



L'innovation sociétale
au cœur de
notre stratégie...

... au service
de nos clients



ÉDITO
Hubert de Boisredon
président-directeur
général du groupe
Armor

RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE D'ENTREPRISE RAPPORT 2015 - BILAN 2014

L'innovation sociétale au cœur de la stratégie. Beaucoup d'entreprises en parlent.

Notre objectif chez Armor est de concrétiser cette vision par des actions partagées et d'en mesurer leur impact. Ce rapport RSE illustre cette volonté de progrès et d'ouverture, en cohérence avec notre adhésion au Pacte mondial des Nations Unies et au Responsible Care de l'Union des Industries Chimiques.

Quelles ont été les actions emblématiques réalisées depuis le dernier rapport ?

- L'ouverture du capital à près de 300 salariés, faisant suite à la reprise de la majorité du capital par l'équipe de management ;
- La création de trois nouvelles filiales (Afrique du Sud, Mexique, Inde) pour mieux servir nos clients en rubans Transfert Thermique et conforter ainsi un taux de satisfaction record de près de 97 % sur le plan mondial ;
- Le lancement de l'offre de cartouches remanufacturées OWA associées à un service gratuit de collecte et de traitement écologique qui promeut l'économie circulaire ;
- Le démarrage des ventes des films collecteurs enduits En'Safe, pour améliorer les performances des batteries électriques.

C'est bien cela notre raison d'être : servir nos clients par des produits répondant aux enjeux de la société de demain.



Retrouvez la référence à ces plans d'actions dans les pages suivantes

Éthique et gouvernance de la RSE

Éthique

- 1 Formaliser la culture et les valeurs du groupe dans une charte éthique et droits humains (Groupe) > 2013 100 %
- 2 Décliner la charte éthique et droits humains dans le livret d'accueil des collaborateurs et le règlement intérieur (Groupe) > 2014 75 %

Management de la RSE et transparence

- 3 Évaluer la maturité RSE des filiales nouvellement intégrées pour définition de leur propre plan d'actions RSE (Groupe) > 2016
- 4 Définir un tableau de bord RSE pertinent comprenant les indicateurs clés de performance (Groupe) > 2014 75 %
- 5 Obtenir le niveau Advanced du Pacte Mondial de l'ONU (Groupe) > 2015 100 %

Sensibilisation

- 6 Intégrer les actualités RSE du groupe dans les informations mensuelles et trimestrielles : newsletters et réunions (AICP USA) > 2013 100 %
- 7 Former les commerciaux à la stratégie RSE d'Armor (AOP France) > 2013 100 %
- 8 Réaliser des actions de sensibilisation des salariés au développement durable et à la stratégie RSE du groupe (Groupe) > 2015

Implication des parties prenantes

- 9 Relancer une enquête de satisfaction du personnel et en mesurer les progrès (France) > 2016
- 10 Ouvrir l'actionnariat aux salariés (France) > 2014 100 %
- 11 Réaliser une nouvelle enquête de satisfaction clients (AICP) > 2014 100 %

Énergies renouvelables

Émissions de gaz à effet de serre

- 12 Réaliser un bilan carbone sur le périmètre groupe (AOP) > 2013 100 %

Consommation d'énergie

- 13 Mesurer et analyser la consommation d'énergie, se fixer un objectif de réduction (AICP Brésil, Chine, USA, Singapour / AOP Maroc, Pologne) > 2013 100 %
- 14 Mettre en place une Gestion Technique Centralisée de l'énergie sur les utilités (AICP France) > 2014 100 %

Transport et logistique

- 15 Mettre en place du fret ferroviaire (AICP France) > 2013 100 %
- 16 Remplacer la flotte de véhicules de société par des véhicules hybrides ou électriques (France) > 2014 100 %
- 17 Utiliser l'autoroute de la mer entre la France et le Maroc (AOP France) > 2015
- 18 Étudier l'implantation de 2 filiales par an à proximité des clients (AICP) > 2016 50 %

Énergies renouvelables

- 19 Réussir la mise en production série des films minces PhotoVoltaïques Organiques (OPV) (ASE) > 2015
- 20 Expérimenter les premiers films OPV sur des applications concrètes et dans des conditions réelles (ASE) > 2013 100 %
- 21 Créer des espaces de test des produits et applications OPV dans les implantations d'Armor dans le monde (ASE) > 2016

Économie circulaire

Collecte

- 22 Lancer une phase de test du service REC'PET Partners pour les clients français : collecte et traitement des rouleaux usagés (AICP) > 2014 100 %
- 23 Lancer une offre produit d'économie circulaire (AOP) > 2015 20 %
- 24 Accroître les volumes de cartouches vides collectées chez nos clients par nos propres moyens conformément à nos engagements avec le ministère de l'Environnement et du Développement Durable (AOP) > 2013 100 %

Valorisation

- 25 Rechercher des filières de recyclage appropriées pour l'ensemble des déchets significatifs en assurant leur traçabilité et leur valorisation (AICP Brésil) > 2013 50 % (AOP Pologne) > 2015
- 26 Porter à 100 % le taux de valorisation matière des cartouches arrivées en fin de vie (AOP) > 2013 100 %
- 27 Recycler les déchets de films PET encrés (AICP USA) > 2013 75 %
- 28 Valoriser les déchets organiques du restaurant d'entreprise (AICP France) > 2013 100 %



Retrouvez la référence à ces plans d'actions dans les pages suivantes

Développement des collaborateurs

Santé et sécurité

- 29 Organiser une visite médicale périodique et confidentielle pour tous les salariés en cohérence avec leur métier (AICP USA, Singapour / AOP Maroc, Pologne) > 2013 **100 %**
- 30 Déployer le programme de formation SAFE Com' sur la sécurité comportementale (AICP France) > 2014 **68 %**
- 31 Mettre en place un système de management de la santé et de la sécurité et obtenir la certification OHSAS 18001 (AOP Maroc) > 2015 **75 %** (AICP Brésil, Chine, Singapour) > 2015 **60 %**

Non-discrimination

- 32 Créer un livret d'accueil des collaborateurs dans la langue des nationalités représentées (AICP Brésil, Chine, Singapour) > 2013 **70 %**
- 33 Mesurer l'égalité des chances pour progresser (France) > 2013 **100 %**

Compétences

- 34 Mettre en place les entretiens annuels d'évaluation (AOP Pologne) > 2015
- 35 Développer un programme de formation diplômante dans le domaine de la logistique dans le cadre de l'Université Armor (France) > 2014 **100 %**

Qualité de vie au travail

- 36 Se mettre en accord avec la convention OIT C183 sur les congés de maternité de 14 semaines (AICP USA) > 2013 **100 %**
- 37 Analyser l'impact de la mise en conformité avec la convention OIT C132 sur les congés payés (3 semaines) (AICP Singapour) > 2013 **100 %**
- 38 Mesurer et analyser la conformité avec la norme SA 8000 sur les heures supplémentaires : 12h maximum/semaine et 1 jour de repos soit 24h consécutives/semaine (AICP Brésil, USA, Singapour / AOP Maroc) > 2013 **88 %**
- 39 Améliorer l'environnement de travail : salle de pause, coin repas, restaurant d'entreprise, locaux sociaux, ateliers, vestiaires (AICP France, USA / AOP Maroc) > 2013 **100 %**

Traçabilité responsable

Réduction des impacts

- 40 Mettre en place un système de management de l'environnement et obtenir la certification ISO 14001 (AICP Brésil, Chine, Singapour) > 2015 **60 %**
- 41 Réaliser des Analyses du Cycle de Vie produits (AICP France) > 2016

Étiquetage et sensibilisation des publics

- 42 Étendre l'affichage environnemental à 30 % de la gamme produit (AOP) > 2013 **100 %**
- 43 Lutter contre les clones et la contrefaçon de cartouches (AOP) > 2015

Solidarité territoriale

Achats responsables et fournisseurs

- 44 Sensibiliser les fournisseurs à la RSE (Groupe) > 2015
- 45 Développer un questionnaire RSE fournisseurs applicable dans les filiales (Groupe) > 2013 **100 %**
- 46 Sensibiliser les collaborateurs aux enjeux de la charte Relations Fournisseur Responsables (France) > 2013 **100 %**
- 47 Étudier les impacts d'une labellisation Relations Fournisseur Responsables (France) > 2016
- 48 Réaliser une enquête de satisfaction fournisseurs (AICP France) > 2013 **100 %**

Handicap

- 49 Étudier le recours à un atelier protégé pour la réalisation du packaging retardé des cartouches laser (AOP France) > 2014 **100 %**
- 50 Signer la convention AGEFIPH d'une durée de 2 ans (France) > 2013 **100 %**
- 51 Mettre en œuvre les engagements signés dans la convention AGEFIPH (France) > 2015 **95 %**

Implication locale

- 52 Adhérer à une association locale d'entreprises pour le développement durable (AICP Brésil, Chine, USA, Singapour / AOP Maroc, Pologne) > 2013 **50 %**
- 53 Contribuer à un projet local de développement sociétal qui associe les salariés (Groupe) > 2015 **20 %**
- 54 Faciliter la garde d'enfants des salariés d'Armor, des entreprises de la zone d'activité et de la collectivité (France) > 2015 **30 %**

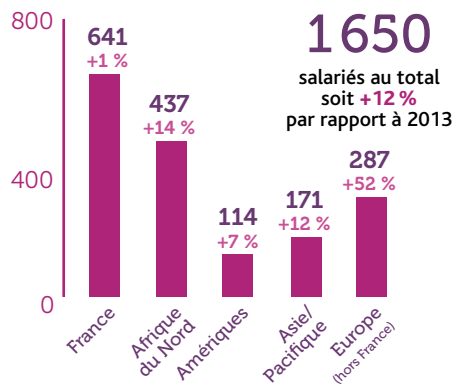
EFFECTIFS - MIXITÉ - DIVERSITÉ

Effectifs*

1782

Effectifs périmètre groupe Armor

Part des effectifs périmètre du rapport



* Équivalent temps plein

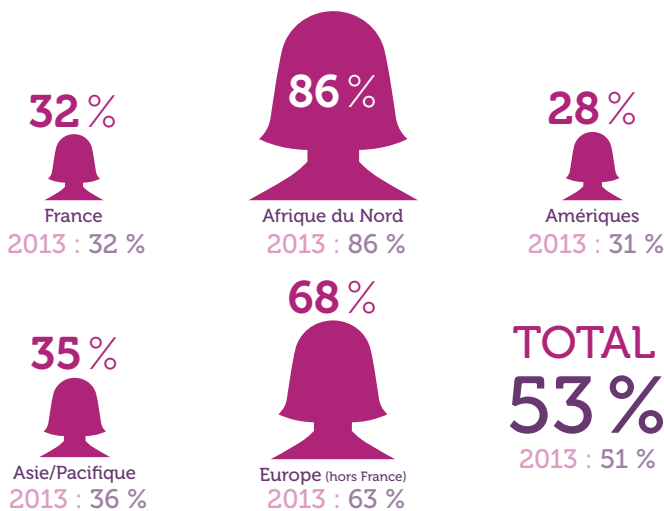
- *Revalis, qui réalise la collecte, le tri et le démantèlement de cartouches laser au Maroc, a été racheté par Armor en 2014 et est intégré dans le périmètre du rapport.*
- *Exclue du périmètre des rapports précédents, l'activité de fabrication de cartouches jet d'encre remanufacturées d'Artech Moravia a été transférée sur le site polonais en 2014. Les effectifs d'Artech Polska fluctuent en conséquence (+54 % en 2014) avec des contrats à durée déterminée.*

Mixité



Objectif 2014 : 50 %

Part des femmes dans les effectifs



TOTAL
53 %
2013 : 51 %

- *Le recrutement en Pologne a profité majoritairement aux femmes, augmentant ainsi légèrement l'effectif féminin du groupe.*
- *Les effectifs d'encadrement, en progression, se féminisent grâce à une augmentation significative en France.*
- *En moyenne, en France, les femmes composent les instances de direction à hauteur de 18 %.*

33 %
des postes de management sont occupés par des femmes

Handicap



Part des salariés ayant un handicap en France

5,8 %

2013 : 6,1 %

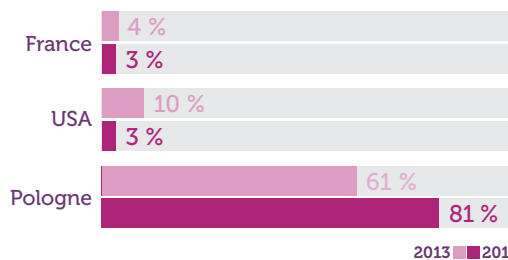


Objectif 2014 : 6 %

35

salariés ayant un handicap soit 2,4 % des effectifs dans le groupe et -10 % par rapport à 2013

Part d'achats de prestations confiées à des structures employant principalement des personnes handicapées (hors prestations techniques)



Les effectifs progressent depuis 2011 (+25 %) malgré une baisse en 2014 liée en partie à des fins de contrats d'alternance. Cependant, Armor a développé un partenariat avec un ESAT autour d'une prestation de conditionnement sur l'un de ses sites, les Unités Bénéficiaires ainsi valorisées étant décomptées au bénéfice de ses clients.



- *Le volume de ces achats progresse globalement (+46 %) grâce aux efforts de la filiale polonaise (achat de prestation de nettoyage) qui viennent compenser la baisse d'engagement des sites français et américain.*
- *Les autres filiales n'achètent pas ce type de prestations pour le moment.*

SANTÉ-SÉCURITÉ

Accidents du travail ☹️

19

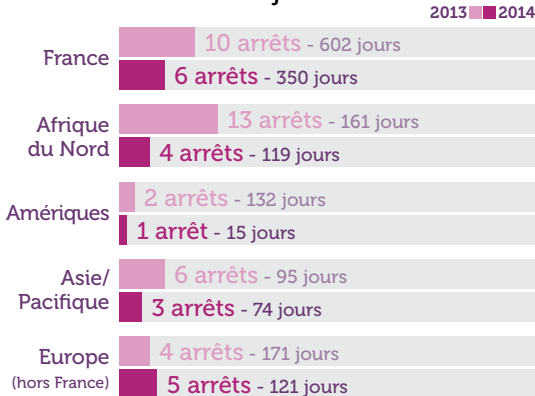
Accidents
2013 : 35



Objectif 2014 : 0 accident

Plan d'actions
Nos 30, 31

Nombre d'accidents du travail avec arrêt et nombre de jours associés



- L'impulsion d'une culture sécurité, notamment à travers la mise en place d'un système de management sur l'ensemble des sites, a participé à la réduction du nombre d'accidents (-46%) et du nombre de jours d'arrêt (-42%).
- Le nombre moyen de jours d'arrêt par accident est de 35,7. Ce dernier reste élevé en France (58,3 contre 61,4 à secteur d'activité comparable*) suite à l'accident grave d'un salarié survenu en 2012, arrêté jusqu'en octobre 2014.

*source UIC (données 2013)

Suivi médical 😊

Part des effectifs se voyant proposer un suivi médical périodique

100%

2013 : 100%



Objectif 2014 : 100%

Conformément à l'engagement pris par la Direction en 2013, l'ensemble des collaborateurs du groupe peuvent aujourd'hui bénéficier d'un suivi médical régulier en rapport avec leur activité professionnelle.

Plan d'actions
N° 29

DIALOGUE SOCIAL 😊

Part des effectifs couverts par un Comité Hygiène et Sécurité

96%

2013 : 91%



Objectif 2014 : 95%

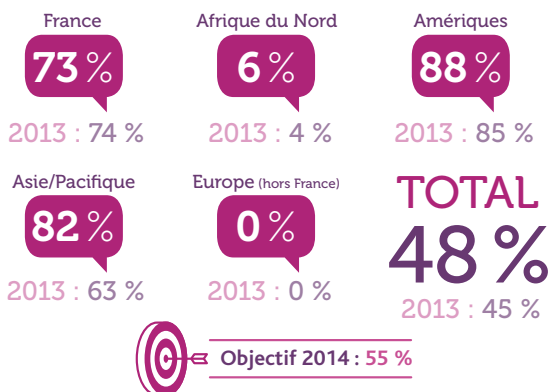
Revalis, intégré nouvellement dans le groupe et dans le périmètre du rapport, n'a pas encore de comité Hygiène et Sécurité.

Plan d'actions
N° 31

COMPÉTENCES

Entretiens individuels ☹️

Part des effectifs qui ont bénéficié d'un entretien individuel

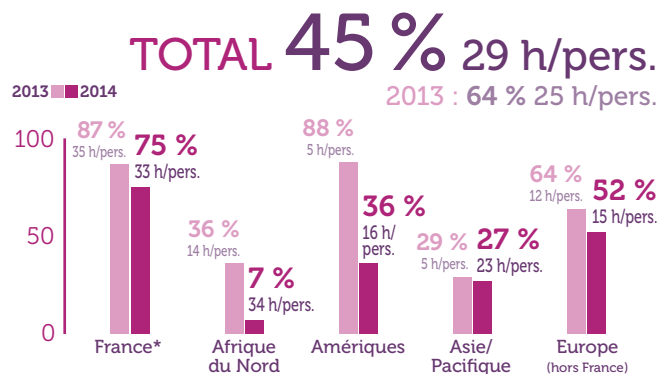


En Pologne, la formation des nouveaux embauchés a été privilégiée au détriment des entretiens. Au Maroc, les Ressources Humaines se structurent progressivement avec la création d'un référentiel de compétences qui permettra à terme la réalisation d'entretiens pour le personnel de production.

Plan d'actions
N° 34

Formations ☹️

Part des effectifs concernés par la formation et nombre moyen d'heures par personne formée



Les 19 000 heures dispensées ont été concentrées sur des formations individuelles plutôt que collectives telles qu'en Chine, pour 3 délégués à la sécurité dans le cadre du projet de certification OHSAS 18001 ; ou au Maroc, avec la structuration du service Ressources Humaines. En France, l'Université Armor a diplômé 119 personnes depuis 2011 (soit 43% des opérateurs).

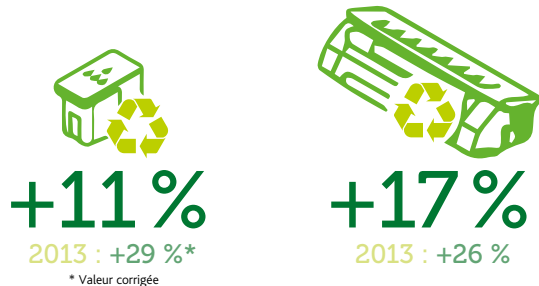
Plan d'actions
N° 35

* formations supérieures à 4 heures

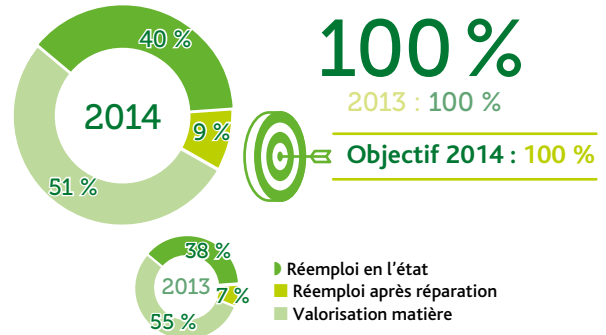
IMPACTS PRODUITS

Économie circulaire

Progression des volumes de cartouches collectées par nos soins



Réemploi et valorisation matière des cartouches collectées



Objectif 2014 : +5 % (entreprises) et +10 % (grand public) selon l'accord volontaire de collecte signé en 2011

Plan d'actions
N^{os} 23, 24, 26, 43

+1,5 % de déchets évités (tonnes)

1 937 t
2013 : 1 908 t

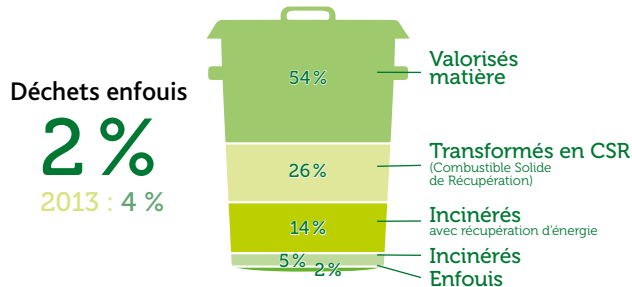
L'intégration de Revalis dans le groupe en 2014 a été la première étape pour le lancement en 2015 de l'offre OWA, assurant la collecte, la valorisation à 100 % et une traçabilité personnalisée des cartouches laser remanufacturées.

IMPACTS SITES

Déchets

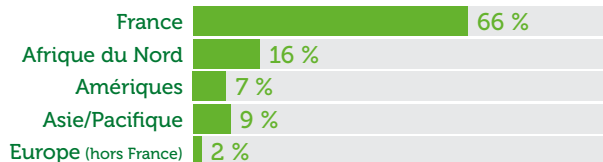


Répartition des déchets par type de traitement



Objectif 2014 : 0 % enfouissement

Répartition des déchets par zone



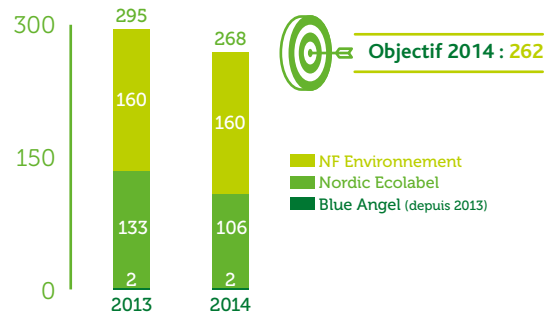
Le taux de valorisation matière progresse avec l'intégration de Revalis mais aussi grâce aux efforts poursuivis sur chaque site. De même la valorisation des films encrés en CSR se développe à l'international (USA, Singapour). Seul le site polonais pratique encore l'enfouissement d'une partie de ses déchets.

Plan d'actions
N^{os} 25, 27, 28, 40

Références éco-labellisées



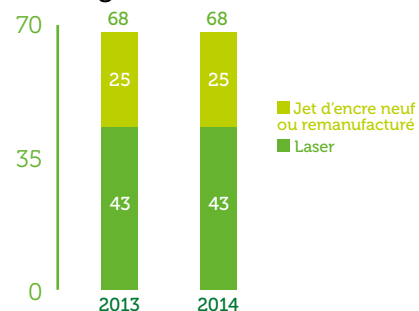
Nombre de références de cartouches laser éco-labellisées



Affichage environnemental



Nombre de références de cartouches bénéficiant d'un affichage environnemental suite à une ACV



La priorité a été de renouveler la labellisation Nordic Ecolabel selon le nouveau référentiel publié en 2014. Ainsi, le nombre d'articles éco-labellisés, en baisse par rapport à 2013, explique la stagnation du nombre de références ayant bénéficié d'un affichage environnemental.

Plan d'actions
N^o 42

ÉCONOMIE D'ÉNERGIE

Consommation d'électricité

Évolution de la consommation rapportée à la tonne produite

 **-6%***

* -2 % à isopérimètre par rapport à 2013

 **Objectif 2014 : -5 %**


Consommation brute
25 448 MWh
2013 : 24 250 MWh

Bien que la consommation globale augmente (+5 %), l'utilisation de l'électricité est plus efficace à l'exception des sites polonais et français. En France, la surconsommation est en grande partie imputable aux besoins croissants des nouvelles activités liées aux énergies renouvelables, en phase de test à l'échelle industrielle.

Plan d'actions
N°s 13, 14, 40

Consommation de gaz

Évolution de la consommation rapportée à la tonne produite

 **+9%***

* +14 % à isopérimètre par rapport à 2013

 **Objectif 2014 : -5 %**

Consommation brute
28 787 MWh
2013 : 23 771 MWh

Comme pour l'électricité, les nouvelles activités pèsent environ pour la moitié de la surconsommation. De plus, un dysfonctionnement sur l'échangeur de récupération d'énergie a dû être compensé pendant 2 mois par une consommation de gaz complémentaire de 3,5 GWh pour répondre aux besoins.

LUTTE CONTRE LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE

Bilan carbone France (selon la loi Grenelle II)



27 216

tonnes équivalent CO₂

+10% 2013 : +3,8%

La hausse est principalement due à la consommation de gaz sur le site de La Chevrolière.

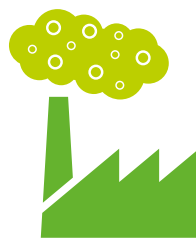
Un premier bilan carbone (scopes 1 et 2*) réalisé au niveau du groupe met en évidence cet impact à hauteur de 50 % des émissions, suivent l'électricité et les COV (10 % chacun). Le Pôle de La Chevrolière représente à lui seul 80 % des émissions.

* Scope 1 : émissions provenant de la combustion de gaz, de carburant des véhicules détenus en propre, des pertes de gaz réfrigérant et de la production de COV. Scope 2 : émissions issues de la production d'électricité

Plan d'actions
N°s 14, 15, 16, 17

Emissions COV (Composés Organiques Volatils)

 **Objectif 2014 : 14,6**



13,8

COV/m² produit
sur le site de La Chevrolière
(indice base 100 année 2003)

2013 : 12,9

La hausse des rejets reste dans les limites réglementaires, malgré des arrêts techniques planifiés nécessaires pour maintenir un fonctionnement optimal de l'incinérateur.

SOCIÉTÉ

PARTIES PRENANTES

New Clients

Taux de satisfaction clients AICP

Région	Très satisfaits	Satisfaits	Peu à pas satisfaits
Europe/Afrique/Moyen Orient	48%	50,9%	1,1%
Amériques	43,5%	51,8%	4,7%
Asie/Pacifique	16,4%	79,3%	4,3%

Part des clients satisfaits et très satisfaits **96,9 %** 2012 : 93,7 %

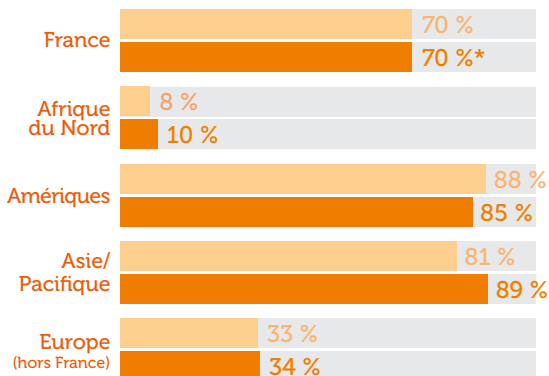
 **Objectif 2014 : 96 %**

Réalisée tous les 2 ans depuis plus de 10 ans à l'échelle mondiale, l'enquête clients AICP a atteint ses meilleurs scores de satisfaction sur l'ensemble du globe et en Europe en particulier.

PARTIES PRENANTES

Fournisseurs

Part des achats locaux⁽¹⁾ (hors achats intragroupe)

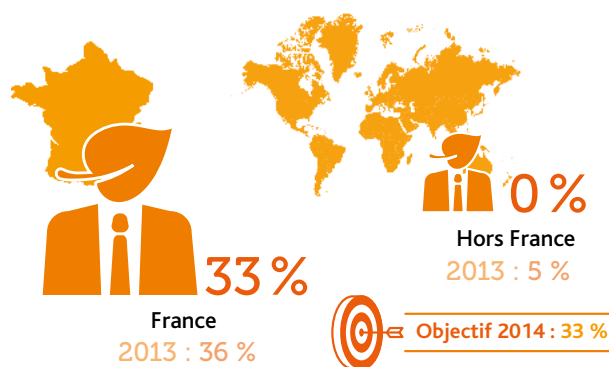


* hors Revalis France, pas de données disponibles 2013 ■ 2014

Après une baisse significative en 2013 (73 %), la part des achats locaux de la filiale chinoise dépasse à nouveau les 90 %. L'indicateur reste stable par ailleurs.

(1) Achats locaux = achats réalisés dans le pays

Part des fournisseurs évalués en RSE



Du fait de l'augmentation du nombre de fournisseurs stratégiques, le taux d'évaluation a peu évolué en France, la sensibilité à la RSE progresse néanmoins de 54 % à 61 %. Cela nécessite par ailleurs un accompagnement supplémentaire du fournisseur et des équipes achats du reste du groupe.

Plan d'actions N°s 44, 45

Ambassadeur de la RSE



100

actions de promotion de la RSE
2013 : 106

Il s'agit de visites organisées sur les sites (écoles, entrepreneurs, communautés locales...), de participations à des forums (emploi, formation...), d'interventions lors de salons ou d'événements liés au développement durable et à la RSE...

Plan d'actions N°s 44, 52, 53

Valeur économique créée et distribuée (Périmètre Armor SAS)

Pour information :
Chiffre d'affaires du groupe

224 M€

Investissements industriels et réserves 17 M€
+43 % par rapport à 2013



- 1 Collaborateurs : 39,7 M€
- 2 Apporteurs de capitaux : 5,5 M€
- 3 Fournisseurs (dont matières premières : 57,8 M€)
- 4 Société (impôts, taxes) : 3,2 M€
- 5 Banques : 8,6 M€

92 %
reviennent aux parties prenantes

Plus d'infos sur :
www.armor-group.com



ARMOR

20 rue Chevreul - CS 90508 - 44105 Nantes cedex 4
Tél. +33 (0) 2 40 38 40 00 - Fax +33 (0) 2 40 38 40 01
armor@armor-group.com

