

Raison sociale : **SALTI-LOCATION**

Statut : S.A. à Conseil d'Administration

Activité : Location de machines et équipements pour la construction

C.A. : 66 millions d'euros (2013)

Effectifs : 370 salariés (2013)

Coordonnées : Rue des châteaux
ZI la Pilaterie BP 3041
59703 MARCQ-EN-BAROEUL

03 20 89 33 33
www.salti.fr

Date de création de l'entreprise : 1950

Rapport RSE : Non

Chartes et engagements :

- Charte d'achats
- Charte de marketing durable
- Démarche QSE - Global Compact
- Charte Politique Communication

Certifications reconnues :

- Certification MASE depuis 2009 (Manuel d'Amélioration Sécurité des Entreprises)
- En cours de certification ISO 14001

Bilan carbone : En cours, premiers travaux initiés en 2012 selon une méthode type ACV¹.

Bilan Gaz à Effet de Serre* : En cours

* Obligatoire pour les entreprises > 500 salariés

Prix et nominations : Non

Personnes rencontrées :

Jean-Sébastien GUIOT, PDG, jsguiot@salti.fr

Jean-Christophe GUIOT, DG, jcguiot@salti.fr

Barbara THESSE, Ressources Humaines, bthesse@salti.fr

François SALOMEZ, Communication & Marketing, fsalomez@salti.fr

Eric PICAVET, Achats, epicavet@salti.fr

Franck CHERUBIN, Achats, fcherubin@salti.fr

Guillaume TERNYNCK, QSE-RSE, gternynck@salti.fr

Partenaires :

- Réseau Alliances
- ARELI
- École de la 2^{ème} chance

¹ Analyse du Cycle de Vie

DÉMARCHE RSE DE L'ENTREPRISE

I – CONTEXTE ET ACTIVITÉ

Entreprise familiale créée en 1950, Salti est l'une des premières entreprises à se spécialiser dans la location de matériel à destination des professionnels du BTP et de l'industrie.

Salti dont le siège est à Marcq-en-Barœul (59), compte aujourd'hui 370 salariés et est présente partout en France au travers de 30 agences, toutes certifiées MASE². Salti prévoit l'ouverture de 2 agences en 2014 à Reims et Saint-Etienne.

Salti est spécialisée dans 4 activités : Élévation, BTP et industrie, Énergie et Robotage. Son slogan : « SALT, LOUEUR AU SERVICES DES HOMMES ». L'entreprise a, entre autre, participé à des constructions prestigieuses telles que le Tunnel sous la Manche, le Stade de France et le Grand Stade de Villeneuve d'Ascq.

En 2007, la 4^{ème} génération prend la direction de l'entreprise et inscrit, dans la stratégie de l'entreprise, la démarche de Développement Durable envers les clients et salariés.

Objectif : Permettre la transmission et la durabilité de l'entreprise par la mise en place d'une démarche RSE.

Parties Prenantes :

- **Actionnaires** : entreprise familiale avec un Conseil de surveillance composé de membres de plusieurs générations de la famille GUIOT dont Jean-Sébastien GUIOT (PDG) et Jean-Christophe GUIOT (DG) qui font perdurer la fibre entrepreneuriale.
- **Salariés** : encadrement (15), administratif, agents de maîtrise (87), techniciens, ouvriers (151) et employés (254).
- **Clients** : activité B to B dans le secteur du BTP (Eiffage, Bouygues, Rabot Dutilleul, Ramery, Eurovia), de l'énergie (Suez, Veolia), de l'industrie, pour les collectivités territoriales (mairie, conseil général...), dans le domaine de l'artisanat et pour des activités de niche comme l'éolien.
Répartition géographique : Élévation (toute la France), BTP et industrie (Grand Nord), Énergie (Grand Nord et Grand Ouest) et Robotage (Grand Nord et Grand Est).
- **Fournisseurs** : français ou européens, principalement allemands ; également nord-américains et japonais. 3 catégories : matériel (engins), bâtiments, achats indirects et fournitures.
- **Syndicats** : FO, CFDT et CGT.
- **Lycées professionnels** Lycée de St Louis (Armentières), Compagnons du Devoir (Villeneuve d'Ascq), l'AFPI ...

II – ENJEUX ET OBJECTIFS DE LA RSE DANS L'ENTREPRISE

« Une entreprise familiale ne parle pas en mois mais en générations.

La notion de RSE permet cette durabilité. »

Jean-Sébastien GUIOT

Enjeux majeurs : prendre en compte la dimension humaine dans les métiers de Salti, ainsi que la sécurité des hommes et du matériel et l'environnement.

Objectif global recherché : assurer le développement et la pérennité de l'entreprise, tout en construisant ensemble, avec les clients et les collaborateurs de l'entreprise, un monde meilleur.

² Manuel d'Amélioration Sécurité des Entreprises

III – LES DOMAINES D'ENGAGEMENTS DANS LA RSE

État des lieux de la démarche RSE de l'Entreprise réalisé à partir du Référentiel Bonnes Pratiques RSE Réseau Alliances-World Forum Lille.

1) Gouvernance : Manager son organisation avec transparence

11.01 Intégrer la RSE dans la stratégie de l'entreprise

11.05 Mettre en place un management participatif

En 2007, les valeurs de l'entreprise sont définies avec les salariés :

- « **Professionalisme** : spécialiste, conseil d'expert et service **7j/7** et **24h/24** » ;
- « **Esprit d'équipe** : accueillir, écouter, bâtir ensemble » ;
- « **Oser** : anticiper, entreprendre, innover » ;
- « **Développement Durable** : respect, progrès, sécurité ».

Les valeurs sont affichées dans l'ensemble des agences et visibles dans les outils de communication. Elles sont associées aux 3 piliers de la stratégie de développement de l'entreprise.

Les 3 piliers de la stratégie de développement :

- **la mission** : l'accompagnement par la réactivité, la disponibilité et l'efficacité dans la réalisation des projets ;
- **le métier** : la location de matériel ;
- **l'ambition** : que la compétence des salariés et la qualité du matériel deviennent la référence.

Profondément influencée par **les valeurs** et par **le respect de l'Homme**, qui est au cœur de l'entreprise, la stratégie de l'entreprise intègre la RSE dans une logique « salarié heureux, client satisfait ».

En 2009, Salti s'engage dans la **certification MASE** (Manuel d'Amélioration Sécurité des Entreprises). Chaque membre du Comité Opérationnel (COOP) a participé à la mise en place de cette certification.

En 2010, Salti réalise un **diagnostic RSE** avec Réseau Alliances pour identifier les axes forts et les axes d'amélioration de sa démarche RSE.

En 2011, le projet d'entreprise intitulé « Tous acteurs ! » est formalisé à l'occasion d'un séminaire réunissant le COOP et des responsables par métiers.

Ce Projet d'Entreprise s'articule autour de 6 grands axes :

- l'Homme au cœur de l'entreprise ;
- être aimé de ses clients ;
- entreprendre ;
- la sécurité ;
- le Développement Durable ;
- la communauté Salti.

Le **Projet d'Entreprise**, basé sur la **stratégie de développement**, a été influencé par les **valeurs familiales** que les collaborateurs souhaitent soutenir. Les pratiques, les codes et les valeurs se retrouvent sur la trentaine de sites en France et perdurent dans le temps.

Salti a une vision de long terme, continue à investir et renouvelle son parc pour se développer quel que soit le contexte économique (20 M€ en 2013).

Tous les ans, le COOP mesure les évolutions dans la mise en œuvre du projet d'entreprise, et revoit le cas échéant le projet. Tous les 2 ans lors de l'enquête menée auprès des collaborateurs, des questions leur sont posées sur la mise en œuvre des valeurs et des axes du projet.

Exemple d'application concrète de l'axe entreprendre : Salti permet à chacun de mesurer sa performance. Chaque responsable d'agence a accès au compte d'exploitation de son agence en temps réel, et chaque salarié a accès au CA en direct via l'intranet.

Exemple d'application concrète de l'axe sécurité : cet axe est prépondérant dans l'application du projet d'entreprise. Cela se voit au travers de la communication interne (les objectifs santé/sécurité sont précisés sur l'intranet ainsi que tout événement lié à la santé/sécurité : accidents, formations...).

Bien que Salti soit une entreprise familiale, le système de décision est très décentralisé. Ainsi, chaque service est représenté dans le COOP et **les choix stratégiques donnent systématiquement lieu à des échanges**, rarement imposés par la Direction Générale. La délégation et la confiance entre chaque membre des équipes sont systématiques.

Le COOP est composé des responsables de service (finances, informatique, exploitation, marketing, ressources humaines) ainsi que du DG et du PDG.

Le COOP se réunit tous les 15 jours. Les décisions et projets de l'entreprise sont exposés et discutés entre ses membres. Les interactions sont fortes entre le Conseil de Surveillance (qui valide la stratégie et les investissements) et le COOP. Un membre du COOP intervient au Conseil de Surveillance pour présenter les actions en cours.

Chaque lundi, Salti organise une réunion sur la santé/sécurité et l'environnement à laquelle participe un représentant des salariés (CHSCT³ ou représentant syndical) ainsi qu'un représentant de la direction, des ressources humaines, de l'exploitation et du QSE/RSE⁴. Pendant cette réunion, les informations transmises par les salariés sont analysées et une décision est prise quant à l'action à mener. De plus chaque salarié est contacté lors d'un accident ou d'une situation dangereuse ainsi qu'après son retour d'arrêt de travail pour s'assurer de son bien-être et de ses conditions de travail.

11.04 Définir et diffuser des engagements RSE

Les 6 axes du projet d'entreprise sont communiqués aux parties prenantes (salariés, clients, fournisseurs), ainsi que les engagements RSE par les différentes chartes mises en place au sein de l'entreprise : Charte Achats ; Charte du Marketing Durable ; Charte Politique Communication.

Salti a également signé le Global Compact en 2013.

11.07 Mettre en place une démarche de management de la mobilité (PDE)

Dans le cadre du Bilan Carbone®, une étude est réalisée sur les moyens de transports et des solutions alternatives sont proposées : covoiturage, transports en commun, vélos...

Pour les collaborateurs du siège, la société fournit des vélos (avec casques, gilets, etc.) aux collaborateurs arrivant à la station de métro. Ces **vélos d'entreprise** sont vérifiés par le service de garde de la société Transpole et sont mis à disposition des collaborateurs 24h/24h. 10 vélos et autant de collaborateurs les utilisent régulièrement.

Lors de la semaine du Développement Durable, une sensibilisation des collaborateurs sur le covoiturage a été réalisée.

12.01 Opter pour une communication responsable

12.02 Créer des outils de communication sur les engagements et les résultats de l'entreprise

- **Communication interne :**

La stratégie de l'entreprise est déclinée dans toutes les agences et chaque agence remonte en retour les informations (communication « up and down »).

Salti a développé un **intranet collaboratif et interactif** auquel tous les salariés ont accès :

- communication mensuelle sur l'activité, le chiffre d'affaire, les grands axes de développement de l'entreprise, les documents internes (sur la sécurité, la politique des ressources humaines...), les taux de fréquence et taux de gravité des accidents du travail ;

³ Comité d'Hygiène et Sécurité et des Conditions de Travail

⁴ Qualité Sécurité Environnement

- chaque événement ou réunion est filmé et la vidéo est mise en ligne sur l'intranet ;
- possibilité pour chaque salarié de commenter ou de poster une information sur l'intranet (sur le principe des réseaux sociaux) ;
- des rubriques participatives avec boîte à idées, veille marché et événements.

Chaque service est autonome pour alimenter le contenu de l'intranet. Cet outil permet aux salariés à la fois d'être informés et à la fois de communiquer, échanger en temps réel. Salti a renforcé sa communication interne grâce à son intranet devenu incontournable.

- **Communication externe :**

Salti a signé un **engagement de communication externe** porté sur les aspects et impacts environnementaux significatifs réels, sur l'état de la santé/sécurité des salariés, sur la formation...

Salti a rédigé sa **Charte de Marketing Durable** définissant les critères prioritaires de décisions et de choix de prestataires pour les objets publicitaires:

- matières recyclables et fabriquées à base de matières recyclées ;
- recherche systématique d'objets permettant de réaliser des économies d'énergie et des diminutions de déchets, de solutions d'emballages les plus pertinentes ;
- papiers PEFC et FSC, impressions sur papier recyclé et utilisation d'encre végétale ;
- label Imprim'vert ou équivalent souhaité ;
- priorité donnée aux circuits courts d'approvisionnement.

Chaque objet publicitaire est sujet d'une étude sur le procédé de sa fabrication. Par exemple, des stylos à base de maïs ont été commandés.

Salti favorise le plus possible la production locale : ainsi, 7000 T-shirts ont été conçus en Espagne (marché de proximité pour ce produit) et le marquage fait à Roubaix.

Salti organise également des **concours pour fédérer ses parties prenantes** :

- le concours du meilleur dessin d'enfants des salariés ;
- le concours photos « wearesalti.com » ouvert à toutes ses parties prenantes : le principe consiste à coller un autocollant avec le logo Salti sur un support (mur, voiture, abris bus, casquette...) et de le prendre en photo. Les meilleures photos sont sélectionnées et les gagnants reçoivent un chèque cadeau.

→ **Bonne Pratique : Une communication transparente et collaborative chez SALTi**

<http://www.reseau-alliances.org/bonnes-pratiques/moteur-de-recherche/une-communication-transparente-et-collaborative-chez-salti.html>

14.02 Accompagner ou sensibiliser à une démarche de Développement Durable

Salariés :

• **Semaine du Développement Durable** depuis 2013, challenge entre agences à l'initiative des services centraux :

- sensibilisation aux abeilles avec l'installation de 3 ruches (siège). Rollecte du miel par les salariés, distribution d'un pot de miel à chaque salarié – Action très fédératrice ;
- challenge covoiturage ;
- vente de produits bio.

Chaque action réalisée au siège est filmée et retransmise aux agences par webcam. Tous les salariés sont investis. Une quinzaine de personnes animent et organisent.

• Réunion régulière d'un **groupe de progrès** représentant les différents services de Salti sur les thématiques du Développement Durable afin de renforcer sa stratégie environnementale. Environ 15 personnes tous les 3 mois.

- Mugs offerts dans l'entreprise pour réduire l'utilisation des gobelets en plastique.
- Sensibilisation à la conduite éco-responsable.

Clients :

- En 2012, Salti a proposé à ses clients de planter un arbre avec l'association

Reforestation.
 - Les clients ont été conviés lors de l'installation des ruches au siège.
 Salti valorise les pratiques du sport auprès de ses clients et les invite à participer aux événements (Louvre Lens, Red HEI...).

Fournisseurs :

- Le bilan carbone des machines est demandé aux fournisseurs ce qui participe à leur sensibilisation.

2) Droits de l'Homme : Respecter les droits essentiels de la personne

22.01 Mettre en place une politique de la diversité au sein de l'entreprise

Salti recrute des spécialistes en mécanique (80% de l'effectif) qui présentent des aptitudes techniques mais surtout, un savoir être lié aux valeurs familiales de l'entreprise.

Un collaborateur potentiel qui présente des valeurs similaires à celle de l'entreprise et qui est capable de s'intégrer aux équipes sera préféré à un autre collaborateur potentiel compétent mais ne partageant pas totalement les principes de l'entreprise. **Le savoir-être du futur collaborateur est primordial dans le recrutement.**

Salti reçoit de Pôle Emploi tout type de candidatures et recrute également des intérimaires. Les sélections se font via des entretiens et une étude graphologique. Salti considère la personne en intérim comme un salarié en CDI.

Un **Accord Génération** est signé en 2013 et Salti s'engage à :

1. Réaliser un diagnostic préalable de poste.
2. Favoriser l'emploi des jeunes de moins de 26 ans : intégration, parrain, recours à l'alternance et aux stages avec l'objectif de 4 % de l'effectif annuel moyen en contrat d'apprentissage ou de professionnalisation et 10 stagiaires par an.
3. Maintenir le pourcentage de salariés de 57 ans et + à hauteur de 1,4% de l'effectif total pendant 3 ans, recruter 1 candidat de + 55 ans tous les 3 ans (amélioration des conditions de travail et prévention des situations de pénibilité, entretien professionnel de seconde partie de carrière à partir de 45 ans).
4. Mettre en place des binômes d'échange de compétences entre des salariés expérimentés et des jeunes (sur la base du volontariat).

22.03 Favoriser l'égalité des chances femmes hommes (métier, salaire, poste à responsabilité...)

L'effectif est, de par le métier d'origine, plutôt masculin : ateliers de mécanique, réparation de machines.

Malgré un engagement pour favoriser la parité homme/femme, compte tenu des fonctions techniques recherchées, l'entreprise compte aujourd'hui 15% de femmes.

Un **accord parité Homme/femme** a été conclu en 2012.

22.04 Favoriser l'emploi des personnes en situation de handicap

Le taux d'emploi des personnes handicapées est de 6%.

Adaptation des postes par des EPI⁵ spécifiques : gants à 4 ou 3 doigts, sièges spécifiques...

3) Relations/conditions de travail : Valoriser l'Homme

31.02 Mettre en place une politique d'accueil et d'intégration

Objectif : s'assurer que chaque nouvel embauché a connaissance de l'ensemble du mode de fonctionnement de l'entreprise, en particulier de l'aspect sécurité.

L'intégration et le bien-être des collaborateurs est la priorité en termes de ressources humaines.

Concernant l'intégration par exemple, Salti a un plan d'accueil pour les nouveaux arrivants et pour les prises de postes. Les nouveaux arrivants suivent une formation au siège où ils parcourent les métiers de l'entreprise pour mieux comprendre les enjeux et les tâches effectuées par

⁵ Equipement de Protection Individuelle

l'ensemble des catégories de métiers.

Chaque nouvel entrant suit un **processus d'intégration** très précis :

- désignation d'un parrain (personne de même niveau hiérarchique) ;
- remise d'un classeur d'accueil complet.

Contenu du classeur d'accueil :

- Le reçu sécurité à remettre signé 1 heure après l'arrivée dans l'entreprise et avant tout travail, adapté selon le contrat
- Le règlement intérieur
- La Charte Qualité Accueil clients
- Les valeurs de Salti
- Le Projet d'Entreprise
- Présentation de l'entreprise, le statut collectif, la représentation du personnel, les organismes sociaux, les axes stratégiques
- Livret sécurité
- Lettre de missions et formulaire d'entretien professionnel annuel
- Les organigrammes par activités et organigramme de la société
- Descriptif du régime de mutuelle
- Le catalogue des produits

Un **Retour d'Expérience** est fait le mois suivant l'arrivée du collaborateur, puis un **Rapport d'Étonnement**, deux mois après l'embauche. Les rapports font l'objet d'un compte rendu lors des réunions du Comité Opérationnel, tous les trimestres. Des actions peuvent ainsi être mises en place et des retours sont systématiquement faits vers le nouveau collaborateur.

Salti a mis en place un programme d'embauche de contrats professionnels et contribue au versement de la taxe d'apprentissage.

→ **Bonne Pratique : SALTi privilégie l'intégration et le bien-être des collaborateurs pour réussir**
<http://www.reseau-alliances.org/bonnes-pratiques/moteur-de-recherche/salti-privilegie-integration-et-le-bien-etre-des-collaborateurs-pour-reussir.html>

31.03 Développer la formation et/ou la promotion

32.01 Instaurer des formations et des politiques de prévention des risques

Objectif : développer un accompagnement personnalisé et mettre l'accent sur la formation à la sécurité et sur les gestes et postures à adopter. Le droit à l'erreur est possible et il est accepté par la Direction Générale.

Conscient de la valeur de ses collaborateurs, Salti a mis en place un **plan de formation** exigeant:

- La part de la masse salariale brute allouée à la formation s'élève à **3%** (la proportion légale étant de 1,6%, ce à quoi la convention collective ajoute +0,2% = 1,8%).
- **50%** des collaborateurs doivent recevoir une formation par an. Le budget alloué est donc passé d'environ **150k€ à 300k€** de 2010 à 2013.
- Formation de tous les chauffeurs, gestionnaires référents et autres postes dans le cadre de la prise de fonction ou d'une remise à niveau (formation de 2 semaines à 1 mois avec accompagnement par un spécialiste du métier).
- Déplacements fréquents en agence de certains salariés pour accompagner les nouveaux entrants ou ceux en difficulté (ex : suivi commercial ou formation dépannage).

Salti considère que **la formation est un outil de prévention indispensable et un moyen de maintenir l'employabilité des salariés.**

Objectif et contenu du plan de formation :

- passer en revue les différents besoins de tous les services de l'entreprise ;
- prendre en compte les demandes des salariés émises lors des entretiens annuels ;
- prendre en compte les besoins en développement des talents et les faire **évoluer**.

La politique de formation est régulièrement améliorée pour répondre aux engagements de

l'entreprise, à ses objectifs et aux nouvelles réglementations en vigueur. Elle s'oriente davantage vers le **développement des compétences** professionnelles fondamentales qui améliorent les capacités à répondre aux besoins de leurs missions tout en respectant la sécurité et l'environnement. Cette politique est applicable, que la personne soit en **contrat à durée indéterminée, déterminée ou en contrat de travail temporaire**.

La politique de formation est orientée vers le développement des compétences techniques mais aussi vers des compétences humaines (comportement, management...).

Les **formations techniques** sont, pour certaines, réalisées en interne car le métier exige des compétences que l'on ne trouve pas facilement sur le marché de l'emploi et de la formation (formation à la conduite d'engins spécifiques, formations techniques et mécaniques, etc.).

Salti forme ses mécaniciens (80% des collaborateurs) auprès des meilleurs constructeurs de machines (formation particulièrement difficile à organiser mais très enrichissante ; 3 formations constructeurs /an).

Autres formations :

- **Formation habilitation électrique**, lancée depuis le système d'amélioration de la santé/sécurité MASE.
- **Formation gestes et postures**.
- **Formation AMPHASE** : habilitation chimique/pétrochimique.
- **Formation aux méthodes de management** une fois par an pour les responsables d'agence et en fonction des besoins particuliers de salariés (gestionnaires sites). Une des catégories de métiers va par exemple, recevoir prochainement une formation spécifique à la maîtrise des entretiens annuels (feed-back du collaborateur, atteinte des objectifs, motivation...).
- Projet formation incendie pour les gestionnaires référents en avril 2014.

Salti fait appel à des prestataires externes pour les formations sauf pour la formation sur une machine spécifique et les nacelles car une personne est habilitée en interne.

Le service RH a mis en place un **système d'information** sur les dates de fin de validité des formations : SIRH (Système d'Information des Ressources Humaines). Le logiciel utilisé est ARCOL.

→ **En 2013, 176 salariés ont été formés.**

Des causeries sont organisées tous les mois sur tous les sites autour des sujets santé, sécurité et environnement.

→Projet de sensibilisation et de formation des salariés sur les Troubles Musculo-Squelettiques (TMS) et les gestes et postures en 2014.

L'**outil intranet** permet de mettre en lumière les différentes évolutions dans l'entreprise, grâce à la rubrique « **Ça bouge dans le groupe** ». Cela permet de valoriser les salariés les plus méritants qui ont évolué, mais aussi de montrer les différentes possibilités d'évolutions de façon concrète. Les postes à pourvoir dans l'entreprise sont systématiquement communiqués via cet intranet (rubrique « **Postes à pourvoir** »), afin que chaque salarié intéressé puisse se positionner. Salti étudie en priorité les candidatures internes pour laisser la possibilité aux salariés de saisir ces opportunités.

→ **Bonne Pratique : SALTi privilégie l'intégration et le bien-être des collaborateurs pour réussir**
<http://www.reseau-alliances.org/bonnes-pratiques/moteur-de-recherche/salti-privilegie-lintegration-et-le-bien-etre-des-collaborateurs-pour-reussir.html>

32.02 Adapter les postes de travail

Salti souhaite améliorer continuellement les conditions de travail. A titre d'exemple, les marteaux piqueurs sont équipés d'équipements anti-vibrations afin de limiter au maximum les gênes lors de leur utilisation des matériels.

Salti adapte les postes de travail en fonction des capacités des salariés et propose dans certains cas un changement de poste (cas de restrictions médicales ou cas d'handicap temporaire par exemple).

Des instructions de travail (port de charge par exemple) permettent d'assurer l'application des bonnes pratiques pour améliorer le confort des collaborateurs.

33.01 Favoriser le dialogue social

Depuis 5 ans, une **enquête collaborateur**, réalisée tous les 2 ans, permet de recueillir, de façon anonyme, le degré d'épanouissement des collaborateurs (mesure de la satisfaction globale et expression libre ; taux de participation : 47%). Cette enquête permet également de définir les axes de progrès et de capitalisation dans toutes les décisions futures. Par exemple, le manque de visibilité sur les possibilités d'évolutions dans l'entreprise a motivé l'entreprise à intégrer des questions supplémentaires dans l'entretien annuel et à communiquer encore plus sur l'intranet sur les changements de postes qui ont lieu régulièrement dans l'entreprise.

Les besoins sont analysés régulièrement et la politique est mise à jour ainsi que le plan de formation.

Les entretiens annuels, mis en place pour tous, permettent de remonter les volontés de collaborateurs sur d'éventuels besoins en formation mais aussi le souhait d'ajouter d'autres missions, voire d'évoluer professionnellement. Pour compléter ces entretiens annuels, **des entretiens « plaisirs/déplaisirs »** se développent progressivement.

D'autre part, les réunions santé/sécurité du lundi permettent de renforcer le dialogue social.

33.02 Favoriser un meilleur équilibre vie privée / professionnelle

Les salariés respectent des horaires permettant d'allier la vie privée à la vie professionnelle : pas de travail de week-end, pas de réunion tard le soir et souplesses des horaires.

Les familles des salariés sont invitées à participer à plusieurs événements dans l'année :

Chaque année, des concours sont organisés afin de fédérer les salariés autour de l'entreprise.

Les salariés, à travers leurs voyages (**Concours photo « Mon Tshirt Salti me suit partout »**) mais aussi leurs enfants (**Concours de dessins « Dessines moi Salti »**), développent ainsi leur fierté d'appartenance et leur adhésion aux valeurs de l'entreprise. Cela permet de créer un échange au sein des familles des travaux menés par les parents dans la vie professionnelle.

Invitation au cirque pour faire participer la famille des salariés à l'environnement de l'entreprise.

33.03 Favoriser le bien-être au travail

Salti a mis en place un certain nombre de dispositifs qui permettent de donner une valeur supplémentaire au métier et à l'entreprise. Ainsi pour motiver ses collaborateurs et développer l'esprit d'équipe, Salti a déployé le « **Réveil Musculaire** », qui permet à chacun de s'échauffer de façon ludique et de créer un esprit convivial dès la première heure : un coach sportif ou les salariés volontaires animent l'échauffement selon un programme progressif et interactif (exercices en équipe...). Pour l'instant, mise en place du réveil musculaire sur la base du volontariat au siège (10 personnes sur 20 participent).

→ Objectif : réduire de 30 % les accidents du travail.

Salti organise 2 semaines spéciales par an autour du Développement Durable (cf : 14.02) et autour du bien-être. C'est l'occasion de réunir et de sensibiliser les salariés.

Semaine du bien-être :

- a permis de lancer le « Réveil Musculaire »;
- une diététicienne a proposé au siège un menu équilibré un midi de la semaine. Un film est retransmis dans chaque agence par webcam ;
- corbeille de fruits avec le challenge fruité ;
- massages ;
- challenges sportifs entre agences ;

Des rassemblements sont programmés régulièrement, afin que les représentants de chaque métier puissent échanger avec leurs homologues de la France entière. Cela facilite notamment les échanges et aussi le développement des « best practices ».

Sur le fonctionnement local (agence, services centraux, ...), les salariés ont la possibilité d'organiser deux fois dans l'année un repas permettant de créer des liens dans les équipes (à l'occasion du printemps – barbecues – ou de la St Eloi par exemple).

Chez Salti, le sport a une place importante. De gros événements sportifs sont organisés dans l'année (Route du Louvre, Raid HEI, Challenge du Héron, ...) pour permettre aux salariés de pratiquer du sport en toute convivialité.

Mise en avant du sport : **un budget supplémentaire de 5000€ est alloué au CE pour promouvoir le sport et fédérer les équipes.**

Salti est une entreprise familiale qui entretient des **relations de proximité avec ses salariés**. Elle prend en compte les difficultés de ses salariés au-delà des obligations légales. Par exemple, Salti a lancé l'aide psychologique pour les salariés en besoin, en partenariat avec une mutuelle.

→ **Bonne Pratique : SALTi privilégie l'intégration et le bien-être des collaborateurs pour réussir**
<http://www.reseau-alliances.org/bonnes-pratiques/moteur-de-recherche/salti-privilegie-integration-et-le-bien-etre-des-collaborateurs-pour-reussir.html>

4) Environnement : Préserver la Planète

Salti est en cours de certification ISO14001. Le système de management de l'environnement est déjà en place mais non certifié.

41.01 Réduire, valoriser et recycler ses déchets

41.02 Eliminer ou réduire l'impact des déchets à haut risque

Salti favorise le tri, le recyclage et la valorisation des déchets :

- bennes pour le tri des déchets industriels et tri des déchets dangereux ;
- impacts liés à la maintenance : séparation des huiles des eaux de lavage et dépollution avant rejet dans le réseau. Les aires de lavage de Salti sont équipées de séparateurs d'hydrocarbures (ou en cours d'installation pour les plus récentes). Cela représente un investissement d'environ 20k€ par site ;
- **cuve de récupération des eaux de pluies** dans les stations de lavage (30000 L) ;
 - Objectif : équiper 3 agences/an
- solutions pour les anciens engins : soit revendus, soit repris par le constructeur, soit mis au rebus au sein d'une filière spécialisée (filière qui doit encore s'organiser) ;
- partenariat avec des organismes spécialisés agréés qui gèrent la vie des déchets (huiles, batteries, filtres,...) ;
- dans les bureaux et dans les ateliers, récupération du papier en partenariat avec une société locale d'insertion et d'initiatives pour la récupération et la revalorisation de ces déchets et suppression de la majeure partie des imprimantes (plus de 20 imprimantes remplacées par deux imprimantes uniques placées dans les couloirs) ;
- intégration de ces problématiques dans la politique d'achats responsables : analyse du cycle de vie des produits, sélection de produits issus du recyclage...
- dons des anciens ordinateurs aux associations, écoles et clubs qui le souhaitent. Valorisation également via Envie 2e qui collecte, traite et valorise les déchets d'équipements électriques et électroniques tout en contribuant à la remise à l'emploi durable de ses salariés sur le secteur marchand.

42.05 Utiliser des produits ou services éco-conçus

- Suite à des demandes clients Salti, loue du matériel hybrides Bi-énergie ou électriques notamment pour réduire le bruit. A ce jour sur les 3500 nacelles, 60 sont Bi-énergie.
- Utilisation d'huiles biodégradables et de kits anti-pollution dans les machines.
- Un travail est en cours sur les groupes électrogènes silencieux.
- Charte du Marketing durable (cf : 12.01 et 12.02).

43.01 Mettre en place des projets d'économies d'énergie et de réduction de GES

Salti est particulièrement concernée par la problématique de la pollution de l'air due aux hydrocarbures produits par les engins.

- Tous les engins sont équipés de filtres et de kits anti-pollution, bacs de rétention sur les machines/compresseurs.
- Renouvellement régulier du parc en choisissant les fournisseurs les moins polluants.
- Dépanneurs équipés d'absorbants pour diminuer l'impact environnemental des

- dépannages. Formation des collaborateurs sur ces problématiques.
- Système WIDRIVE permettant une réduction de la consommation en eau et des émissions polluantes.
 - Les rejets de poussières sont diminués grâce au système d'aspiration des fines particules.
 - Les groupes électrogènes et la majorité des compresseurs de chantier utilisés sont pourvus d'un bac de rétention.

Des mesures de consommations énergétiques sont mises en place sur les bâtiments.

- Des détecteurs de mouvements dans les sanitaires afin de limiter la consommation en énergie.
- Sensibilisation des collaborateurs aux économies d'énergie.
- Les ordinateurs s'éteignent automatiquement tous les soirs et se mettent en veille en cas d'inactivité.
- Une majorité des serveurs informatiques sont virtualisés et regroupés sur un seul et même serveur physique ce qui représente 30% de consommation énergétique en moins par an.
- Installation de panneaux photovoltaïques dans certaines agences, comme à Boulogne avec retour sur investissement dans 20 ans.

43.02 Établir un bilan carbone et un suivi d'actions mesurables

En 2012, analyse du cycle de vie de tous les engins.

Le bilan carbone et le bilan de gaz à effet de serre sont en cours (fin prévue au 1^{er} trimestre 2014).

→Projet : proposer aux clients un poids carbone pour chaque location et/ou de compensation de la pollution par la plantation d'un arbre.

46.01 Optimiser la logistique

Les transports internes sont optimisés dans le cadre des approvisionnements en matériel : les camions partent avec des chargements optimisés et complets, déchargeant leur matériel sur plusieurs sites en un seul trajet.

Un service de transport s'assure de cette pratique. D'autre part, des voitures Salti permettent aux collaborateurs d'effectuer des trajets pour le transport de petit matériel par exemple plutôt que de transiter en camion.

Un système de navette interne a été mis en place en interne et permet à chaque salarié allant d'un site à un autre (principalement en région lilloise), d'emporter le courrier destinée à l'agence visitée.

5) Bonnes Pratiques d'affaires : Être acteur loyal et responsable sur les marchés

51.01 Mettre en place une relation durable avec les fournisseurs

51.02 Intégrer des critères de responsabilité sociétale dans la politique d'achats

Salti entretient des relations directes et de long terme avec ses fournisseurs. Certains travaillent avec Salti depuis sa création. Ses fournisseurs ont une politique environnementale et sociétale claire et structurée.

Les achats sont formalisés par des appels d'offre intégrant des critères RSE (certification, lieu de production des machines). Des documents sont demandés aux fournisseurs pour prouver leurs déclarations. L'enjeu majeur pour Salti est la sécurité. Les fournisseurs sont déréférencés s'ils ne fournissent pas les preuves demandées. Le prix n'est pas le seul critère de choix. Des contrôles sont réalisés chez les fournisseurs hors Europe.

Le bilan carbone des machines est demandé aux fournisseurs, ce qui participe à leur sensibilisation.

Salti questionne ses fournisseurs sur les aspects QSE et RSE à l'aide d'un questionnaire. Ce questionnaire est mis à jour régulièrement. Salti étudie le lancement d'un questionnaire par la structure AFNOR-ACESIA, axé sur la RSE.

Salti a signé en 2013 le Global Compact du PNUE (Programme des Nations Unies pour l'Environnement) et s'est ainsi engagée à respecter les 10 principes (Droits de l'homme, Droit du

travail, Environnement, Lutte contre la corruption ...).

Salti a établi une charte d'achats à destination des acheteurs en interne et de ses fournisseurs :

➤ **Droits de l'Homme et normes de travail**

Salti s'est engagée à respecter les Droits de l'Homme et demande à ses fournisseurs de les respecter, s'agissant notamment du travail des enfants en-dessous de l'âge légal, de la lutte contre le travail forcé.

➤ **Sécurité et santé**

Salti a décidé de certifier l'ensemble de son réseau avec la certification MASE en vue de prévenir la sécurité et la santé des salariés et des personnes qui interviennent sur les sites et les chantiers. Salti s'assure que ses fournisseurs respectent les exigences imposées par la certification MASE.

➤ **Environnement**

Salti envisage de formaliser ses engagements environnementaux à travers la certification ISO 14001. Le système de management de l'environnement est déjà en place et permet déjà de communiquer auprès des parties prenantes (dont les fournisseurs).

➤ **Cadeaux, dons et conflits d'intérêts**

Les acheteurs de Salti ne peuvent ni offrir, ni recevoir de cadeau ou toute autre forme d'avantages qui pourraient influencer une décision commerciale.

➤ **Anti-corruption**

Salti demande le respect de ce code de conduite à l'ensemble de ses partenaires et à toutes les parties prenantes (fournisseurs, sous-traitants, clients, salariés) en se réservant le droit de faire des contrôles sur son application et d'interrompre toute relation commerciale sans préavis et sans indemnité si elle juge le comportement de ses parties prenantes inapproprié et en contradiction avec ce code de conduite.

51.03 Privilégier l'approvisionnement de proximité

Pour les achats de prestations de services, Salti privilégie les fournisseurs locaux : entretien, réparation, gardiennage, outillage.

Salti privilégie les véhicules émettant peu de CO₂. Cette démarche l'amène à se tourner vers des achats locaux : Salti travaille le plus possible avec des fournisseurs implantés à faible distance des sites.

Pour les investissements matériels, Salti sélectionne uniquement des produits respectant les normes RoHS (Restrictions of Hazardous Substances : directive européenne visant à limiter les substances nocives dans les produits électroniques).

6) Clients et Consommateurs : Respecter leurs intérêts

61.01 Assurer une gestion responsable de la relation clients et consommateurs

Salti propose à ses clients une large gamme de produits (600 références) et des contrats sur mesure. Chaque location fait l'objet d'une procédure rigoureuse de contrôle du matériel pour garantir aux clients une sécurité optimale et les informations liées à la sécurité sont fournies aux clients. Salti assure un service de maintenance et de livraison 24h/24 et 7j/7. Salti propose également de mettre à disposition des chauffeurs avec la location des machines.

L'entreprise fidélise ses clients en privilégiant **les relations de proximité et de long terme**. Les commerciaux jouent un rôle essentiel dans cette relation. Salti est bien ancré sur son territoire.

Une enquête satisfaction a été réalisée en 2008 et 2010 : **64% des clients se sont déclarés satisfaits, 23% se sont déclarés très satisfaits**.

Des enquêtes ponctuelles sont réalisées pour les gros clients.

Un questionnaire de fin de travaux est distribué.

Un page facebook présente les nouveaux produits et met l'accent sur la sécurité.

Projet : créer une plate-forme ouverte sur laquelle les parties prenantes pourront poster du contenu et qui permettra d'avoir des retours clients (positifs ou négatifs) en temps réel. Souhait de renforcer la proximité avec les clients et de répondre aux mieux à leurs besoins.

62.02 Sensibiliser aux risques et éduquer à la santé

Projet : former les clients aux gestes et postures

Préserver notre dos : action renforcée pour la partie du corps la plus exposée : après analyse, le premier poste d'accident est le dos, raison pour laquelle Salti souhaite rassembler ses collaborateurs autour de ce thème. Plusieurs actions phares doivent permettre de sensibiliser et d'éduquer de manière très concrète sur ce risque : formations, exercices, communications flash, sensibilisations en agence...

7) Engagement sociétal : Allier les intérêts de l'entreprise et ceux de la Communauté

71.03 Créer des liens de proximité par des actions solidaires, locales...

L'entreprise adopte une posture volontaire d'accompagnement de ses salariés dans leur vie associative ou leur pratique sportive. Ainsi, des demandes de **sponsoring** sont possibles, que ce soit pour récolter des lots (fêtes des écoles, kermesses, ...) ou pour subventionner les associations dont les salariés sont acteurs (clubs sportifs, participations à des RAID, ...).

- Salti est sponsor du LMR (Lille métropole Rugby)
- Salti est impliqué dans la commission locale du DLR (Distributeur Loueur Réparateur) et dans le syndicat ERA (European Rental Association).

72.02 Créer des liens avec les jeunes et les écoles

ARELI : suivi de 3 à 4 jeunes chaque année.

Taxe d'apprentissage versée à Ecole de la 2^{ème} chance (projet en cours de construction pour investir les membres du COOP puis tous les salariés dans des projets avec l'E2C).

Liens avec les lycées professionnels : présentation du métier.

Présentation des machines.

Contrats de professionnalisation (CQP) : environ 15 jeunes sont accompagnés dans leur professionnalisation.

Jean-Sébastien GUIOT est parrain de Nord Entreprendre et accompagne 3 jeunes.

IV – INVESTISSEMENTS ET MOYENS MIS EN ŒUVRE POUR DÉPLOYER CETTE DÉMARCHE

Humains : 1 coordinateur (service QSE), groupes de travail regroupant tous les métiers.

Matériels : informatique, déplacements, puis selon les activités : affiches, coachs sportifs, paniers de fruits bio, ruches, sites web, ...

Financiers : Formation (300k€)

V- FACTEURS CLÉS DU SUCCÈS

- Engagement fort du comité opérationnel
- Projet co-construit avec les salariés

VI – PRINCIPAUX BÉNÉFICES POUR LES PARTIES PRENANTES

Partie prenante	Description synthétique des bénéfices obtenus
Actionnaires	Assurer dans le temps, sur plusieurs générations, la pérennité de l'entreprise
Salariés	Sécurité, bien-être, implication, fierté d'appartenance, développement de l'employabilité, plan de carrière Respect des valeurs de l'entreprise
Fournisseurs	S'assurer un service de qualité et engagé aux côtés de l'entreprise
Clients	Travailler avec une société de forte conviction
Environnement	Limiter l'impact des activités
Cité	S'assurer que la Cité soit partie prenante et profite des bénéfices

VII – CONTRIBUTION DE LA RSE À LA PERFORMANCE ÉCONOMIQUE DE L'ENTREPRISE

o Indicateurs économiques

Nature	Montant
Chiffre d'affaires HT 2013	66 187 606,86 €
Chiffre d'affaires HT 2012	66 603 113,56 €

o Satisfaction client (si l'entreprise procède à des enquêtes clients)

- Avez-vous réalisé une enquête satisfaction auprès de vos clients ? **OUI**

- Une enquête globale à destination de tous les clients a été réalisée en 2010 afin d'identifier les axes d'amélioration.

64% des clients se sont déclarés satisfaits, 23% se sont déclarés très satisfaits.

Salti peut s'améliorer dans le domaine de l'assistance et du dépannage. Aucune question liée à la RSE n'a été soulevée.

o Actionnaires :

- Amélioration de l'image de l'Entreprise ? **OUI** Les actionnaires (entreprise familiale) évaluent l'« image » de la société tout comme les collaborateurs cités précédemment (par groupes de travail métiers).

Évolution de la croissance, des bénéfices et du résultat sur les 3 dernières années ? **Croissance de +5% en masse salariale, +8% en nombre de sites.**

VIII – INDICATEURS DE PERFORMANCE SOCIALES

→ RESSOURCES HUMAINES

○ **RÉPARTITION FEMME / HOMME***

	Femmes			Hommes			Total		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Effectif salarié au 31 décembre :	49	53	55	298	311	309	347	364	364
Dont CDI	39	46	47	271	286	280	310	332	327
Dont CDD	3	2	6	2	6	8	5	8	14
Dont intérimaires	5	0	0	15	8	10	20	8	10
Dont contrats en alternance	2	5	2	10	11	11	12	16	13
Direction	0	0	0	3	3	3	3	3	3
Cadre	2	2	1	19	19	15	21	21	16
Agent de maîtrise	3	3	4	39	41	39	42	44	43
Employé	26	24	26	26	21	20	52	45	46
Ouvrier	0	0	0	148	155	157	148	155	157
Techniciens	18	24	24	66	75	78	84	99	102
Répartition par tranche d'âge :									
- moins de 35 ans	29	32	31	153	153	153	182	185	184
- entre 35 et 50 ans	18	17	19	119	131	127	137	148	146
- plus de 50 ans	2	4	5	26	27	29	28	31	34

* Bilan social obligatoire pour les entreprises > 300 salariés

Accord ou plan d'action égalité Hommes/ Femmes obligatoire pour les entreprises > 50 salariés

○ **EMPLOI DE TRAVAILLEURS HANDICAPÉS**

	2011	2012	2013
Taux d'emploi des handicapés*, y compris intérim et ateliers protégés	6%	6%	6%
Montant de la contribution versée à l'AGEFIPH	0	0	0

* Taux légal pour entreprises > 20 salariés : 6% de l'effectif total

○ **EMPLOI DES JEUNES ET DES SENIORS**

	2011	2012	2013
Moyenne d'âge des collaborateurs	36	36	36
Effectif des CDI de moins de 25 ans	30	33	28
Effectif des CDI de plus de 50 ans*	26	30	33

* Plan sur l'emploi des seniors obligatoire pour les entreprises > 50 salariés

○ **FIDÉLISATION - TURN OVER - SANTÉ SÉCURITÉ**

	2011	2012	2013
Turn Over* :			
- En nombre de salariés	39	35	43
- En %	26.2%	22.9%	22.6%
- Par sexe : femmes	13%	20%	26%
- Par sexe : hommes	22%	16%	15%
- Par zone géographique	Toute zone	Toute zone	Toute zone
Taux de fréquence des accidents du travail	44,4	34,15	47,43
Taux de gravité des accidents du travail	1,65	1,18	2,34
Taux d'absentéisme maladie	2,3%	2,9%	2,1%

* Tenant compte uniquement des arrivées et des départs en CDI

Baisse du turnover entre 2011 et 2013. Par sexe, la tranche des femmes est en augmentation sur cette période mais est à comparer avec le nombre total de femmes.

○ **FORMATION - DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES - PROMOTION**

	2011	2012	2013
% de la masse salariale consacré au plan de formation (indépendamment de l'alternance et du DIF)*	1.5%	3%	3%
% de salariés ayant bénéficié d'une formation dans l'année	181	181	201
% de salariés ayant bénéficié d'un entretien d'évolution de carrière et d'évaluation	90%	95%	96%
% de salariés ayant bénéficié d'une promotion (changement de coefficient ou de catégorie)	6%	6%	6,6%
Nombre moyen d'heures de formation/salarié/ catégorie :			
- Cadres	-	248.50	231
- Employé	-	801	1318
- Ouvrier	-	2702	1292

* taux légal < 10 salariés : 0.40 % de la masse salariale

* taux légal > 10 salariés : 0.90 % de la masse salariale

○ **RÉMUNÉRATION**

Comment situez-vous la rémunération moyenne de vos salariés par rapport à celle de votre secteur d'activité ?			
	En-dessous	Égale	Au-dessus
Cadres		X	
Maîtrise		X	
Employés / Ouvriers		X	

○ **PARTICIPATION ET INTÉRESSEMENT**

	Oui	Non
Proposez-vous une participation * à vos salariés ?	X	
Proposez-vous des intéressements à vos salariés ? (prime, 13 ^{ème} mois, ..) ?	X	
Proposez-vous un actionnariat salarié ?		X

* Obligation légale pour les entreprises > 50 salariés

○ **CLIMAT SOCIAL**

	Oui	Non
Avez-vous des indicateurs ?	X	
Avez-vous réalisé une (des) enquête(s) ?	X	
Si oui, quel est le taux de participation ?	47%	

○ **REPRÉSENTATION DU PERSONNEL**

	Oui	Non
Avez-vous :	X	
- des délégués syndicaux ?*	X	
- des délégués du personnel ?**	X	
- un Comité d'Entreprise ?***	X	
- un Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail (CHSCT) ?***	X	

*obligatoire pour entreprise > 50 salariés si présence d'une organisation syndicale

**obligatoire pour entreprise > 11 salariés

***obligatoire pour entreprise > 50 salariés

→ FOURNISSEURS

- A quelle fréquence auditez-vous vos fournisseurs ? **Fréquence annuelle.**

	2011	2012	2013
Quel est le pourcentage de fournisseurs audités ?	20%	20%	20%

Ce pourcentage est lié au nombre de fournisseurs total (tous confondus) et non proportionnel au nombre de matériels ou importance au regard de l'activité. Sinon 100% pour les fournisseurs de matériel.

- Quels sont les résultats de ces audits ?

Ces audits sont des audits d'appréciation et non de notation. Ils sont utilisés pour identifier les risques et choisir les fournisseurs les plus appropriés. L'entreprise n'a donc pas de « pourcentage par catégories ».

- Avez-vous identifié des activités à risque ? **Oui**

Selon les secteurs, certains des fournisseurs peuvent être soumis à des contraintes externes qui sont identifiées et pour lesquels des solutions alternatives sont recherchées, y compris substitution du fournisseur.

IX – INDICATEURS DE PERFORMANCES ENVIRONNEMENTALES

o GESTION DES DÉCHETS

Nature des déchets	Mesure ? Oui/non	2011		2012		2013	
		Nb total de tonnes	% recyclé ou valorisé	Nb total de tonnes	% recyclé ou valorisé	Nb total de tonnes	% recyclé ou valorisé
Batteries	oui	14,154	100%	19,351	100%	35,94	100%
Ferraille	oui	69,62	100%	57,99	100%	164,671	100%
Huiles	oui	0,5	100%	0,526	100%	0,6	100%

L'augmentation du tonnage s'explique par la meilleure gestion des déchets, récupérés dans des filières agréées et permettant donc une meilleure mesure. Typiquement, l'évacuation des déchets ferreux se fait maintenant en mesurant le poids évacué, poids qui était avant estimé ou approximativement mesuré.

○ RESSOURCES NATURELLES

	Oui / Non	Mesures* Oui/Non	2011	2012	2013
Consommation d'eau					
Eau potable	Oui	Oui	7 946 m ³	8 706 m ³	8 949 m ³
Eau pluie	Oui, partiellement	Non		Estimé à 3x30m ³	Estimé à 3x30m ³
Consommation d'énergie					
Électricité	Oui	Oui	1 406 315 kW/h	1 759 202 kW/h	1 878 474 kW/h
Gaz	Oui	Oui	746426 m ³	1 022 485 m ³	1 041 065 m ³
Émissions de Gaz à Effet de Serre			8,5 TéqCO ₂	11 TéqCO ₂	12 TéqCO ₂

*précisez les unités

Avez-vous mis en place un Plan de Déplacement d'Entreprise ? **NON. Des vélos sont mis à disposition des salariés qui souhaitent rejoindre la station de métro Les Près au site de Marcq-en-Barœul.**

Propos recueillis auprès de **Jean-Sébastien GUIOT**, PDG, **Barbara THESSE**, Ressources Humaines, **François SALOMEZ**, Communication & Marketing, **Franck CHERUBIN**, Achats et **Guillaume TERNYNCK**, QSE-RSE.

Par **Anne Lamblin**, Conseillère Bonnes Pratiques
Accompagnée de **Marie-Madeleine CARPENTIER**,
Charlotte CALONNE et **Laurie CARON**, Pôle
Partenariats et Bonnes Pratiques, **Pauline PAQUIER**,
Pôle Accompagnement des Entreprises et **Gautier
CARRÉ**, Etudiant HEI – Label Humanité.