D'UN ACCORD SUR L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE HOMMES-FEMMES** pour un engagement sur la rémunération effective, la classification et l'articulation entre l'activité professionnelle et l'exercice de la responsabilité familiale.
- ✓ **2. POLITIQUE DE GESTION PRÉVISIONNELLE DES EMPLOIS** : mise à jour de notre bible métiers effectuée. Bilans semestriels et annuels formalisés.
- ☐ **3. SIGNATURE D'UN ACCORD SUR LA PRÉVENTION DES RISQUES PSYCHO-SOCIAUX.** La signature de cet accord est reportée à 2012. Toutefois, des actions de formation ont été initiées pour les managers dès le dernier trimestre 2011.
- ✓ **4. POURSUITE DU PROGRAMME SOLIDARITÉ** et consolidation de notre soutien à nos deux partenaires : l'Association Afrika Tikkun et l'Association Petits Princes (voir page 8).
- ✓ **5. SENSIBILISATION EN INTERNE À NOTRE DÉMARCHE DÉVELOPPEMENT RESPONSABLE** : déploiement du rapport Développement Responsable 2010 auprès de toutes les directions. Information régulière auprès des Ambassadeurs Développement Responsable sur les actions menées.



SERVICE D'ASSISTANAT SOCIAL : 3 QUESTIONS À NOTRE EXPERTE

Interview de **Céline Langlois**

Directrice du Développement Ressources Humaines
et de l'Administration du Personnel
Courbevoie, CARGLASS®

Pourquoi avoir mis en place un service d'assistanat social au sein de CARGLASS® ?

De plus en plus de salariés venaient nous consulter pour les aider à résoudre leurs soucis financiers, de logement ou de vie personnelle et familiale. Il nous a paru important de leur apporter des réponses. C'est pourquoi nous avons fait appel à une assistante sociale de l'AIPSSIE (Association InterProfessionnelle de Service Social Inter Entreprises) qui peut répondre à leurs interrogations beaucoup plus facilement que nous. Elle est joignable par e-mail et téléphone. Présente sur le siège de Courbevoie un jour et demi par semaine, elle se déplace sur nos sites de Poitiers, Saint-Ouen-L'Aumône, Nîmes et partout en France quand la situation l'exige.

Outre leurs connaissances, les assistantes sociales ont des réseaux et peuvent donc faciliter l'accès aux différents organismes français d'aide et de soutien.

« C'est un avantage supplémentaire qu'une entreprise peut offrir à ses salariés. »

Quels sont les résultats observés ?

Cela fonctionne très bien. Nous avons de très bons retours. D'avril à décembre 2011, 87 salariés ont sollicité notre assistante sociale. Elle a réalisé 132 entretiens dont 67 en face à face, le reste par téléphone. 56% des entretiens ont nécessité un suivi, 44% portaient sur de l'information ponctuelle.

Comment voyez-vous l'avenir de ce service ?

Accueil, évaluation d'une situation, diagnostic, aide, accompagnement, suivi... Continuer est une évidence. Il est d'ailleurs prévu que l'assistante sociale participe, en plus, à la prévention des risques, afin d'anticiper le plus possible les éventuels problèmes. Parce que contribuer à une démarche de Développement Responsable, c'est aussi offrir à nos salariés un service qui les aide à mieux vivre leur quotidien, dans leur travail, mais aussi dans leur vie personnelle, à chaque fois qu'ils en ont besoin. ■



LA SOLIDARITÉ EN PARTAGE

Nos actions de solidarité se structurent en interne et s'orientent principalement en faveur de l'enfance.

Lancé en 2010, notre programme Solidarité avait pour but d'orchestrer et de mobiliser l'entreprise autour d'une ambition : faire vivre à des enfants malades, ou dans le besoin, une expérience inoubliable.

Pour y parvenir, CARGLASS® est devenue officiellement partenaire de l'Association Afrika Tikkun et de l'Association Petits Princes.

Association Afrika Tikkun : pour aider les enfants des Townships sud-africains

Cette Association caritative sud-africaine, parrainée par Nelson Mandela et soutenue par le Groupe BELRON®, vient en aide aux enfants défavorisés des Townships

et à leurs familles grâce à des programmes alimentaires, éducatifs, sociaux et de santé. En 2011, plus de 130 collaborateurs CARGLASS® ont participé à un triathlon à Londres : leurs collectes ainsi que l'abondement de l'entreprise ont permis de réunir 112 000 € pour l'Association.

Association Petits Princes : des rêves pour des enfants malades

L'Association a pour vocation de réaliser les rêves d'enfants gravement malades et leur donner une énergie supplémentaire pour se battre contre la maladie. Ce partenariat avec CARGLASS® prévoit le déploiement d'actions nationales ainsi que la possibilité d'organiser, en interne, des collectes locales de dons (voir page 20).



« La mobilisation et les collectes de fonds menées par les collaborateurs de CARGLASS® ont permis à BELRON® de reverser plus de 3,5 millions d'euros à l'Association. Ces fonds nous permettent de monter nos programmes et au nom de tous les enfants de nos centres, je les remercie très chaleureusement. »
Becky Lahey-Lean, responsable de projet Afrika Tikkun, BELRON®

UN ENGAGEMENT QUI DÉMANGE, QUI COURT ET QUI S'INVENTE

Interview de **Dominique Bayle**, Co-fondatrice, et de **Matthieu Jeanningros**, Directeur de la communication et des partenariats - Association Petits Princes



Quel bilan faites-vous de cette première année de partenariat ?

Dominique : Très positif. Avoir un partenaire engagé et fidèle comme

CARGLASS® est important.

D'autant plus que nous avons très vite tissé des liens forts avec l'entreprise, grâce à la mobilisation et à l'envie des équipes.

Quel regard portez-vous sur ce partenariat et sur l'engagement des collaborateurs de CARGLASS® ?

Matthieu : Nous avons été sensibles au fait que CARGLASS® nous choisisse pour sa première démarche de mécénat. Nous avons tout de suite ressenti l'engagement de tout le monde, de la direction aux collaborateurs : une telle mobilisation est assez rare. C'est grâce à cette belle complicité que nous construisons ensemble les actions et les partenariats.

Dominique : Dès la première année, CARGLASS® est devenue un des partenaires les plus importants, tant au niveau de l'engagement et du soutien des équipes, que des fonds versés à l'Association. Cette belle confiance nous donne toujours plus d'énergie pour réaliser les rêves des enfants.

Quelles ont été les principales opérations ?

Matthieu : En juin 2011, des collaborateurs sont venus courir lors de la course de Vincennes pour l'Association Petits Princes. À l'automne, un concours de dessins pour les enfants des collaborateurs a été organisé sur le thème « Dessine ton rêve ». Pour chacun des 228 dessins envoyés, l'entreprise s'engageait à reverser 30 € à l'Association. Les plus beaux dessins ont été utilisés pour le calendrier 2012 vendu, à 721 exemplaires, aux collaborateurs de CARGLASS® ainsi qu'à leurs clients dans les centres de pose.

Pouvez-vous nous donner quelques exemples de rêves ?

Dominique : Récemment, des enfants

ont pu aller à New York, d'autres nager avec des dauphins, une petite fille va prochainement rencontrer des loups, une autre a été invitée au Festival de Cannes, enfin un petit garçon vient de rencontrer le champion américain d'origami... Cette année, nous fêtons nos 25 ans et depuis la création de l'Association, nous avons pu réaliser plus de 4 000 rêves grâce à une chaîne de solidarité dont CARGLASS® est très rapidement devenue un acteur important.



En 2011, la mobilisation nationale de CARGLASS® a permis de verser plus de 65 000 € à l'Association Petits Princes. ■



PROGRAMME DIVERSITÉ : COLLABORER AVEC LE SECTEUR PROTÉGÉ

Interview de **Patrick Faccio**,
Directeur ESAT « Les Pierres Fauves » - Vitrolles

Quelle est la mission de votre ESAT ?

Établissement médico-social, Les Pierres Fauves accueille des personnes en situation de handicap, pour les aider dans leur insertion professionnelle et sociale.

Il permet à ses résidents de dépasser les contraintes de la vie quotidienne qu'ils ne peuvent assumer seuls, comme exercer un travail, percevoir un salaire et l'ensemble des avantages sociaux afférents, mais aussi mener de façon autonome leurs démarches personnelles, prendre confiance en eux, progresser professionnellement, etc.

Depuis quand travaillez-vous avec CARGLASS® et comment cela se traduit-il ?
En 2010, nous avons détaché sur le centre

de pose de Marignane une personne handicapée de notre centre, qui a fait plusieurs missions de juin à septembre 2010, puis d'avril à juillet 2011. Depuis, compte tenu de son handicap, la personne n'a pas souhaité continuer. Cela arrive très fréquemment. Les équipes de CARGLASS® lui ont pourtant réservé le meilleur accueil pour que cela se passe bien.

Êtes-vous prêt à poursuivre cette collaboration avec CARGLASS® ?

Bien entendu ! D'autant plus qu'aujourd'hui, nous avons des profils qui pourraient s'inscrire davantage dans la durée et qui pourraient de surcroît être suivis par un éducateur. ■

MISSION HANDICAP

➤ **Un accompagnement auprès de collaborateurs en situation de handicap** : intégration de nouveaux collaborateurs, accompagnement dans les démarches de reconnaissance, aménagements de poste, etc.

➤ **Une communication dynamique à destination des équipes et du management** : une sensibilisation par le théâtre réalisée en octobre 2011, des formations, des e-mails pour mettre fin aux idées reçues.

(Opérations menées dans le cadre de la convention AGEFIPH)

CONFORT AU TRAVAIL : FOCUS SUR UNE DE NOS PRIORITÉS

Interview de **Nils Horblin**, Chef de plateau Centre de la Relation Client - Courbevoie, CARGLASS®



Quels sont les travaux réalisés en 2011 ?

À Courbevoie, le plateau ainsi que deux salles ont été repeints pour les égayer. Le mobilier de notre salle de

réunion et le poste de coordination ont été changés.

La salle de convivialité a été totalement réaménagée et est devenue un espace de détente très apprécié de tous. Nous avons ajouté des espaces floraux pour casser le côté linéaire de l'agencement des postes de travail.

Avec ces améliorations de confort, nos équipes se sont senties valorisées et bien sûr plus à l'aise.

Et sur le plan acoustique ?

Des cloisons ont été posées à l'entrée pour réduire le bruit des portes battantes. Le groom de la porte d'entrée a été changé afin que la porte ne claque plus. Tous les postes et casques téléphoniques ont été équipés de boîtiers améliorant la qualité sonore des échanges entre nos clients et les Chargés d'Assistance.

Des aménagements ont-ils aussi été réalisés sur le site de Poitiers ?

Compte tenu de l'exposition du centre, des stores ont été installés pour réduire la sensation de chaleur. Deux salles d'échange ont été créées ainsi qu'une salle dédiée à la formation. La salle de convivialité a également été agrandie, on peut aussi s'y restaurer le midi. Des plantes, comme à Courbevoie, apportent de la vie sur le plateau. ■



« Tous les postes et casques téléphoniques ont été équipés de boîtiers améliorant la qualité sonore. »

LE CODE DE CONDUITE : BIEN TRAVAILLER ENSEMBLE

« Le code de conduite expose l'approche de notre éthique et de nos valeurs. Il vise à montrer que l'éthique n'est pas une philosophie mais un ensemble de bonnes pratiques au quotidien, qui influence nos comportements et nous protège contre les dérives et les abus. Au printemps 2011, le code de conduite, complètement revu, a été déployé auprès de tous les collaborateurs via les managers. Nous avons recueilli leur point de vue lors du baromètre interne du mois de juillet 2011 : 62% le trouvent utile, 68% savent désormais à qui s'adresser en cas de problème ou de question relative au sujet. »

Patricia Millet, Directrice Formation, en charge de l'animation de l'Éthique.



SERVICES & PRODUITS RESPONSABLES

CHIFFRES CLÉS 2011

Développer et promouvoir des services et produits responsables fait partie de nos engagements. Notre parti pris et notre volonté de promouvoir la réparation d'impact (35% de nos interventions) semblent bien perçus et acceptés : 8 Français sur 10 considèrent la réparation du pare-brise (plutôt que son remplacement) comme une action en faveur du Développement Durable*.

* Source : Ifop - Observatoire du Développement Durable 2011.



La réparation, c'est environ 10 fois moins de CO₂ que le remplacement de pare-brise.



5

Nombre
d'engagements
signés dans
la charte UDA



21

Nombre de
partenaires
ayant été évalués



33,86 %

Pourcentage
d'achats verts
pour nos fournitures
de bureau



76

Tonnes de
papier consommé



17,69 %

Pourcentage de
la flotte équipée
en véhicules « verts »



77

Véhicules remplacés
par des nouveaux
respectant
les normes EURO
les plus récentes



562

Nombre de
camions équipés
de notre outil
de Géolocalisation



7 %

Baisse de la
consommation
de carburant
de notre flotte
de service à domicile



NOS ACTIONS 2011



- ✓ **1. SIGNATURE DE LA CHARTE DE L'UDA** (voir page 12).
- ✓ **2. OPTIMISATION DE LA PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE DU SERVICE À DOMICILE**
Grâce au déploiement massif de l'outil de Géolocalisation (voir ci-dessous et page 13) et à la mise en place progressive d'une nouvelle flotte de véhicules hybrides en Île-de-France pour des interventions de réparation d'impact ou de produits dits « d'urgence » (remplacement de lunette arrière et de glace latérale).
- ✓ **3. CRÉATION ET DIFFUSION DE LA CHARTE D'ACHATS RESPONSABLES** auprès de nos fournisseurs et lors des appels d'offre.
- ✓ **4. DIFFUSION DU QUESTIONNAIRE RSE** à nos fournisseurs et intégration de critères RSE dans les appels d'offre.
- ✓ **5. RENFORCEMENT DU RÉFÉRENCIEMENT DE PRODUITS VERTS** notamment pour nos fournitures de bureau (voir page 13).
- ✓ **6. COMMUNICATION DES ACTIONS DE NOTRE DÉMARCHE RESPONSABLE À L'EXTÉRIEUR DE L'ENTREPRISE** (voir pages 12 et 13).



OUTIL DE GÉOLOCALISATION POUR UN SERVICE À DOMICILE PLUS RESPONSABLE : 3 QUESTIONS À NOTRE EXPERT

Interview de **Jean-Paul Morard**

Responsable Développement Pose Mobile CARGLASS®,
Chef de projet Géolocalisation
Courbevoie, CARGLASS®

Quels sont les objectifs de la Géolocalisation ?

Ils sont au nombre de 3. Réduire la sinistralité, optimiser le suivi de notre parc de véhicules de service à domicile (suivi de la flotte en temps réel pour l'entretien par exemple) ainsi que les tournées et limiter nos consommations de carburant et, de fait, nos émissions de CO₂.

Quelles ont été les réactions ?

Bonnes dans l'ensemble. Le travail de pédagogie et de sensibilisation, les formations à l'éco-conduite en amont ont permis de susciter l'intérêt et de créer l'adhésion des équipes. Le premier frein qui était : « cet outil est destiné à me surveiller » a donc été très vite désamorcé dès la mise en pratique (voir également en page 13).

Les résultats sont-ils aujourd'hui satisfaisants ?

Chaque collaborateur concerné peut suivre ses données personnelles grâce à un badge, ce qui lui permet de se challenger et de s'améliorer en permanence. Les premiers résultats les plus visibles ont été la baisse de 7% de la consommation de carburant. Les alertes de sécurité pour vitesse excessive que reçoivent les managers ont, elles aussi, diminué de manière conséquente. Concernant la sinistralité, nous n'avons pas encore de mesures.

**Nos techniciens se sont
vraiment responsabilisés,
grâce à l'éco-conduite.**

Nous sommes fiers aujourd'hui d'être en phase avec les objectifs que nous nous sommes fixés. Nos techniciens se sentent concernés et sont conscients que la façon dont ils conduisent a un impact en interne mais aussi sur notre image de marque. ■



FOND, FORME : COMMUNIQUEONS RESPONSABLE

Pour la troisième année, notre engagement auprès de la Charte UDA a été renouvelé. Il stipule de respecter 5 points majeurs :

- **Bâtir un code de communication responsable** et y inscrire l'ensemble de nos prises de parole externes,
- **Inciter les publics** auxquels nous nous adressons **à des comportements responsables**,
- **Utiliser avec loyauté les données privées** de nos clients finaux dans notre démarche marketing et commerciale,
- **Engager un process interne** permettant de **valider les communications** avant leur diffusion externe,
- **Intégrer l'impact environnemental** dans les critères de choix des supports de communication.

Notre rapport Développement Responsable est un outil de communication illustrant notre volonté de porter une démarche, de rendre des comptes et de partager avec nos collaborateurs et nos partenaires.

INTERNE, EXTERNE : COMMENT EST PERÇUE LA DÉMARCHE DÉVELOPPEMENT RESPONSABLE ?

Fadil Calakovic, Responsable de Région - Pôle Grand Est, CARGLASS®



La démarche était une vraie nécessité pour agir en faveur de l'environnement au sein de CARGLASS®.

Cette prise de conscience est un progrès et un véritable atout sur notre marché : les publics y sont de plus en plus sensibles.

Même si elle n'est pas encore tout à fait homogène, il y a une vraie prise

en main du sujet sur le terrain et des initiatives locales ont vu le jour. Par exemple, dans ma région, de nombreuses personnes se sont mobilisées pour l'Association Petits Princes et l'Association Afrika Tikkun.

Et puis, sur un plan plus personnel, c'est le côté humain qui m'a particulièrement touché, avec notamment les actions en faveur de la diversité et des travailleurs handicapés. Dans ce cadre, nous avons pu notamment intégrer trois travailleurs handicapés au centre de Saint-Jean-Bonnefonds. ■

Frédéric Garnier, Responsable du Développement Durable - ALD



Fin 2011, nous avons interrogé nos principaux fournisseurs sur leur politique RSE. Cette enquête a fait apparaître que CARGLASS® faisait partie de nos partenaires les plus en pointe sur le sujet. Nous sommes surtout sensibles au fait que CARGLASS® ait la volonté d'agir à tous les niveaux de sa responsabilité

(environnement, ressources humaines, social, etc.). Parmi toutes les actions, s'il fallait en faire ressortir quelques-unes, je choisirais celles visant à limiter l'impact environnemental du parc automobile de l'entreprise. Cette démarche est créatrice de valeur ajoutée : elle répond à notre souhait de voir nos partenaires s'engager dans une démarche RSE et de partager des valeurs communes. Cela nous encourage, même si ALD est déjà bien avancé sur le sujet, à nous challenger pour aller encore plus loin dans notre propre démarche. ■

Raphaël Bridenne, Chargé de mission Achats Responsables et Innovation - Bouygues Construction



La démarche de CARGLASS® est très riche et très mobilisatrice. Elle donne envie. Avoir donné la priorité à ses collaborateurs est un point fort parce que ce sont eux qui la font vivre. Nous attendons de nos fournisseurs qu'ils répondent à nos principaux défis : réduire nos émissions de CO₂ et notre empreinte environnementale

et surtout l'efficacité énergétique. Et CARGLASS® le fait très bien, comme en atteste l'excellente note de 7/10 attribuée par ÉcoVadis, qui a contribué à structurer leur démarche. La compétitivité de Bouygues Construction passe par celle de ses fournisseurs et de ses sous-traitants mais surtout par les relations que nous entretenons avec eux. Pour moi, la démarche Développement Responsable de CARGLASS® contribue à sa compétitivité et notre souhait est de continuer à développer le dialogue avec CARGLASS® autour de ces sujets. ■



DES ACHATS RESPONSABLES, DÉFINIS DANS UNE CHARTE

Notre charte d'Achats Responsables, créée en 2011, oriente l'ensemble de notre politique Achats, des fournitures de bureau au choix de l'ensemble de nos prestataires. Elle est partagée avec eux afin de redéfinir ensemble nos critères d'achats et impulser de nouvelles bonnes pratiques, selon 3 principes : afficher les process en toute transparence, mettre en avant notre démarche de Développement Responsable, assurer le pilotage de la relation avec les fournisseurs.

ZOOM SUR : LA JOURNÉE VERTE MENÉE PAR LYRECO DÉDIÉE À SENSIBILISER AUX ACHATS RESPONSABLES

Interview de **Thomas Pruvost**, International Key Account Manager - Lyreco



Qu'est-ce que la Journée Verte ? Pourquoi une telle initiative ?

Chez Lyreco, 30% de notre catalogue de fournitures sont des produits verts.

L'objectif de CARGLASS® étant d'inciter au choix de ces produits, Lyreco a organisé, en partenariat avec l'entreprise, la Journée Verte.

Elle a présenté et sensibilisé les collaborateurs aux produits verts et leur a montré qu'ils sont d'une qualité au moins équivalente aux autres produits et qu'ils peuvent être tout aussi, voire plus ludiques et agréables que ceux qu'ils ont l'habitude d'utiliser.

Y a-t-il eu un produit phare ?

Oui : un stylo rechargeable, fabriqué en France et composé à 97% de plastique de bouteilles recyclées.

Depuis cette journée, quels sont les comportements au sein de l'entreprise ?

Il y a, chez CARGLASS® et ses collaborateurs, une sensibilité réelle pour le sujet, plus vive que dans la majorité des entreprises que nous visitons. Des questions très précises nous ont été posées. Depuis, nous avons noté une évolution des habitudes de consommation dans les commandes. De notre côté et avec l'accord de CARGLASS®, nous mettons en avant l'alternative verte quand l'utilisateur s'apprête à commander un autre type de produit. Les commandes nous rendent optimistes sur la suite. ■

INVITATION 1^{ère} Journée Verte

Sur la base d'un salon et à l'heure que vous souhaitez, venez découvrir, en partenariat avec notre fournisseur de fournitures de Bureau LYRECO, leur offre de produits verts

**Le Jeudi 16 Juin 2011
de 11h à 15h
Au Bar de la Salle Olympe**



Invitation à la Journée Verte par Lyreco.

LA GÉOLOCALISATION : DES ÉQUIPES MOBILISÉES POUR UNE CONDUITE PLUS RESPONSABLE

Interview de **Sébastien Dayan**, Chef de Centre et Ambassadeur Développement Responsable - Saintes, CARGLASS®



Quelles ont été les réactions de votre équipe suite à l'installation de cet outil dans les véhicules ?

Elles ont été plutôt bonnes. Les deux principaux freins,

qui ont vite été dépassés, ont été la peur du « flicage » (la Géolocalisation identifie les allers et venues des véhicules) et les inégalités qui pourraient engendrer des différences dans les consommations de carburant (état des routes, âges différents des véhicules, etc.). Les enjeux ont été bien expliqués aux Chefs de Centre, aux Ambassadeurs Développement Responsable, puis aux utilisateurs et donc bien compris.

Des démonstrations ont été faites pour que tout le monde puisse s'en servir facilement.

Globalement, la Géolocalisation est perçue comme un outil de développement qui nous permet d'optimiser nos pratiques et d'évoluer ensemble.

Quels sont les premiers résultats, dans votre centre et votre région ?

Ces premiers résultats sont bons. Entre novembre 2011 et mars 2012, les consommations de carburant liées à l'activité de mon centre ont baissé de 6% et sur la région Charente, de 4%. Nous nous servons de ces résultats lors des entretiens mensuels pour challenger les régions entre elles sur leur consommation de carburant et donc de réduction de leurs émissions de CO₂. En permettant de réduire les excès de vitesse, l'éco-conduite est aussi bénéfique pour la sécurité de nos collaborateurs et l'image que nous donnons de notre entreprise, sur les routes. ■



« Entre novembre 2011 et mars 2012, les consommations de carburant liées à l'activité de mon centre ont baissé de 6%. »



INFRASTRUCTURES & LOGISTIQUE

CHIFFRES CLÉS 2011

Assurer un service parfait à plus d'un million de clients demande aux équipes, qu'elles soient en centre de pose, sur nos sites de distribution, sur nos plateaux du Centre de la Relation Client ou au siège, de respecter des process identifiés et harmonisés. Cette organisation est reconnue depuis 1999 par la Certification ISO 9001. En 2011, les enjeux environnementaux se sont davantage intégrés dans nos modes opératoires : amélioration des process de tri de nos déchets, revue de la conception de nos centres de pose, suivi des consommations liées à notre logistique, etc.



Le centre de Dax est un site éco-conçu, équipé de 1 000 m² de panneaux photovoltaïques et d'un système de récupération d'eau.



11 506

Tonnes de pare-brise collectés pour être recyclés



1 599

Tonnes de DIB (Déchets Industriels Banals) collectés et valorisés



101

Tonnes de déchets dangereux collectés et valorisés



11,5

Émissions de CO₂ par intervention vitrage en kg CO₂



12 929

Consommation d'électricité (en MKw/h)



2 353

Tonnes de papier carton bois collectés et valorisés



223

Tonnes de CO₂ économisé sur nos voyages professionnels



5 139 000

Nombre de kilomètres parcourus par la distribution



NOS ACTIONS 2011



1. OPTIMISATION DE LA PERFORMANCE DES INFRASTRUCTURES.

Mise en place d'un suivi semestriel des consommations énergétiques des bâtiments. Intégration progressive des principes d'éco-conception pour les rénovations et ouvertures de centres de pose (*voir ci-dessous*). Ouverture d'un centre de pose pilote éco-conçu inauguré le 9 janvier 2012 à Dax.



2. OPTIMISATION DE NOTRE POLITIQUE DE RÉDUCTION ET DE VALORISATION DES DÉCHETS.

Voir page 16.



3. IDENTIFICATION DU RÉAMÉNAGEMENT DE L'INTÉRIEUR DE NOS VÉHICULES DE SERVICE À DOMICILE POUR RÉDUIRE NOS CONSOMMATIONS ET AMÉLIORER LEUR CYCLE DE VIE.

Déploiement en 2012.



4. MISE EN PLACE D'UNE POLITIQUE VOYAGES PLUS RESPECTUEUSE DE L'ENVIRONNEMENT.

Voir page 17.

NOUVEAU CONCEPT DE CENTRE : 3 QUESTIONS À NOTRE EXPERT

Interview de **Franck Turcato**

Directeur Gestion des Actifs, Qualité et Sécurité
Courbevoie, CARGLASS®

En quoi consiste le concept de nouveau centre ?

Le concept de nouveau centre est né en juin 2010. La réflexion, menée dès 2009 avec toutes les directions de l'entreprise, a abouti à la création d'un cahier des charges construit avec un cabinet d'architectes.

Les nouveaux centres intègrent des critères améliorant la qualité de travail de nos équipes.

Les nouveaux centres devaient répondre à quatre critères majeurs : être plus visibles, plus respectueux de l'environnement, moins consommateurs d'énergie et agréables à vivre pour nos clients et nos salariés.

Pourquoi avoir lancé ce concept ?

Plusieurs raisons ont motivé cette prise de position : le réseau de nos centres commençait à être un peu vétuste, les premiers centres datant de 1986. D'autre part, nous nous sommes rendu compte qu'avec le développement de CARGLASS®, certains d'entre eux n'étaient plus géographiquement bien placés ou n'avaient plus assez de visibilité commerciale. Enfin, l'efficacité énergétique et l'ergonomie de travail pouvaient être largement améliorées.

À ce jour, où en est-on ?

Depuis la création du concept, nous avons ouvert ou relocalisé 20 centres. Parmi les ouvertures, à noter celle du centre de Dax, qui est un centre totalement éco-conçu. Nous avons rénové 52 locaux sociaux (salles de vie) pour les rendre plus conviviaux : ils ont été agrandis, restaurés, mieux équipés (avec un réfrigérateur, un micro-ondes, etc.) pour que les équipes puissent se retrouver pour déjeuner notamment. L'objectif, c'est que tout le réseau soit rénové : c'est un investissement ambitieux qui s'étalera sur plusieurs années. ■





VALORISER L'ENSEMBLE DE NOS DÉCHETS

Les déchets de notre activité sont principalement des déchets de verre provenant des pare-brise déposés.

Les autres types de déchets générés sont le papier issu des tâches administratives, les emballages (carton, plastique ou bois nécessaires au transport des pièces de verre), les Déchets Industriels Banaux (DIB) émis sur les différents sites ainsi que les Déchets Industriels Dangereux (DID) issus des produits chimiques utilisés pour les différentes interventions (colle, primer, joint et tout autre déchet souillé).

Que deviennent nos déchets ?

100% des pare-brise déposés dans nos centres sont collectés depuis 2003 par notre partenaire DERICHEBOURG qui en assure le tri. Leur composition (2 feuilles de verre réunies par une feuille de plastique PVB – polyvinyle de butyral) ne permet la

recyclabilité qu'à 85% : seul le verre peut être réutilisé pour la fabrication de revêtement routier, matériaux isolants pour l'habitat, etc. Le plastique est quant à lui enfoui dans des zones réglementées.

« En 2011, 11 506 tonnes de pare-brise ont été collectés. »

Les déchets carton, bois et papier sont collectés pour être recyclés et traités par des spécialistes. Soit, en 2011 : 1 747 tonnes pour le bois et 606 tonnes pour le carton et le papier. Pour ce dernier, en complément de son engagement à trier et à faire recycler le papier utilisé, CARGLASS® souscrit à ÉcoFolio, éco-organisme qui organise, finance et accompagne la collecte, le tri et le recyclage des papiers.



100% des pare-brise déposés dans nos centres sont collectés depuis 2003 par notre partenaire DERICHEBOURG.

ZOOM SUR LES DÉCHETS DANGEREUX

Interview de Julien Salive, Responsable Commercial national de l'activité Automotive - Chimirec



En quelques mots, qui est Chimirec ?

Depuis 1957, Chimirec se définit comme le spécialiste de la collecte et du traitement de Déchets Industriels Dangereux (DID) issus de tous secteurs industriels et tertiaires.

Collecter, trier et valoriser sont nos 3 métiers au service d'une solution

globale et durable pour les DID.

Chimirec est triplement certifié : ISO 9001 (qualité), ISO 14 001 (management de l'environnement) et OHSAS 18 001 (management de la Santé et de la Sécurité au Travail).

Quels produits traitez-vous avec CARGLASS® ?

Nous collectons et valorisons tous les déchets dangereux pour l'environnement : les produits industriels comme les matériaux souillés (cartouches de colle, tubes de mastic, etc.) et les aérosols. Ces derniers sont valorisés de façon énergétique. Leur traitement permet de produire de l'énergie qui est utilisée comme combustible de substitution.

Comment travaillez-vous avec CARGLASS® ?

Dès l'ouverture d'un centre, nous mettons à disposition les

conditionnements adaptés à la typologie de déchets à collecter. Quand un conditionnement est plein, le centre envoie un fax et le document officiel obligatoire CERFA (qui atteste de la bonne élimination des déchets dangereux dans le respect du cadre législatif de 1975) est établi. Il garantit, à chaque étape, la traçabilité du traitement des déchets.

Chimirec récupère et remplace le conditionnement.

Ensuite, sur nos plates-formes, nous pesons, analysons, trions les déchets, les regroupons avec d'autres, puis les envoyons dans les centres de traitement dédiés.

Combien de tonnes traitez-vous par an ?

En 2011, pour les 230 sites CARGLASS®, nous avons traité 1,27 tonnes d'aérosols et 99,27 tonnes de matériaux souillés.

Avez-vous vu une progression dans la collecte ?

Depuis 2003, date à laquelle notre partenariat a commencé, de plus en plus de sites ont été collectés. Nous sommes quasiment à 100% aujourd'hui.

CARGLASS® a-t-elle une marge de progression ?

Pour continuer à avancer, un travail de sensibilisation au niveau du tri sur les centres pourrait être efficace. Mais nous arrivons à une belle phase de maturité. ■

CENTRE NOUVELLE GÉNÉRATION... ET NOUVELLES PERFORMANCES

Interview de **Jean-Bernard Graissaguel**, Responsable d'Agence - Perpignan, CARGLASS®



À quoi ressemble le nouveau centre de pose de Perpignan ?

C'est un bâtiment très spacieux, très lumineux, avec trois façades en baies vitrées. L'entrée de la

clientèle se fait en façade, celle des véhicules dans nos deux sas et la sortie au centre. Nous disposons d'une salle de pause pour organiser des réunions, nous détendre et nous retrouver pour déjeuner, ce qui est important pour l'équipe, d'un bureau pour réaliser les entretiens et d'un accueil pour les clients et les collaborateurs. L'ouverture officielle a eu lieu le 23 mai 2011.

Le fait que ce nouveau centre soit conçu dans le respect de l'environnement a-t-il changé quelque chose pour vous ?

Pas vraiment. C'est presque une évidence

aujourd'hui. Nous avons déjà commencé à instaurer au sein de l'équipe des gestes et des bonnes pratiques responsables et à proposer des idées comme par exemple le tri de la ferraille et du plastique des balais d'essuie-glaces pour récolter des fonds pour l'Association Petits Princes.

Ce changement a-t-il été bien accueilli par vos collaborateurs ?

Au début, il y a eu quelques réticences bien compréhensibles liées à l'inconnu et à la peur du changement. Mais après quelques semaines d'adaptation, tout le monde a commencé à percevoir tous les atouts ! Aujourd'hui, nous apprécions pleinement ce cadre.

Les clients sont eux aussi assez émerveillés, surtout ceux qui ont connu le centre CARGLASS® du centre ville.

Pour résumer, je dirais que c'est un « outil » très agréable à travailler, à vivre et à faire vivre, ainsi qu'à partager avec nos clients. ■



En 2011, 20 centres ont été ouverts ou relocalisés, dont celui de Perpignan.



POLITIQUE VOYAGES : UNE MOBILITÉ REPENSÉE

Interview de **Hervé Lévigne**, Responsable Grands Comptes Régional - Pôle Grand Est, CARGLASS®



En quoi consiste la politique Voyages chez CARGLASS® ?

C'est la mise en place de principes et de process pour optimiser les déplacements des collaborateurs de CARGLASS®, quels qu'ils soient : des allers/retours pour se rendre sur le lieu de travail aux réunions qui avaient lieu partout en France (notre réseau couvrant toute la France, ces déplacements pouvaient être très fréquents).

Cette politique Voyages permet de nous sensibiliser, au quotidien, à la démarche Développement Responsable de l'entreprise.

Comment vivez-vous concrètement cette politique Voyages ?

Il s'agit de changer les habitudes et de savoir s'adapter aux nouvelles formes de travail. De privilégier le train à l'avion ou à la voiture, de mieux s'organiser et planifier les réunions,

d'avoir recours aux conférences téléphoniques ou aux web-conférences.

Est-ce que cette politique a un impact sur votre vie professionnelle et personnelle ?

Bien sûr. Avant, en moyenne, pour une réunion hors de ma région, il me fallait deux jours. Aujourd'hui, en web-conférence, cela me prend 1, 2 ou 3 heures, selon la nature du rendez-vous. Outre ce gain de temps manifeste, l'information circule aussi plus rapidement. Dans ma vie personnelle, je suis plus disponible pour mes proches, car moins souvent en déplacement, je suis aussi moins fatigué.

Trouvez-vous légitime que votre entreprise s'engage sur cet enjeu et soit vigilante sur cette politique ?

Absolument. Nous avons d'ailleurs également étendu ces nouvelles pratiques à nos clients et à nos partenaires, qui le perçoivent très bien. Avec cette démarche, nous bâtissons de nouvelles relations avec eux et cela ouvre de nouveaux chantiers de réflexion. ■



INITIATIVES DES COLLABORATEURS

TOUS ENGAGÉS DANS UNE SEULE DÉMARCHE

Notre démarche Développement Responsable est solide car elle bénéficie de l'implication et la mobilisation de tous et particulièrement du réseau des Ambassadeurs Développement Responsable. Ces collaborateurs volontaires ont choisi la mission de partager la démarche pour en faciliter l'appropriation et le déploiement sur le terrain et faire émerger tout type d'actions de tout collaborateur, allant dans le bon sens.

Un réseau actif de volontaires

Toutes les directions et l'ensemble des métiers de CARGLASS® sont représentés. Les 40 Ambassadeurs Développement Responsable sont en contact régulier grâce à des outils et des événements organisés spécifiquement pour eux :

- **Des rencontres 2 fois par an** : pendant ces réunions, nous faisons le point sur les actions menées, donnons le cap des mois à venir et des actions sur lesquelles ils seront responsabilisés.
- **Des conférences téléphoniques** toutes les 6 semaines (« Allovert ») pour parler de l'actualité du Développement Responsable et des actions en cours.
- **Une plate-forme d'échange interne** (« Oxygène ») permettant de partager idées, bonnes pratiques et outils.
- **Une newsletter** leur est dédiée : « Actu DR ».

POINTS DE VUE D'AMBASSADEURS

Abdelhalim Azil, Contrôleur de Gestion - Courbevoie, CARGLASS®



Je suis Ambassadeur Développement Responsable depuis le lancement de la démarche, il y a 2 ans déjà. C'est un sujet qui m'intéresse au plus haut point, tant professionnellement que personnellement.

Je voulais apprendre, grâce aux formations proposées et être utile à l'entreprise. Ma mission est de

sensibiliser les collègues de mon service au Développement Responsable, de les informer, de les encourager à se mobiliser, d'être un relais (comme récemment lorsque je leur ai présenté

le code de conduite), d'initier des actions et de relayer leurs idées et initiatives. J'éprouve une vraie fierté à être Ambassadeur Développement Responsable, même si cela me prend 10% de mon temps en moyenne. Parmi toutes les actions menées en 2011, celle dont je suis le plus fier est la récolte locale de vêtements chauds pour les Restos du Coeur de Colombes. Il y a eu en interne un vrai élan de solidarité. Mais ce qui est le plus gratifiant, c'est de voir l'ensemble de toutes les actions menées, qui sont autant de preuves concrètes de l'engagement et de l'adhésion de tous. C'est cette dynamique et ces résultats qui me poussent, tous les 6 mois, à renouveler mon engagement en tant qu'Ambassadeur. ■

Jennifer Zebina, Attachée Commerciale Sédentaire - Courbevoie, CARGLASS®



Je viens de me porter volontaire pour être Ambassadrice Développement Responsable. Intéressée par le développement durable, je voulais en savoir plus. C'est donc pour moi l'occasion de développer mes connaissances et de contribuer à faire connaître les actions entreprises par CARGLASS®, à sensibiliser mes

collègues à l'écologie et aux deux associations que nous aidons, à susciter l'envie de participer. Ce qui m'a décidé à franchir le pas, c'est l'engagement de l'équipe de direction qui nous motive énormément : on se sent soutenus et portés

dans nos actions. Elle insufflé l'envie de participer. L'idée de créer des projets m'a aussi séduite. J'ai déjà présenté avec les autres ambassadeurs du siège 11 projets à la direction, 9 ont été validés, ce qui est très motivant pour moi. Nous avons notamment eu l'idée d'organiser un « cleaning day », journée au cours de laquelle tout le monde rangerait, nettoierait et trierait tous les bureaux, une manière de sensibiliser au recyclage notamment. C'est une façon ludique et responsable de contribuer au bien-être de tous. C'est aussi une manière d'être ensemble de manière solidaire. Pour pouvoir monter les projets, mon responsable me permet de dégager 2 heures en moyenne en fin de semaine. Ce qui me permet de pouvoir m'organiser et avancer. ■



« TOUS RESPONSABLES » UN ÉVÉNEMENT GÉNÉRATEUR DE PROGRÈS

L'événement « Tous responsables » a stimulé l'imagination de tous les collaborateurs et a apporté la preuve, si besoin en était, que tout le monde se sent aujourd'hui concerné par les enjeux du Développement Responsable.

À l'occasion de la Semaine du Développement Durable, événement national qui s'est déroulé du 1^{er} au 7 avril 2011, CARGLASS® a organisé un concours visant à encourager le partage d'initiatives éco-responsables menées par les collaborateurs. Ainsi, pendant un mois, ces derniers ont été invités à faire part de leurs idées via le site Web dédié à l'événement.

Pas moins de **72 initiatives** ont été postées dans des catégories aussi diverses que les actions locales, le tri des déchets, les éco-gestes, les transports/déplacements, le bien-être des collaborateurs, la santé/sécurité et la solidarité. Si toutes les idées étaient intéressantes, 2 projets sont sortis du lot et ont été récompensés par notre Jury (le Comité Développement Responsable et le parrain de la démarche Développement Responsable Nicolas Vanier) :

- **Le premier prix « Devenons des héros : donnons notre sang »** : opération visant à sensibiliser les collaborateurs à donner leur sang grâce à l'organisation d'une journée de collecte au sein de l'entreprise.
- **Le second prix « Débranchons tous nos chargeurs »** : action de sensibilisation pour inciter les collaborateurs à débrancher leurs chargeurs de téléphones mobiles et d'ordinateurs portables lorsque ces derniers ne sont pas branchés et éviter ainsi toute consommation électrique superflue.

La mobilisation autour de cette opération renforce une nouvelle fois l'engagement de CARGLASS® en matière de Développement Responsable.



UN ÉVÉNEMENT INAUGURÉ AVEC OPTIMISME ET ENTHOUSIASME

Interview de **Nicolas Vanier**, Parrain de la démarche Développement Responsable



Pourquoi être devenu le parrain de la démarche CARGLASS® ?

Ce qui m'intéresse aujourd'hui, c'est d'agir concrètement pour que les choses changent. Et je le fais par le biais des entreprises, qui, comme CARGLASS®, s'engagent dans une démarche sincère de Développement Responsable. Quand on arrive à

toucher, comme c'est le cas ici, tous les collaborateurs, à les motiver pour réduire ensemble notre empreinte écologique, cela a du sens et un effet multiplicateur vraiment intéressant.

Quel est votre point de vue sur leur démarche Développement Responsable ?

Ce qui est formidable chez eux, ce sont toutes les énergies

mobilisées autour de la démarche. Je suis particulièrement sensible à toutes les initiatives et à toutes les actions qui mettent en avant le côté positif de la démarche.

Si les collaborateurs ont adhéré dès le départ, c'est parce que la démarche a été présentée de manière positive, qu'elle n'est pas restrictive et qu'elle repose sur la participation des équipes sur le terrain. Elle est source de créativité pour agir, tous ensemble, dans le bon sens. Si les objectifs sont valorisants pour tous, ils donnent envie d'y participer.

L'opération « Tous responsables » en est un bon exemple. C'est pour cette raison que j'ai eu envie d'y participer. J'ai été séduit par le nombre d'initiatives, par l'engouement de tous les participants et par la qualité de l'ensemble des projets proposés. Mais il a fallu choisir, au regard des critères de pertinence, d'efficacité, d'originalité et de créativité de la contribution. ■



ACTIONS LOCALES :

3 THÈMES, UNE CENTAINE D'IDÉES

Tout au long de l'année, **des opérations et un travail de sensibilisation des Ambassadeurs Développement Responsable motivent l'ensemble des collaborateurs** à se mobiliser et mettre en place des actions. Enthousiasme, générosité et idées en font des succès et une grande fierté pour CARGLASS® : voici quelques opérations organisées de façon spontanée en 2011 autour de 3 thèmes majeurs : la solidarité, l'environnement et l'insertion professionnelle.

THÈME SOLIDARITÉ

AUTOUR DE NOS 2 ASSOCIATIONS PARTENAIRES

De très nombreuses initiatives locales ont été proposées pour soutenir l'Association Afrika Tikkun et l'Association Petits Princes. Ce thème est de loin celui qui a suscité le plus de mobilisation, ces sujets faisant écho aux valeurs et à la dimension humaine de notre entreprise.

Ce thème est de loin celui qui a suscité le plus de mobilisation.

Ces projets locaux ont tous pour objectif de collecter des fonds pour ces deux associations. Ils ont été gérés en toute transparence et d'un commun accord avec l'ensemble de

nos parties prenantes. Des aménagements de planning ont pu être prévus pour en faciliter le déploiement. Pour l'**Association Petits Princes**, de nombreuses actions ont été réalisées (voir aussi page 8). Parmi elles, le sponsoring d'un collaborateur qui a couru la course SaintéLyon sous les couleurs de l'Association, l'organisation d'un loto géant sur le site de distribution de Nîmes, des ventes de gâteaux et de boissons, des tombolas sur les plateaux du Centre de la Relation Client, la revente d'anciens outils de découpe de pare-brise, etc. Par ailleurs, le Comité d'Entreprise a souhaité donner aux enfants malades la vingtaine de cadeaux de Noël offerte par le Comité que les enfants de collaborateurs ne sont pas venus chercher.



Association Petits Princes :
Organisation d'un tournoi de foot en juin 2011 par les équipes du Nord de la France.

LA SOLIDARITÉ SE PARLE AUSSI EN LANGAGE DES SIGNES

Interview de **Mélanie Matéo**, Chargée d'Assistance et Ambassadeur Développement Responsable, Centre de la Relation Client - Poitiers, CARGLASS®



Depuis quand êtes-vous Ambassadrice Développement Responsable ?

Depuis février 2012. C'est le côté sociétal et l'engagement

de CARGLASS® auprès des deux Associations qui m'ont incitée à me porter volontaire. Le site de Poitiers est très vivant, on y organise beaucoup d'événements internes.

Quel est le projet que vous avez mis en place ?

J'organise des formations au langage des signes pour sensibiliser mes collègues à ce handicap, soutenir ainsi la démarche Diversité et la Mission Handicap de CARGLASS®. C'est aussi pour moi l'occasion de favoriser l'intégration

des personnes malentendantes dans l'entreprise.

Combien de temps dure la formation que vous proposez ?

Ce sont des sessions d'une heure pour l'apprentissage des bases de la politesse et de l'alphabet. Cela permet déjà de s'ouvrir aux malentendants.

Quels sont les moyens nécessaires à ces formations ?

Aucun moyen financier particulier : avec l'autorisation et le soutien de mon superviseur et de mes Chefs de Plateau, j'ai pu libérer un peu de temps pour organiser moi-même les sessions.

Êtes-vous satisfaite du résultat ?

Il y a un vrai intérêt de la part de mes collègues pour ces formations. Depuis le 31 octobre 2011, date de la première session, 270 personnes sont déjà venues

assister à la formation. Tout le monde est intéressé, ici et au siège. C'est donc loin d'être fini ! Et c'est important d'apprendre ensemble à signer et à nous impliquer du côté de ceux qui n'ont pas d'autre choix que de voir. Cette phrase me tient à cœur : elle résume bien l'esprit de cette formation. ■



270 personnes sont déjà venues assister à la formation.

• THÈME ENVIRONNEMENT EAU, AIR, ÉNERGIE...

Des initiatives ou éco-gestes en faveur de l'environnement ont été plébiscités tels que des sessions de sensibilisation sur la consommation électrique et d'eau ou l'installation de poubelles de tri sélectif dans des centres de Normandie et la sensibilisation des équipes au recyclage.

ZOOM SUR : LA DEUXIÈME VIE DE LA FERRAILLE

Interview de **Grégory Noël**, Technicien de Maintenance
et Ambassadeur Développement Responsable - Saint-Ouen-l'Aumône, CARGLASS®



Quelle est l'opération que vous avez mise en place ?

Elle consiste à récupérer toute la ferraille du site de Saint-Ouen-l'Aumône et à

la revendre pour reverser les fonds à l'Association Petits Princes.

Cette initiative a un double objectif : éviter les problèmes de stockage de la ferraille accumulée et contribuer à soutenir l'Association. Concrètement, les métaux sont stockés dans des bennes, à l'extérieur du centre. Quand la quantité nécessaire est atteinte pour optimiser un déplacement, j'appelle la

société partenaire qui vient chercher la benne. Le coût du transport est alors déduit de la somme payée pour la ferraille récupérée. Donc cette opération ne nous coûte rien. L'idée est d'organiser un ou deux passages dans l'année.

Combien avez-vous récolté ?

Un camion-grue fait à peu près 2 à 3 tonnes. La tonne est payée 150 €. En 2011, nous avons pu organiser deux tours de camion. Cette action nous a permis de récolter 561 € que nous avons intégralement reversés à l'Association Petits Princes.

Avez-vous des projets en 2012 ?

Parmi les projets, il y a celui de l'optimisation de cette collecte. Je vais en

effet essayer de mettre en place le tri de la ferraille sur notre site même pour être plus efficace encore. À voir si cela reste faisable et rentable. ■



Cette action a permis de récolter 561 €.

• THÈME INSERTION PROFESSIONNELLE VIVONS MIEUX, TRAVAILLONS MIEUX ENSEMBLE

Parmi les actions menées sur ce thème, citons le projet « **Déployons nos Elles** » mené en partenariat avec IMS-Entreprendre pour la Cité. Il promeut des actions de lutte contre les stéréotypes de genre sur des métiers tels que Technicien Vitrage ou Chef de Centre, qui restent de nos jours à forte tendance masculine, ou encore les propositions de collaborateurs pour adapter certains postes afin de faciliter l'emploi de collaborateurs seniors.

ZOOM SUR : LE PROJET « 1 JOUR, 1 MÉTIER »

Interview d'**Annick Allegatière**, Responsable Ressources Humaines - Pôle Grand Est, CARGLASS®



« 1 jour, 1 métier », qu'est-ce que c'est ?

Le 31 mars 2011, 13 élèves de 3^{ème}, option Découverte Professionnelle, du collège Honoré de Balzac de Vénissieux sont venus découvrir, à la Direction du Pôle Grand Est et au centre de Vaulx-en-Velin, les différents métiers de CARGLASS®.

Quel était l'objectif de cette journée ?

Il s'agissait d'ouvrir aux jeunes un horizon différent du monde du travail déjà connu et de démystifier certains métiers. Pour CARGLASS® et notre partenaire IMS-Entreprendre pour la Cité, le but était de participer à une action citoyenne de promotion de l'égalité des chances en direction de jeunes issus de quartiers défavorisés.

Comment s'est déroulée la journée ?

Elle a commencé à la Direction du pôle avec un petit-déjeuner d'accueil, les présentations respectives ainsi que des rencontres avec les différents collaborateurs de la Direction de pôle pour des échanges sur leurs métiers. Le centre de Vaulx-en-Velin a ensuite réuni tout le monde pour un déjeuner, suivi d'une découverte des métiers du site avec des petits ateliers pratiques de réparation d'impact et de pose.

Quel a été le retour des élèves et des collaborateurs ?

Ils ont vraiment apprécié la diversité de cette journée. Ils ont été particulièrement impressionnés par l'implication de nos collègues et la qualité des échanges. Cette découverte a même suscité une demande de stage de la part d'un des collégiens. Nous lui avons répondu positivement. Quant aux collaborateurs, ils ont pris beaucoup de plaisir à parler de leur univers avec ces jeunes. À renouveler ! ■

7 PROJETS PRIORISÉS, UNE GOUVERNANCE AJUSTÉE

Interview de **Céline Coulibre-Duménil**, Directrice du Développement Responsable - CARGLASS®



Comment avez-vous défini vos 7 projets pour 2012 ?

Nous nous sommes posé 3 questions : quelles sont les attentes de nos parties prenantes internes et externes, quelles sont nos capacités à mettre en place ces projets et comment maintenir un cap et une dynamique forte autour de notre engagement ?

Les 7 projets ont naturellement émergé autour de leaders engagés avec pour principes de gouvernance : l'implication permanente des équipes, la recherche de concret et de résultats, et la volonté de bien faire les choses.

Les questions environnementales sont très présentes...

2012 est l'année du virage environnemental pour CARGLASS®. Nous souhaitons professionnaliser notre approche autour de deux projets phares. Le lancement d'une démarche de **certification ISO 14 001** pour accélérer la prise en compte des enjeux environnementaux sur nos sites et rendre plus performantes nos actions pour l'environnement. Ensuite, l'élaboration d'un « **plan énergie** » pour réduire nos consommations énergétiques (intégration des énergies renouvelables et nouveaux équipements).

L'autre changement réside dans le reporting RSE, pourquoi vous mettre en mouvement ?

Le Grenelle nous impose de communiquer sur nos **indicateurs RSE** en 2013. Nous avons décidé de l'anticiper : d'une part car nos indicateurs existent déjà, d'autre part car nous pensons qu'ils permettent d'optimiser notre démarche en mesurant ses progrès. En les partageant, nous nous imposons leur

amélioration. C'est dans cette logique que nous avons fait paraître ce rapport et inscrit l'enjeu de la **communication RSE** à l'agenda de 2012. En effet, nous souhaitons communiquer seulement lorsque notre démarche et ses actions seraient suffisamment solides et concrètes. C'est chose faite, même si nous reconnaissons avoir encore beaucoup à faire.

Le dernier volet est sociétal : qu'avez-vous prévu ?

Bien évidemment la poursuite de notre **politique Diversité** ; cela fait plusieurs années que les équipes Ressources Humaines agissent sur ce sujet et nous devons poursuivre les actions notamment sur le terrain autour des aspects clés du management. Le deuxième axe est le renforcement de notre **programme Solidarité**, avec pour bataille le soutien aux enfants dans le besoin, aux côtés de nos deux Associations partenaires.

Enfin, après le déploiement de notre nouveau code de conduite en 2011, nous souhaitons animer **l'éthique** et la faire vivre sur le terrain afin de garantir aux collaborateurs, aux clients et aux partenaires, des fonctionnements transparents et respectueux. ■

7 PROJETS PRIORITAIRES ▼

1. LE LANCEMENT DE LA DÉMARCHE ISO 14 001
2. LE PROGRAMME SOLIDARITÉ
3. LA POLITIQUE DIVERSITÉ
4. L'ÉTHIQUE
5. LE REPORTING RSE
6. LA COMMUNICATION RSE
7. LE PLAN ÉNERGIE



1 plan, 7 projets et 1 Comité Opérationnel. Il réunit les 6 Directions CARGLASS® : E. Dodin (Directeur des Opérations et du Développement Responsable), P. Millet (Directrice Formation en charge de l'Éthique), J. Biard (Directeur du Contrôle de Gestion), D. Wain (Directrice des Achats), L. Padey (Responsable Programmes et Projets), I. Dubois (Directrice des Relations Publiques & Communication Interne), M. Lerat (Chef de projet Environnement), C. Langlois (Directrice du Développement Ressources Humaines et de l'Administration du Personnel), C. Coulibre-Duménil (Directrice Développement Responsable), C. Boilley (Chef de mission Développement Responsable).



TABLEAU DES INDICATEURS

INFORMATIONS GÉNÉRALES	2010	2011
Effectif total	3 000	2 896
Chiffre d'affaires	426,4 M€	396,8 M€
Nombre de sites	230	230
COLLABORATEURS, ENTREPRISE & SOCIÉTÉ	2010	2011
Satisfaction des collaborateurs : score de satisfaction interne selon notre baromètre interne	69 sur 100	66 sur 100
Turn Over	12,55 %	15 %
Absentéisme	7,1 %	7,43 %
Santé et Sécurité au Travail : taux de fréquence (TVL)	54 %	53 %
Santé et Sécurité au Travail : taux de gravité (TVL)	0,99 %	0,86 %
Solidarité : montant alloué à l'Association Afrika Tikkun et l'Association Petits Princes	80 K€	177 K€
Diversité : nombre de collaborateurs seniors (plus de 45 ans)	165	199
Diversité : nombre de contrats de professionnalisation, d'apprentissage et de stages	15	8
Diversité : pourcentage de femmes	22,65 %	22,21 %
Diversité : pourcentage de femmes cadres	17,72 %	18,02 %
Diversité : pourcentage de collaborateurs en situation de handicap	1,5 %	1,9 %
Formation : nombre moyen d'heures de formation par collaborateur	30,99	31,38
Employabilité : nombre moyen de promotions internes	547	608
SERVICES & PRODUITS RESPONSABLES	2010	2011
Pourcentage d'achats responsables (fournitures de bureaux)	26,51 %	33,86 %
Nombre de nos fournisseurs évalués via notre questionnaire RSE	Non disponible	21(*)
INFRASTRUCTURES & LOGISTIQUE	2010	2011
Émissions de CO ₂ par intervention vitrage en kg CO ₂	12,9	11,5
Pourcentage de la flotte équipée en véhicules « verts » (-120g de CO ₂ /km, hybrides et électriques)	9,25 %	17,69 %
Consommation d'électricité en Mkw/h	14 881	12 929
Taux de recyclage total	72	74
Tonnes de pare-brise collectés pour être recyclés	12 663	11 506
Tonnes de déchets dangereux collectés et valorisés	78	101
Consommation de papier	138	76
ÉTHIQUE	2010	2011
Nombre total de non-conformités au code de conduite recensées par le médiateur et mesures prises	10	11

Sources : ces données, produites par CARGLASS®, sont issues du bilan social 2011, du reporting Carbone 2011 (BELRON® Environment Reporting System), du baromètre Inergie Opinion pour CARGLASS® et du suivi assuré par les directions pilotes.

(*) Représentant ainsi 34% de nos achats en valeurs.

MERCI

À tous les collaborateurs et partenaires qui ont participé à ce rapport et témoigné de leurs actions et engagement.
Pour tout renseignement concernant la démarche Développement Responsable, contactez :
Céline Coulibre-Duménil au 01 41 30 07 01 ou par mail ccoulibre@carglass.fr

Directeur de la publication : Éric Girard - **Directeur de la rédaction :** Éric Dodin
Responsable de la rédaction : Céline Coulibre-Duménil
Ont collaboré à la rédaction : Claire Boilley
Crédits photos : Agence Le Square (Franck Benausse) - Grégoire Voevodsky - Éric Travers
Toutes les personnes photographiées dans le rapport sont des collaborateurs ou partenaires de CARGLASS®
Conception, réalisation : Agence Sidièse

CARGLASS® : 107, boulevard de la Mission Marchand - 92411 Courbevoie Cedex | Tél. : 01 41 300 300
CARGLASS® et son logotype sont des marques déposées de BELRON® S.A. et ses filiales.



Document imprimé par Point 44, entreprise Imprim'Vert® et certifiée ISO 14 001, procédé CtP, encre à base végétale.
Papier de fabrication française, Cocoon Silk, produit par Arjowiggins, composé de fibres 100% recyclées issues de la collecte sélective.



CARGLASS®