RAPPORT RSE 2024

CreativeSpirit.

Creative Spirit
Agences indépendantes de communication événementielle qui pensent et façonnent des expériences live singulières.

Corporate Event . Digital Event . Brand Experience .

TABLE DES MATIÈRES

EDITO	**3**
1. GÉNÉRAL	**4**
2. SOCIAL	**16**
3. ENVIRONNEMENT	**25**
4. ETHIQUE	**40**
5. ACHATS RESPONSABLES	**47**
ANNEXE	**53**

EDITO

Depuis toujours, la RSE occupe une place centrale dans notre activité, en participant activement aux enjeux du développement durable tout en contribuant à la réussite des projets de nos clients.

Cette approche, qui allie conscience environnementale, sociale et économique, est partagée par l'ensemble de nos collaborateurs et constitue un pilier fondamental de la culture de Creative Spirit. Elle nous permet de concevoir des événements innovants et responsables dès leur phase de conception.

Nos clients bénéficient ainsi de notre créativité et de notre expertise, tout en respectant pleinement leurs engagements sociétaux et environnementaux.

Dans les années à venir, nous avons un objectif clair : renforcer notre notoriété et devenir un acteur incontournable de l'événementiel responsable.

Notre Raison d'être

Dépasser l'ephémère en créant des expériences durables, mémorables et responsables.

We craft live experiences

Chez Creative Spirit, nous portons la conviction que l'événementiel a le pouvoir d'être une véritable force de progrès. C'est collectivement que nous œuvrons pour rendre notre métier plus responsable, tout en cultivant **cette créativité** qui est au **cœur** de notre identité.

Notre engagement s'est construit pas à pas, avec la volonté de trouver chaque jour des solutions concrètes **notamment** en collaborant avec des partenaires engagés, en réduisant les déchets générés et en mesurant nos impacts.
Au-delà de l'environnement, c'est aussi une aventure humaine, portée par la conviction que notre rôle est de créer du sens, de l'émotion et de contribuer, à notre échelle, à un avenir plus durable pour les générations à venir.

Marie Ruiz-Audinette
Directrice Générale

01.

GÉNÉRAL

1. GÉNÉRAL

1.1 L'HISTOIRE DE CREATIVE SPIRIT

Creative Spirit a vu le jour en 1994 à Cannes sous l'impulsion de Marc Ruiz, un expert en événementiel reconnu, capable de concevoir des expériences exceptionnelles tout en veillant à la moindre précision opérationnelle. Animé par l'esprit entrepreneurial, Marc a fondé Creative Spirit à Cannes avant d'étendre le groupe à Paris et en Espagne.

Aujourd'hui, ce groupe de communication événementielle indépendant réunit une cinquantaine de collaborateurs répartis entre Cannes, Paris, Barcelone et Madrid. Si nos débuts ont été marqués par l'organisation d'événements en France, nous intervenons désormais à l'international.

En 2000, un bureau a été ouvert à Paris, où nous avons développé une expertise en stratégie de marque et dans le digital. Nous avons intégré les compétences d'une agence de communication événementielle complète, en fidélisant des clients depuis plus de 15 ans, tels que AXA et Air Liquide.

En 2005, nous avons ouvert un bureau à Barcelone, nous rapprochant ainsi davantage de nos clients. Puis, en février 2025, nous avons inauguré notre agence à Madrid, marquant une nouvelle étape dans notre développement.

Notre crédo : nous croyons en la force des idées. En rassemblant les personnes, nous créons des expériences immersives. Chaque événement que nous organisons bénéficie de notre « Personal Touch » :

L'émotion
notre passion

We are Creative Spirit

Nous sommes une équipe de créatifs exigeants, déterminés à imaginer des expériences événementielles significatives, qu'elles soient digitales ou en présentiel.
Soucieux de l'avenir, nous nous engageons dans une démarche responsable et durable, proposant à nos clients des solutions créatives sur mesure tout en respectant leurs engagements.

Les valeurs qui nous animent au quotidien : créativité, audace et esprit d'équipe.

- Grâce à notre taille, nous bénéficions d'une grande agilité, nous permettant de produire tout type d'événement.
- Notre expertise en production d'événements hybrides (multiplex, streaming, développement de plateformes et solutions digitales sur mesure) nous a permis de réussir la transition vers un digital complet lors de la crise sanitaire.
- Une même équipe projet accompagne ses clients tout au long de la collaboration, de l'appel d'offres à la livraison.
- Toutes les compétences clés (création, contenu, technique, production) sont internalisées, garantissant que les projets soient supervisés par un spécialiste.
- Quel que soit l'envergure du projet, notre équipe de conception l'analyse avec la même attention et implication

1.2 NOTRE CŒUR DE MÉTIER

01.

Stratégie et contenu.

Concept | Création de contenu | Scénographie | Identité visuelle | Film | Motion Design

02.

Corporate event.

Conventions | Séminaire | Evénement institutionnel | Assemblée Générale | Capital Market Day

03.

Expérience de marque.

Lancement de produit | Pop-up Store | Expériences Immersives | Marketing Digital

04.

Digital.

Plateformes | UX/UI design | Web design | Expériences interactives

1.3 NOS AGENCES

Nous sommes implantés dans les villes les plus dynamiques et influentes d'Europe. De Paris, Cannes, Barcelone et Madrid (depuis janvier 2025), nos emplacements stratégiques nous placent au cœur de la culture, des affaires et des opportunités.

A noter que ce rapport de tient pas compte des résultats de l'agence de Madrid qui a été ouverte début 2025.

1.4 LES CHIFFRES CLÉS EN 2024

30M€

CHIFFRE D'AFFAIRES

350

ÉVÈNEMENTS PRODUITS

55

TALENTS INTERNALISÉS

3

AGENCES

1.5 LA GOUVERNANCE DU GROUPE - RESPONSABILITÉ, PÉRIMÈTRE ET RÉVISION

1.5.1 LA RESPONSABILITÉ

Les dirigeants du Groupe sont responsables de s'assurer que chaque collaborateur connaît le contenu, les enjeux et les objectifs des politiques, plans d'action et indicateurs définis dans les domaines **Général, Social, Environnement, Éthique et Achats Responsables.** Ils veillent à leur diffusion et à leur appropriation par l'ensemble des équipes. Le respect et la mise en œuvre de ces engagements sont assurés conformément aux législations, référentiels et pratiques en vigueur. Pour chaque thématique, un référent identifié supervise l'application des politiques, coordonne les actions de sensibilisation et assure le suivi des indicateurs de performance.

DIRECTION GÉNÉRALE

Marc RUIZ
Président

Marie RUIZ-AUDINETTE
Directrice générale

DIRECTION ADMINISTRATIVE ET FINANCIÈRE

Christophe MINUTOLO
Directeur administratif et financier

DIRECTION RSE

Audrey DELAUNAY
Responsable RSE

DIRECTION DU DÉVELOPPEMENT

Gaëlle PETITPAS
Directrice du développement commercial

DIRECTION DE LA CRÉATION

Kévin GARAUD
Directeur de la Création

DIRECTION IT

Luca GIACO
Directeur IT

DIRECTION TECHNIQUE

Hervé LANCE
Directeur Technique

DIRECTIONS D'AGENCE ET D'OPÉRATIONS

Maryline MONTIEL
Directrice de l'agence de Cannes

Guilhem BENOIST-LUCY
Directeur des opérations de l'agence de Paris

Hervé RUIZ
Directeur Espagne

ZOOM SUR LE COMITÉ RSE

DIRECTION RSE

Audrey DELAUNAY
Responsable RSE

PILOTES PAR DOMAINE

GÉNÉRAL

Marc RUIZ
Président

Marie RUIZ-AUDINETTE
Directrice générale

SOCIAL

Audrey Serres
Comptable France

Albert GARCIA
Comptable Espagne

ETHIQUE

Christophe MINUTOLO
Directeur administratif et financier

ENVIRONNEMENT

Luca GIACO
Directeur IT

ACHATS RESPONSABLES

Audrey DELAUNAY
Responsable RSE & directrice de projets

CERTIFICATIONS ET LABELS

Luca GIACO
Directeur IT

Anna MASCANO
Directrice évènementielle

Audrey DELAUNAY
Responsable RSE

1.5.2 LE PÉRIMÈTRE

Les politiques, plans d'action et indicateurs du Groupe s'appliquent à l'ensemble des collaborateurs, quel que soit leur service, fonction ou site, ainsi qu'aux sociétés du périmètre consolidé. Ils concernent également les partenaires, prestataires et fournisseurs qui interviennent dans la chaîne de valeur du Groupe. Chaque collaborateur et chaque partenaire deviennent ainsi des acteurs de ces engagements, que ce soit en matière de conformité générale, de respect des droits sociaux, de réduction de l'impact environnemental, de comportements éthiques ou d'achats responsables.

1.5.3 LES RÉVISIONS

Les politiques, plans d'action et indicateurs relatifs aux volets **Général, Social, Environnement, Éthique et Achats Responsables** sont révisés **au moins une fois par an** par la Direction Générale, en lien avec les référents thématiques et la responsable RSE.

Cette révision prend en compte :

- les évolutions réglementaires applicables à chaque domaine,
- les retours d'expérience issus des audits, évaluations internes et contrôles,
- l'analyse des performances mesurées par les indicateurs suivis,
- les attentes des parties prenantes internes et externes.

Toute nouvelle version est communiquée aux collaborateurs, intégrée aux outils internes, et déclinée en plans d'actions opérationnels pour garantir l'amélioration continue.

1.6 LES INITIATIVES RSE

Creative Spirit s'inscrit depuis plusieurs années dans une dynamique collective de responsabilité sociétale à travers deux engagements structurants :

Charte Relations Fournisseurs Responsables : signataire depuis 2013, Creative Spirit s'engage à promouvoir des pratiques d'achats responsables fondées sur la transparence, l'équité et la recherche d'un équilibre durable dans les relations avec ses fournisseurs et partenaires.

Adhésion à l'initiative « LEVENEMENT » : en tant que membre de cette organisation fédérant les professionnels de l'évènementiel engagés dans une démarche RSE, Creative Spirit participe activement à la diffusion de bonnes pratiques sectorielles et au développement de solutions plus responsables pour ses clients et parties prenantes.

Ces engagements illustrent la volonté de Creative Spirit de contribuer à la transformation de son secteur et de favoriser un écosystème plus durable et équitable.

Les initiatives sociétales

Cannes
Collecte de jouets organisée par la Ville de Cannes pour le Secours Populaire, et une collecte de produits de première nécessité pour l'association cannoise **Les Petits frères de Pauvres** en décembre 2024.

Paris
Collecte de produits d'hygiène type rasoirs, shampoings, gels douche, mousses à raser, déodorants pour la **Péniche du Cœur** située dans le 5ème arrondissement en décembre 2024.

Barcelone
Collecte de jouets pour la **Croix Rouge** en décembre 2024.

1.7 NOS ENGAGEMENTS CERTIFIÉS

ISO 20121

Depuis plusieurs années, Creative Spirit structure sa démarche de responsabilité sociétale à travers la certification ISO 20121, dédiée aux organisations d'événements responsables et couvrant l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement d'un événement.

- En 2021, Creative Spirit a obtenu la reconduction de cette certification, confirmant la solidité de ses pratiques.
- En 2024, la certification a été renouvelée, traduisant la continuité et la maturité de la démarche.
- En 2025, l'audit de suivi réalisé par Bureaux Veritas a permis d'élargir le périmètre de certification à ses agences de Barcelone et de Madrid, renforçant ainsi son engagement à l'échelle internationale.

La certification ISO 20121 constitue pour Creative Spirit un cadre exigeant, garantissant la mise en œuvre de processus responsables et contribuant à la professionnalisation du secteur événementiel sur les enjeux RSE.

Autres labels et distinctions

En février 2024, Creative Spirit reçoit la plus haute distinction, avec l'obtention de la médaille Platinium avec la note de **79/100**, permettant ainsi de se classer dans le top 1% des entreprises à ce niveau d'excellence.
Cette notation via la plateforme mondiale spécialisée dans l'évaluation de la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) confirme les engagements pris par Creative Spirit sur les sujets environnementaux, sociaux et de gouvernance.

En décembre 2024, Creative Spirit obtient la note de **723/1000** par Cybervadis, qui reconnaît la maturité avancée en matière de cybersécurité pour les agences françaises. Elle témoigne de notre engagement à garantir la sécurité des données qui nous sont confiées.

En Décembre 2024, l'agence de Barcelone a renouvelé sa certification BIOSHPERE obtenu pour la première fois en 2022, pour avoir démontré sa conformité avec les actions Biosphere Sustainable, alignées avec les 17 Objectifs de Développement Durable de l'Agenda 2030 des Nations Unies, en engageant ses employés dans un projet commun et en étant positivement valorisés par leurs clients.

En avril 2025, Creative Spirit a obtenu la certification Great Place to Work® pour l'ensemble de ses quatre agences. Cette reconnaissance repose sur une enquête interne auprès des collaborateurs et reflète un haut niveau de satisfaction.
Ainsi, **97%** des répondants ont validé l'affirmation : « Dans l'ensemble, je peux dire que c'est une entreprise où il fait vraiment bon travailler. »

Cette certification souligne la volonté de Creative Spirit de placer l'humain au cœur de sa stratégie RSE et de développer un environnement de travail fondé sur la confiance, le respect et l'engagement collectif.

1.8 L'ÉVALUATION DE NOS ENJEUX EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Afin de structurer sa démarche RSE et de garantir la pertinence de ses actions, le Groupe a conduit en 2024 une évaluation approfondie de ses enjeux en matière de développement durable. Cette analyse s'appuie sur une méthodologie reconnue et couvre l'ensemble des thématiques clés, en intégrant les attentes des parties prenantes, la hiérarchisation des enjeux, l'évaluation du niveau de maturité et une synthèse stratégique. Elle constitue le socle des politiques, plans d'action et indicateurs présentés dans le présent rapport.

Le groupe contribue ainsi aux enjeux mondiaux du développement durable et à l'atteinte des objectifs de ses clients.

1.8.1 LA MÉTHODOLOGIE

Le Groupe a conduit une évaluation complète de ses enjeux RSE à l'aide d'une méthodologie structurée inspirée des bonnes pratiques internationales (ISO 26000). Cette démarche a permis de garantir une analyse rigoureuse et comparable, tout en tenant compte des spécificités du secteur et des attentes des parties prenantes.

Le processus s'est articulé en cinq étapes complémentaires :

1. Dialogue avec les parties prenantes,
2. Analyse de matérialité,
3. Élaboration d'une matrice de double matérialité,
4. Évaluation de la maturité,
5. Synthèse stratégique par matrice SWOT.

Ce cadre méthodologique constitue une base solide pour orienter les politiques, plans d'action et indicateurs présentés dans les sections suivantes du rapport.

1.8.2 LE DIALOGUE AVEC LES PARTIES-PRENANTES

Les parties prenantes clés ont été identifiées et intégrées dans l'analyse: clients réguliers et ponctuels, collaborateurs, freelances, prestataires, autorités locales, partenaires de conseil, etc.

Leur influence sur l'entreprise et l'influence de l'entreprise sur elles ont été évaluées, ce qui a permis de mesurer l'importance du dialogue dans la construction des priorités RSE. Les niveaux de relation varient de l'information à la co-construction, avec des pratiques établies de consultation régulière et de concertation.

Ce dialogue a mis en lumière des attentes fortes, notamment autour de la réduction de l'impact environnemental des événements, de la santé et sécurité au travail, et de la transparence éthique dans la chaîne de valeur.

1.8.3 L'ANALYSE DE MATÉRIALITÉ

L'analyse de matérialité constitue le cœur de la démarche. Elle a permis de hiérarchiser les enjeux RSE en fonction de deux axes : leur impact réel ou potentiel sur l'environnement, la société et la gouvernance, et leur importance financière ou stratégique pour l'organisation.

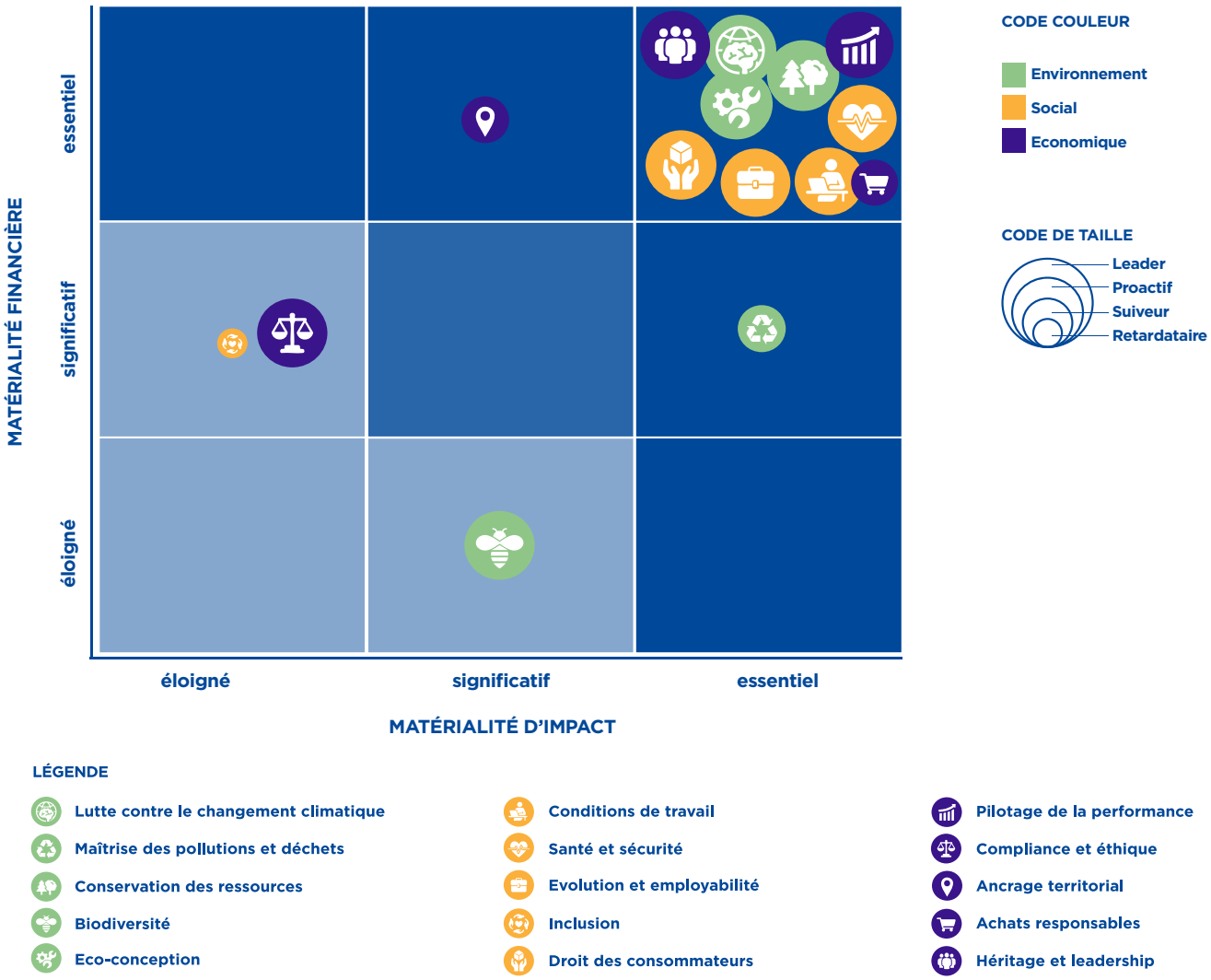
La **matrice de double matérialité** met en évidence les enjeux jugés essentiels, tels que la lutte contre le changement climatique, la gestion des déchets, la qualité des conditions de travail et l'intégration de pratiques éthiques dans les achats. Ces enjeux structurants deviennent les priorités sur lesquelles les politiques et plans d'action devront se concentrer.

En complément, **une évaluation de maturité** a été réalisée pour mesurer la position actuelle de l'organisation :

- Certains domaines apparaissent comme « suiveurs », conformes aux exigences réglementaires mais nécessitant encore des renforcements (par ex. suivi des données environnementales),
- D'autres sont déjà « proactifs », avec des initiatives allant au-delà des obligations (par exemple: bilan carbone des agences, partenariats innovants pour la récupération de matériaux).

Cette analyse croisée matérialité–maturité fournit une vision claire des priorités stratégiques et des marges de progression.

MATRICE DE DOUBLE MATÉRIALITÉ



L'aboutissement de cette démarche réside dans la matrice SWOT, qui propose une lecture stratégique des résultats :

- **Forces :** engagement dans la réduction des impacts, implication de partenaires innovants.
- **Faiblesses :** difficultés à obtenir des données exhaustives et homogènes, suivi encore inégal des indicateurs.
- **Opportunités :** montée en puissance des attentes des clients, perspectives offertes par l'innovation durable, valorisation possible de la démarche auprès des parties prenantes.
- **Menaces :** pression réglementaire accrue, exigences croissantes en matière de reporting, concurrence renforcée.

Cette grille de lecture constitue une base opérationnelle pour consolider les politiques RSE, orienter les investissements et renforcer la confiance des parties prenantes.

1.9 INDICATEURS

ENVIRONNEMENT

ACHATS RESPONSABLES

SOCIAL & DROITS HUMAINS

ETHIQUE

Des **indicateurs de performance** ont été définis pour chacune des quatre thématiques du rapport (**Général, Social, Environnement, Éthique & Achats Responsables**) ainsi que pour chacune des sous-thématiques spécifiques qui les composent.

Ces indicateurs permettent d'assurer un suivi régulier et objectif de la mise en œuvre des politiques et des plans d'action, tout en mesurant de manière transparente les progrès réalisés. Ils constituent un outil essentiel de pilotage et d'amélioration continue.

L'ensemble de ces indicateurs, détaillés et organisés par thématique et sous-thématique, est présenté en **Annexe 1** afin de garantir une lecture claire, structurée et directement opérationnelle pour les parties prenantes internes et externes.

A noter qu'un travail est en cours pour fusionner les enjeux et objectifs établis dans le cadre de la certification ISO 20-121 et de l'évaluation Ecovadis.

02.

SOCIAL

2. SOCIAL

2.1 SANTÉ ET SÉCURITÉ DES EMPLOYÉS

2.1.1 POLITIQUES

La politique santé-sécurité repose sur trois axes majeurs :

- **Prévenir les risques :** les règles de santé et sécurité sont intégrées dès l'accueil des nouveaux collaborateurs et régulièrement mises à jour. Une procédure de prévention et de gestion des situations d'urgence est déployée, adaptée aux contextes français et espagnol, afin d'anticiper les risques spécifiques aux métiers de l'événementiel.

- **Protéger sur site :** lors de chaque événement, la sécurité des chantiers et le respect des conditions de travail constituent une exigence absolue. Les équipes disposent d'équipements adaptés, d'espaces de repos et bénéficient d'un encadrement rigoureux pour limiter les risques d'accident.

- **Partager une culture sécurité :** la sensibilisation aux règles de santé et sécurité est régulièrement organisée pour l'ensemble des collaborateurs. Cette démarche est également étendue aux freelances et prestataires, qui sont associés aux briefings et débriefings afin de garantir une cohérence de pratiques sur l'ensemble de la chaîne de valeur.

À ces dispositifs s'ajoute une vigilance accrue en matière de cybersécurité, considérée comme une composante essentielle de la protection des parties prenantes. La conformité au RGPD est assurée et la notation Cybervadis (723/1000) a été maintenue pour les agences françaises de Paris et Cannes, confirmant la robustesse des processus de gestion des données.

2.1.1.1 Objectifs qualitatifs

- Instaurer une culture de sécurité au travail et de prévention partagée par tous.

- Garantir un environnement de travail sain et inclusif, respectueux de l'équilibre vie professionnelle/vie personnelle.

- Renforcer les compétences internes via des formations régulières à la santé, à la sécurité et aux premiers secours.

- Associer également les freelances et prestataires à la démarche santé-sécurité (briefings, conditions de travail, respect des horaires, sécurité sur site).

2.1.1.2 Objectifs quantitatifs

100%

Sensibilisation et prévention : maintenir **100% des collaborateurs sensibilisés aux règles de santé et sécurité au travail,** avec une sensibilisation biennale sur chaque site d'ici janvier 2027.

50%

Formation : 50% des collaborateurs formés **aux gestes de premiers secours** (PSC1) d'ici janvier 2027.

0%

Accidentologie : maintien d'**un taux d'accidents du travail nul** d'ici janvier 2027.

0%

Cybersécurité : 0% d'incident lié à la gestion des données personnelles et maintien de la notation Cybervadis au-dessus de 723/1000 d'ici janvier 2027.

2.1.2. ACTIONS

La santé et la sécurité des collaborateurs constituent une priorité majeure pour Creative Spirit. L'entreprise s'appuie sur un dispositif structuré et conforme aux exigences réglementaires françaises et espagnoles, renforcé par sa certification ISO 20121.

Évaluation des risques

- **Document d'évaluation des risques :** mis à jour chaque année pour les sites français et espagnols, il recense de manière exhaustive les risques professionnels (chutes, manutentions, travail sur écran, bruit, hygiène, risques psychosociaux, etc.) et définit les mesures de prévention associées.

- En Espagne, l'évaluation est confiée à un **prestataire externe**, qui actualise annuellement le document et mène également une sensibilisation à la sécurité pour chaque nouvel arrivant.

- Cette évaluation s'accompagne d'un **classement des risques** et d'un suivi par plan d'actions, garantissant l'amélioration continue de la maîtrise des risques.

Plan d'urgence et procédures de prévention

- Creative Spirit a formalisé **un plan d'urgence santé et sécurité**, intégrant des scénarios alternatifs et des actions préventives pour anticiper les situations à risque (incendie, pandémie, accidents liés au montage d'événements, etc.).

- Des procédures spécifiques sont prévues dans le cadre d'ISO 20121, notamment sur la **gestion des sous-traitants**, les **équipements de protection individuelle** et la **coordination avec les entreprises extérieures** lors des événements.

- L'organisation des secours est structurée (affichage des numéros d'urgence, trousse de secours, secouristes internes) et testée régulièrement.

Formation et sensibilisation

- Les collaborateurs bénéficient de **formations régulières en santé et sécurité au travail,** incluant le **PSC1 (Prévention et Secours Civiques de niveau 1)**, les bonnes pratiques bureautiques et l'ergonomie des postes de travail.

- En Espagne, la sensibilisation SST est réalisée pour les nouveaux collaborateurs, en présentiel ou en ligne, par l'organisme externe qui établit le **Plan de surveillance sanitaire.**

- Des rappels pratiques sont diffusés au quotidien (livret d'accueil, guides internes, affichage dans les espaces de travail).

Bien-être et prévention des risques psychosociaux

- Creative Spirit prend en compte les **risques psychosociaux** identifiés dans le DUERP établi pour la France et le plan de prévention établie pour l'Espagne (charge de travail, exigences émotionnelles, manque de marges de manœuvre, conflits de valeurs, etc.) et met en place des mesures de prévention.

- Des **espaces de détente** sont mis à disposition dans les agences (babyfoot, bibliothèque, canapés).

- Les collaborateurs peuvent participer à des **cours de sport hebdomadaires en France** et à des séances de **yoga en Espagne**, contribuant à la prévention du stress et au maintien du bien-être psychologique.

2.2 CONDITIONS DE TRAVAIL

2.2.1 POLITIQUES

Creative Spirit place les conditions de travail au cœur de sa politique sociale, avec l'ambition d'offrir à chaque collaborateur un environnement professionnel de qualité, propice à l'épanouissement et à l'efficacité collective. La démarche vise à allier confort, organisation claire et reconnaissance de l'engagement individuel et collectif.

Les politiques mises en place reposent sur trois dimensions principales :

- **Qualité de l'environnement de travail :** amélioration continue des espaces (insonorisation, espaces de restauration collectifs, équipements adaptés), développement du télétravail et maintien d'un équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle, notamment via des dispositifs propres à chaque agence via notamment des moments de cohésion.

- **Organisation et dialogue :** clarification des fiches de poste et des responsabilités, communication accrue sur les objectifs de l'entreprise, développement du dialogue interne et renforcement des temps de cohésion.

- **Reconnaissance et attractivité :** mise en place de dispositifs de valorisation du travail (primes, avantages sociaux), maintien des coachs sportifs et actions de renforcement de la marque employeur. La certification **Great Place to Work®**, obtenue en avril 2025 avec un taux de satisfaction de 97%, illustre la qualité perçue de l'environnement de travail par les collaborateurs.

2.2.1.1 Objectifs qualitatifs

- Offrir à l'ensemble des collaborateurs un environnement de travail confortable et inclusif.

- Maintenir un équilibre vie professionnelle/vie personnelle adapté aux besoins des équipes.

- Renforcer le dialogue interne et la transparence sur les objectifs de l'entreprise.

- Valoriser la contribution des collaborateurs par des dispositifs de reconnaissance adaptés.

2.2.1.2 Objectifs quantitatifs

Organisation et satisfaction :

100%

Maintenir 100% des f**iches de poste collaborateurs existantes et à jour** d'ici janvier 2027.

100%

100% des collaborateurs ayant reçu le livret d'accueil d'ici janvier 2027.

75%

Taux de satisfaction interne : **Maintenir au minimum 75% de taux de satisfaction** d'ici janvier 2027.

2.2.2 ACTIONS

Creative Spirit accorde une attention particulière à la qualité des conditions de travail offertes à ses collaborateurs, en veillant à concilier exigences opérationnelles et bien-être. L'entreprise met en place un cadre transparent et protecteur, conforme aux réglementations en vigueur en France comme en Espagne, et enrichi de dispositifs internes spécifiques.

Rémunération et équité salariale

- Les rémunérations respectent systématiquement les **minimums légaux et conventionnels,** conformément à la convention collective nationale applicable (CCN n°3252 pour les agences événementielles et CCN 3097 pour certaines activités liées à la production audiovisuelle, dénoncée depuis le 01/07/2025).

- Un suivi régulier garantit l'adéquation des salaires, avec un contrôle systématique lors des entretiens professionnels et des mises à jour conventionnelles.

Temps de travail et organisation

- Les collaborateurs de Creative Spirit en France sont pour la plupart au **forfait annuel en jours,** avec un suivi individuel mensuel permettant de vérifier le respect des temps de repos et des équilibres de charge.

- L'accord prévoit **8 à 10 jours de repos supplémentaires** par an au-delà des congés légaux pour les collaborateurs Français au forfait annuel en jours.

- Les jours de travail supplémentaires effectués les dimanches sont rémunérés avec une **majoration de 100%** en France.

- En Espagne, le temps de travail est encadré via un **système de badgeuse numérique**, garantissant le suivi des heures. Les heures supplémentaires n'existent pas en principe : elles sont compensées par du repos (ex. vendredi après-midi non travaillé à Barcelone).

Flexibilité et équilibre vie professionnelle/vie personnelle

- Une **charte télétravail** encadre le recours au travail à distance, accessible à tous les collaborateurs qui en font la demande.

- Des dispositifs spécifiques sont prévus pour les **salariés aidants** (enfants, parents ou proches) et pour les **collaborateurs en situation de handicap**, afin de favoriser l'inclusion et l'adaptation des rythmes de travail.

- Une **organisation flexible** est proposée : en France comme en Espagne, un jour de télétravail hebdomadaire est possible, renforçant l'équilibre vie professionnelle/vie personnelle.

Santé et protection sociale

- Tous les collaborateurs bénéficient d'une **couverture santé et prévoyance obligatoire.**

- En Espagne, Creative Spirit va au-delà des obligations légales en prenant en charge une partie de la mutuelle santé, renforçant l'attractivité et le bien-être des équipes.

Dialogue et satisfaction des salariés

- Une **enquête de satisfaction** a été conduite début 2024, en amont de la certification **Great Place to Work®**, afin de recueillir la perception des équipes sur leurs conditions de travail.

- Des **séminaires internes** sont organisés régulièrement afin de renforcer la cohésion et d'améliorer le dialogue social.

2.3 GESTION DES CARRIÈRES & FORMATION

2.3.1 POLITIQUES

Creative Spirit considère le développement des compétences comme un levier essentiel de performance et d'engagement des collaborateurs. L'entreprise veille à offrir des parcours professionnels clairs et à favoriser la montée en compétences grâce à des dispositifs de formation adaptés aux besoins individuels et collectifs.

Cette politique repose sur trois piliers :

- **Structurer les parcours :** mise en place de fiches de poste à jour et d'entretiens professionnels réguliers pour assurer la cohérence des évolutions de carrière et la clarté des missions confiées.
- **Développer les compétences :** mise en œuvre d'un plan de formation annuel ambitieux couvrant l'ensemble des collaborateurs français, avec un suivi rigoureux des indicateurs de réalisation et des compétences acquises. Le plan de formation reste à mettre en place pour les collaborateurs espagnols.
- **Accompagner l'évolution professionnelle :** soutien à la progression interne et adaptation aux nouveaux enjeux du secteur (RSE, digital, sécurité événementielle, écoconception), afin de préparer les collaborateurs aux métiers de demain.

2.3.1.1 Objectifs qualitatifs

- Offrir à chaque collaborateur des perspectives d'évolution professionnelle claires et adaptées.
- Assurer une montée en compétences continue par des formations de qualité.
- Intégrer les enjeux stratégiques de l'entreprise (RSE, sécurité, innovation) dans les programmes de formation.
- Valoriser et fidéliser les talents par un accompagnement personnalisé.

2.3.1.2 Objectifs quantitatifs

Formation :

80%

Atteindre 80% de **formations perçues comme satisfaisantes ou très satisfaisantes** (≥ 3/5) d'ici janvier 2027.

80%

Atteindre 80% **de collaborateurs formés** par an (hors SST) d'ici janvier 2027.

Parcours et organisation :

100%

Maintenir 100% des fiches de poste collaborateurs existantes et à jour d'ici janvier 2027.

2.3.2 ACTIONS

Creative Spirit considère le développement des compétences et l'accompagnement des carrières comme des leviers essentiels de fidélisation et de performance. L'entreprise veille à proposer des parcours clairs et adaptés aux aspirations de chacun, tout en soutenant l'évolution des collaborateurs face aux nouveaux enjeux du secteur.

Formation et développement des compétences

- Creative Spirit propose régulièrement des **formations de développement** des compétences, avec un suivi centralisé pour l'ensemble des collaborateurs en France.

- En Espagne, les besoins en formation sont exprimés directement auprès des managers, qui étudient chaque demande. Toutefois, aucun suivi global n'est encore en place à ce stade, représentant un axe de progrès identifié.

- Les thématiques de formation couvrent aussi bien les compétences techniques et métiers que les enjeux RSE, l'organisation d'événements responsables et la sécurité au travail.

Évaluation de la performance

- En France, des **entretiens individuels annuels** sont menés par les directeurs d'agence afin d'évaluer la performance, d'identifier les besoins en développement et d'accompagner la progression de carrière.

- En Espagne, ces évaluations ne sont pas systématiques et ne sont organisées qu'à la demande, ce qui illustre une pratique moins formalisée mais plus flexible.

Développement de carrière et accompagnement

- Des **entretiens professionnels** sont conduits tous les deux ans pour l'ensemble des collaborateurs, conformément à la réglementation française (article 16 de la matrice de contrat CDI).

- Ces entretiens permettent de formaliser les discussions sur les aspirations professionnelles, d'identifier les besoins en formation et d'accompagner les projets d'évolution.

2.4 DIVERSITÉ, ÉGALITÉ ET INCLUSION

2.4.1 POLITIQUES

Creative Spirit considère la diversité, l'égalité de traitement et l'inclusion comme des leviers essentiels de cohésion, d'innovation et de performance collective. L'entreprise veille à garantir un environnement de travail respectueux, ouvert à tous et représentatif de la pluralité des profils et des talents.

Cette politique repose sur trois piliers :

- **Prévenir les discriminations :** mise en place de processus de recrutement inclusifs (annonces rédigées au masculin et au féminin, ouverture des postes aux personnes à mobilité réduite), intégration du Code de conduite collaborateurs et du règlement intérieur comme socle de sensibilisation et de prévention.

- **Promouvoir l'égalité et la représentation** : garantir le respect du principe « à travail égal, salaire égal », assurer une représentation équilibrée dans l'ensemble de l'organisation et renforcer la place des femmes dans les fonctions de management.

- **Favoriser l'inclusion et l'accessibilité :** développer des actions concrètes pour améliorer l'accessibilité des agences, accompagner les collaborateurs en situation de handicap ou les salariés aidants, et sensibiliser régulièrement aux comportements inclusifs et respectueux.

2.4.1.1 Objectifs qualitatifs

- Garantir un cadre de travail inclusif, respectueux et ouvert à tous.

- Intégrer la diversité comme levier de créativité et d'innovation.

- Renforcer la sensibilisation des collaborateurs et partenaires aux enjeux de diversité et d'égalité.

- Développer des partenariats avec des structures favorisant l'insertion et l'emploi des personnes en situation de handicap.

2.4.1.2 Objectifs quantitatifs

50%

Maintenir un taux de **50% ou plus de femmes dans l'organisation et viser un meilleur équilibre** dans les postes de management d'ici janvier 2027.

100%

Rendre 100% des **agences accessibles aux personnes à mobilité réduite** d'ici janvier 2027.

2.4.2 ACTIONS

Creative Spirit place la diversité, l'égalité de traitement et l'inclusion au cœur de sa politique sociale. L'entreprise s'attache à créer un environnement où chaque collaborateur est respecté et valorisé, quels que soient son origine, son genre, son âge, sa situation de handicap ou ses convictions.

Prévention des discriminations dès le recrutement

- Toutes les annonces d'emploi, notamment pour l'agence de Cannes, sont rédigées de manière inclusive (emploi du masculin et du féminin) et ouvertes aux personnes à mobilité réduite.

- L'objectif est d'assurer une égalité des chances dès la phase de recrutement et de promouvoir la diversité des profils au sein des équipes.

Sensibilisation et formation contre les discriminations et le harcèlement

- Tous les collaborateurs sont sensibilisés aux enjeux de diversité et de prévention du harcèlement via la présentation du **Code de conduite collaborateurs** et **des mises en situation pratiques**.

- Le règlement intérieur en France comme en Espagne couvre ces aspects.

- Lors de l'onboarding, chaque nouvel arrivant reçoit l'ensemble des documents sociaux (dont le code de conduite) et doit en attester la bonne réception.

Prévention du harcèlement

- Creative Spirit a formalisé dans son Code de conduite une politique stricte de **tolérance zéro face au harcèlement moral et sexuel,** avec des exemples concrets de comportements interdits et sanctionnables.

- En pratique, la gestion de crise reste ponctuellement centralisée par les responsables de service, en lien avec la direction, ce qui représente un axe d'amélioration identifié (déploiement attendu d'une procédure de référent harcèlement).

- Une procédure détaillée décrit le traitement d'une alerte, de la réception à la clôture, incluant la protection des lanceurs d'alerte.

Égalité salariale

- Les rémunérations respectent les minimums légaux et conventionnels prévus par la **CCN n°3252 des agences événementielles**, garantissant une équité salariale entre collaborateurs.

- Les dispositifs de suivi prévoient notamment un contrôle du respect du principe **« à travail égal, salaire égal »**, conformément aux obligations légales et conventionnelles.

Mécanismes de réclamation et traitement des alertes

- Le **dispositif d'alerte interne** (Code de conduite V2 – juin 2025) permet à tout collaborateur de signaler une discrimination, un harcèlement ou une atteinte aux droits fondamentaux.

- Les signalements sont instruits de manière confidentielle par des référents désignés, avec accusé de réception et enquête interne.

- Le lanceur d'alerte est protégé contre toute forme de représailles, conformément à la loi et aux bonnes pratiques de gouvernance.

03.

ENVIRONNEMENT

3. ENVIRONNEMENT

3.1 CONSOMMATION D'ÉNERGIE ET ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE

3.1.1 POLITIQUES

Creative Spirit place la réduction de son empreinte carbone au cœur de sa stratégie de développement durable. L'entreprise considère la maîtrise de l'énergie et des émissions de gaz à effet de serre (GES) comme un levier essentiel de performance environnementale et de crédibilité auprès de ses clients et parties prenantes.

Cette politique repose sur trois piliers :

- **Mesurer et maîtriser les impacts :** réalisation régulière de bilans carbone des agences afin de disposer de données fiables et comparables dans le temps.
- **Réduire les émissions :** mise en œuvre d'actions concrètes de sobriété énergétique et d'écoconception pour limiter les consommations et les rejets à la source.
- **Compenser et contribuer à la neutralité carbone** : recours à des solutions de séquestration carbone et partenariats responsables pour aligner la stratégie de l'entreprise avec les objectifs climatiques internationaux.

3.1.1.1 Objectifs qualitatifs

- Limiter les émissions de GES liées à l'activité des agences et des événements.
- Intégrer systématiquement la réduction des impacts environnementaux dans la conception des projets.
- Participer activement à la transformation responsable du secteur événementiel en visant la neutralité carbone.

3.1.1.2 Objectifs quantitatifs

-3,78%

Réduction annuelle de 3.78% d'**émissions de GES par collaborateur** par rapport à 2022, jusqu'à janvier 2027.

80%

80% minimum des **émissions carbone des agences séquestrées** par an d'ici janvier 2027.

3.1.2 ACTIONS

La réduction de la consommation énergétique et des émissions de gaz à effet de serre constitue un axe stratégique majeur pour Creative Spirit. L'entreprise agit à la fois sur ses infrastructures, ses événements et la sensibilisation de ses collaborateurs, conformément à sa certification ISO 20121.

Formation et sensibilisation des collaborateurs

- **Livret d'accueil :** chaque nouvel arrivant reçoit un guide listant des éco-gestes concrets pour réduire la consommation d'énergie au bureau et lors des événements.

- **Newsletter RSE mensuelle :** une rubrique dédiée informe et sensibilise sur le changement climatique, les économies d'énergie et les bonnes pratiques.

- **Sessions de sensibilisation continues :** rappel régulier des engagements énergétiques et climatiques dans le cadre des actions internes.

Optimisation énergétique des infrastructures

- **Data center écoresponsable :** depuis janvier 2024, les données de Creative Spirit sont hébergées dans un data center de catégorie 4, dernière génération, répondant aux normes d'efficacité énergétique.

- **Éclairage responsable :** promotion systématique de l'utilisation d'ampoules basse consommation dans les agences.

- **Chauffage, ventilation et climatisation (CVC) :** installation de thermostats réglables afin de limiter les surconsommations et adapter les usages aux besoins réels.

- **Énergie renouvelable :** les agences de Paris et Cannes sont alimentées par de l'électricité verte (contrats Engie).

Bilans et suivi carbone

- **Bilan carbone annuel :** réalisé depuis 2021 sur le périmètre Paris et Cannes, élargi à Barcelone depuis 2023, permettant de mesurer et suivre l'évolution des émissions de GES.

Événements responsables et mobilité

- **Offres hybrides :** mise en place d'événements hybrides (présentiel et distanciel), permettant de réduire significativement les émissions liées aux transports des participants.

3.1.3 FOCUS SUR LA GESTION DES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE

Dans le cadre de sa démarche RSE et de son engagement en faveur d'une transition bas carbone, **Creative Spirit** mesure et pilote chaque année les émissions de gaz à effet de serre liées à ses activités.

Cette évaluation, conforme au **GHG Protocol** et à la méthodologie **Bilan Carbone®**, permet d'identifier les principales sources d'émissions, de définir des actions de réduction ciblées et de suivre les progrès réalisés dans le temps.

L'objectif est clair : réduire durablement l'empreinte carbone de l'entreprise tout en maintenant un haut niveau de performance opérationnelle et de qualité de service.

3.1.3.1 INDICATEURS DE GAZ À EFFET DE SERRE (GES)

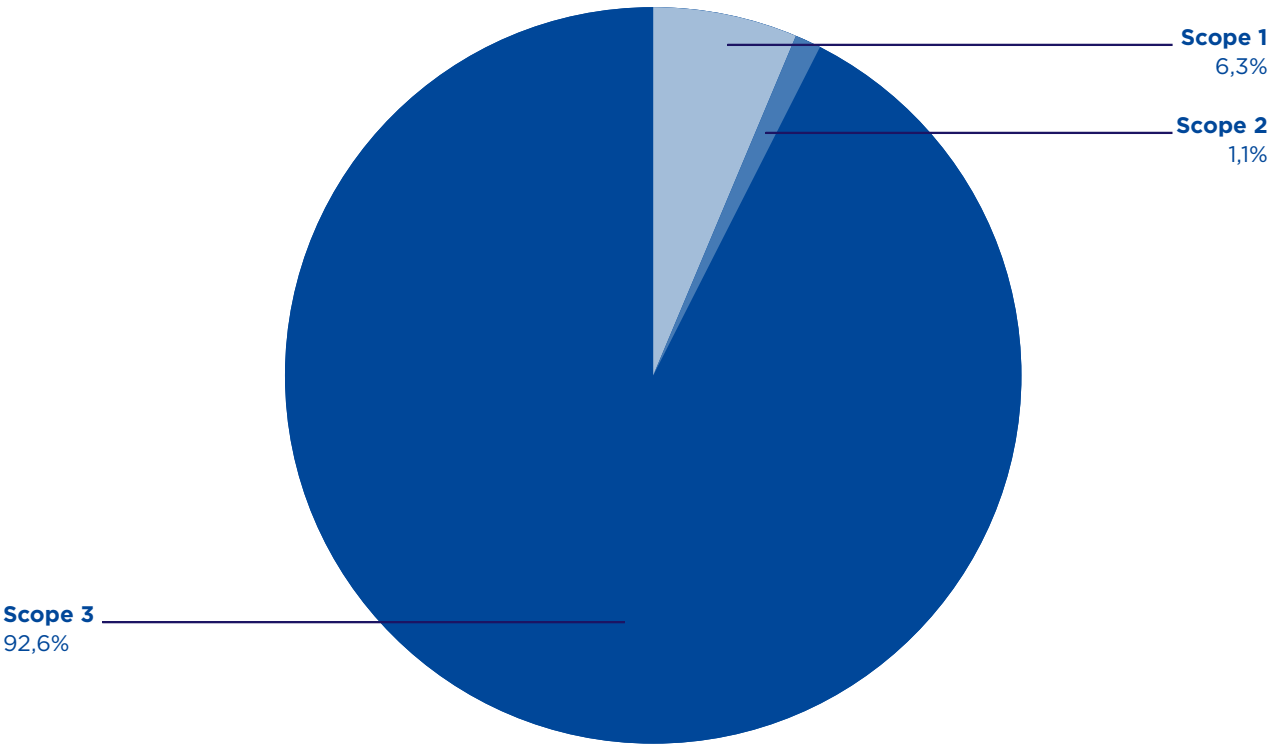
En 2024, **Creative Spirit** a réalisé son **Bilan Carbone®** pour l'ensemble de ses activités d'exploitation sur les sites de **Paris, Cannes et Barcelone,** conformément à la méthodologie officielle de l'**Association Bilan Carbone** et au **GHG Protocol.**

Ce bilan, réalisé par le cabinet **Everyone Eco**, couvre les **Scopes 1, 2 et 3**. Les émissions générées par les événements organisés pour les clients sont exclues du périmètre.

Résultats consolidés 2024 :

- **Total des émissions :** 146,7 tonnes de CO_2 équivalent (tCO_2e)

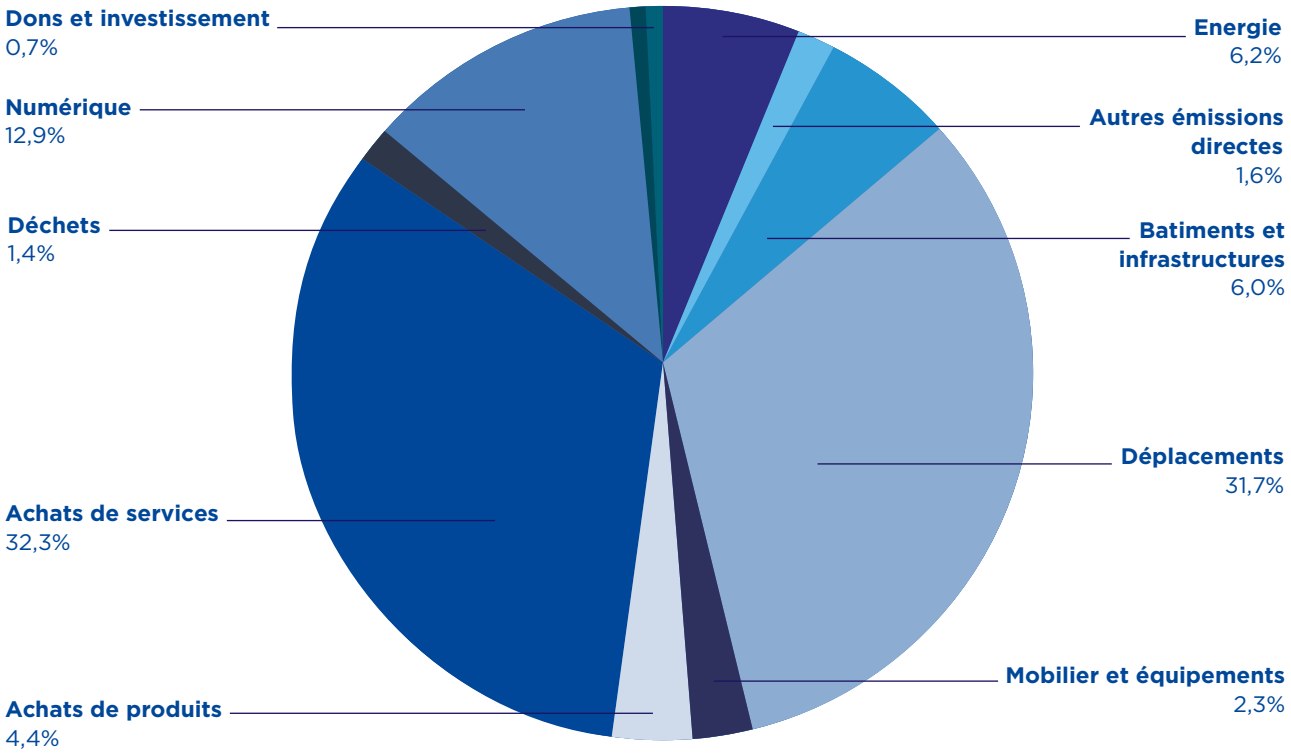
- **Répartition par scope :**
  - o **Scope 1** (émissions directes - combustibles, climatisation, véhicule) : **environ 6%**
  - o **Scope 2** (électricité, chauffage, énergie consommée) : **environ 1%**
  - o **Scope 3** (achats, déplacements, numérique, déchets, services) : **environ 93%**



Les principaux postes d'émission identifiés sont :

1. **Achats de services** (32,3%)
2. **Déplacements** (31,7%)
3. **Numérique** (12,9%)

Ces trois catégories représentent à elles seules **près de 77%** des émissions totales du groupe.



3.1.3.2 Objectifs de réduction de GES

Creative Spirit a défini une trajectoire de réduction de ses émissions ambitieuse et alignée sur les objectifs de l'Accord de Paris :

- **Réduction annuelle visée par collaborateur : -3,78%** par an entre 2025 et 2034 ;
- **Objectif global : -50% d'émissions de CO_2 liées à l'activité (hors événements) à horizon 2040,** par rapport au Bilan Carbone 2022 et rapporté au nombre de collaborateurs.

Cette trajectoire repose sur un plan d'action progressif et mesurable, structuré autour de trois leviers principaux :

- **Sobriété énergétique :** réduction des consommations de gaz et d'électricité, conversion des chaudières à gaz, installation d'équipements à haute efficacité.
- **Mobilité durable :** diminution des déplacements en avion et en voiture, promotion du télétravail, du covoiturage et des mobilités douces (vélos et scooters électriques).
- **Achats responsables et numérique sobre :** intégration de critères environnementaux dans la sélection des prestataires, recours au matériel reconditionné, prolongation de la durée de vie des équipements IT et réduction de l'empreinte numérique.

3.1.3.3 Système de gestion du carbone

Creative Spirit a mis en place un **système structuré de gestion du carbone** intégré à sa stratégie RSE et à son système de management ISO 20121.

Ce système comprend :

- **Un suivi centralisé** des bilans carbone et des objectifs de réduction, piloté par la direction et mis à jour chaque année.

- **Un reporting interne et externe :** les résultats et les progrès réalisés sont communiqués chaque année dans la **Revue de Direction** et dans le **rapport RSE.**

L'entreprise s'appuie également sur des partenaires experts (ADEME, Everyone Eco, Ethickers, Bpifrance Université) pour structurer et auditer sa démarche bas carbone.

3.1.3.4 Réduction des émissions du Scope 3

Les émissions du **Scope 3,** majoritaires, font l'objet d'une démarche de réduction particulièrement rigoureuse, centrée sur la chaîne d'approvisionnement et les usages numériques.

Achats et prestataires
Creative Spirit évalue ses prestataires dits critiques (décoration, technique, restauration) à partir de critères environnementaux précis :

- **Charte d'achats responsables** obligatoire pour les prestataires identifiés comme « critiques »,

- **Notation RSE** des prestataires identifiés comme « critiques », intégrée à la grille de référencement,

- **Évaluation post-prestation** des prestataires identifiés comme « critiques », combinant satisfaction et performance environnementale.

Les critères incluent notamment :
- Localisation et proximité du prestataire,
- Niveau d'engagement environnemental,
- Qualité de communication et réactivité,
- Respect des cahiers des charges mentionnant les attentes RSE.

Mobilité et numérique
Creative Spirit agit également sur :

- **Les déplacements professionnels et domicile-travail,** via le télétravail, le recours au train et les mobilités douces,

- **La sobriété numérique,** avec le recours au matériel reconditionné, la prolongation du cycle de vie des équipements et la sensibilisation des équipes à la réduction des e-mails et des visioconférences inutiles.

3.1.3.5 Pratique de suivi et reporting des GES

- Le **Bilan Carbone** est **réalisé chaque année,** conformément à la méthodologie **Bilan Carbone®** et au **GHG Protocol.**

- L'étude est **vérifiée par un tiers indépendant, Everyone Eco,** garantissant la fiabilité et la traçabilité des données.

- Les résultats sont **publiés dans le rapport RSE** et dans la revue de direction annuelle, et sont **communiqués en interne.**

- L'entreprise actualise son inventaire et ses indicateurs chaque année et poursuit une logique d'amélioration continue.

3.1.3.6 Périmètre de suivi des GES (Scopes 1 et 2)

Le suivi des émissions de Scopes 1 et 2 concerne l'ensemble des activités d'exploitation des bureaux de Paris, Cannes et Barcelone.

Le périmètre comprend :
- Les consommations d'énergie (gaz naturel, électricité, climatisation) ;
- Les émissions directes liées aux bâtiments et infrastructures ;
- Les émissions liées à la mobilité interne (véhicules de service).

Les **émissions générées par les événements organisés pour les clients sont explicitement exclues du périmètre**, afin de concentrer la mesure sur les activités propres de l'entreprise.

L'évolution des émissions est suivie selon les indicateurs suivants :
- **Émissions totales :** 146,7 tCO_2e en 2024 (+2% par rapport à 2023) ;
- **Émissions par collaborateur :** 2 668 $kgCO_2e$ (-13,8% par rapport à 2023) ;
- **Émissions par millier d'euros de chiffre d'affaires :** 4,87 $kgCO_2e$ (-17% par rapport à 2023).

3.2 MATIÈRES PREMIÈRES, PRODUIT CHIMIQUES & DÉCHETS

3.2.1 POLITIQUES

Creative Spirit considère la gestion responsable des matières premières, des produits chimiques et des déchets comme un pilier central de sa démarche d'écoconception. L'entreprise fait de la réduction des impacts environnementaux une priorité permanente en intégrant la sobriété et le réemploi dans la conception et la production de ses événements.

Cette politique repose sur trois piliers :

- **Prévenir et réduire à la source :** limiter l'utilisation de matières polluantes et privilégier des matériaux certifiés, recyclés ou recyclables, tout en réduisant les volumes de déchets générés.
- **Réemployer et valoriser :** systématiser l'upcycling, le réemploi interne ou externe (don à des associations, ateliers d'insertion) ainsi que le recyclage pour prolonger le cycle de vie des matériaux.
- **Responsabiliser la chaîne d'approvisionnement :** impliquer les prestataires à travers la Charte d'achats responsables et le Code de conduite fournisseurs, en exigeant transparence et certificats de destruction ou de traitement des déchets.

Création de totebags et de pochettes ordinateur à partir de bâches pour nos clients Sfil et Axa France.

3.2.1.1 Objectifs qualitatifs

- Produire des événements éco-responsables en systématisant la démarche d'écoconception.
- Réduire l'impact carbone et environnemental des matériaux utilisés.

Renforcer la traçabilité et la transparence des pratiques de traitement des déchets en collaboration avec les prestataires.

3.2.1.2 Objectifs quantitatifs

16,8%

Atteindre 16.8% de propositions pour des projets avec **de la décoration, pour lesquels le détail des matériaux et/ou matériels utilisés** avec leurs devenirs a été transmis au client (uniquement les projets dont le chiffre d'affaires est supérieur ou égale à 20 000€ HT) d'ici janvier 2027.

16,8%

Atteindre 16.8% de propositions pour des projets avec de la décoration, **sur lesquels au moins l'une des trois solutions proposées ci-dessous a été proposées** (même en option) **upcycling ; réemploi externe** (don à des associations, ateliers d'insertion type Entreprise à But d'Emploi) ; **réemploi interne** (uniquement les projets dont le chiffre d'affaires est supérieur ou égale à 20 000€ HT) d'ici janvier 2027.

1,5%

Atteindre 1.5% d'événements produits avec de la décoration (incluant la signalétique et excluant le mobilier) sur lesquels de **l'upcycling et/ou du réemploi des éléments de décors a été réalisé** (uniquement les évènements dont le chiffre d'affaires est supérieur ou égale à 20 000€ HT), d'ici janvier 2027.

2,2%

Atteindre 2.2% d'évènements produits avec de **la restauration et un surplus alimentaire qui a pu faire l'objet de dons après l'évènement** (uniquement les évènements dont le chiffre d'affaires est supérieur ou égale à 20 000€ HT) d'ici janvier 2027.

10%

Atteindre 10% d'évènements produits avec de **la décoration et/ou traiteur avec un bilan de traitement des déchets fourni au client** après l'évènement (uniquement pour les évènements dont le chiffre d'affaires est supérieur ou égale à 20 000€ HT) d'ici janvier 2027.

3.2.2 ACTIONS

La réduction et la valorisation des déchets constituent un axe central de la stratégie RSE de Creative Spirit. L'entreprise s'appuie sur son **Guide de l'évènement responsable**, des procédures internes et des partenariats avec des prestataires spécialisés pour limiter l'impact environnemental de ses activités et favoriser l'économie circulaire.

Réduction et valorisation des déchets des événements

- **Guide de l'évènement responsable :** mis à disposition de tous les chefs de projets, il définit des règles de réutilisation, récupération et recyclage pour chaque catégorie (scénographie, signalétique, mobilier, restauration, gestion des déchets).

- **valuation post-production :** chaque projet fait l'objet d'un suivi du degré d'écoresponsabilité, avec un reporting incluant les actions de gestion des déchets mises en œuvre.

- **Exemples concrets :** réemploi de palettes pour stands et fonds de scène, location de mobilier, réduction de la signalétique, impression de badges génériques réutilisables.

Sensibilisation et formation des collaborateurs

- **Livret d'accueil :** sensibilisation initiale aux bons gestes (réduction, tri, réemploi).

- **Petits-déjeuners RSE mensuels :** organisés à Paris et Cannes, avec des sessions dédiées à la gestion et la réduction des déchets. Des rendez-vous mensuels sont en cours de mise en place pour les agences espagnoles à partir de 2026.

Tri interne et recyclage dans les agences

- **Poubelles de tri sélectif** installées pour capsules de café, piles, plastiques et déchets courants.

- **Recyclage des capsules Nespresso** via une filière dédiée.

- **Partenariats avec des prestataires spécialisés :** Elise (Cannes) et Les Joyeux Recycleurs (Paris), qui fournissent des rapports mensuels et annuels sur les flux de déchets.

Optimisation de la consommation de matériaux

- **Réflexion en amont :** intégration de critères de circularité dès la phase de conception des projets.

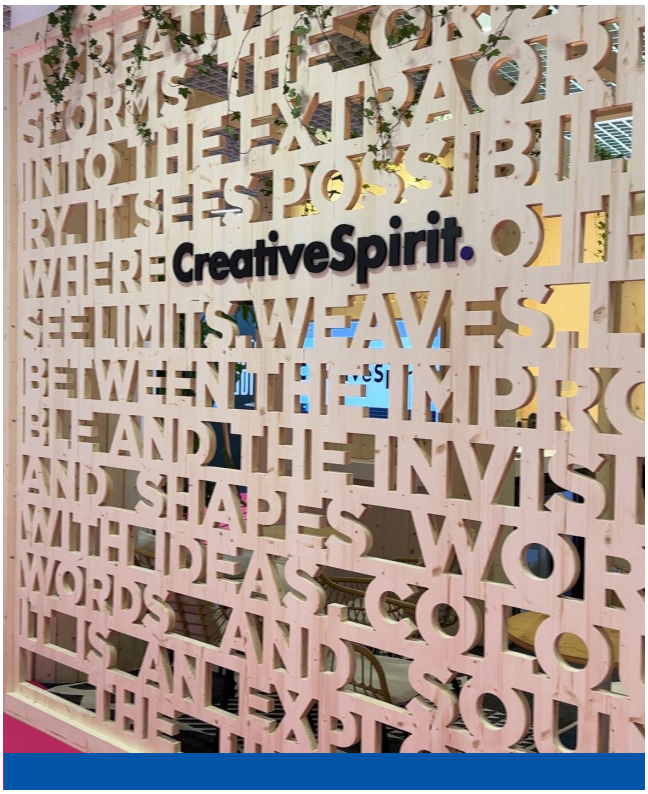
- **Bonnes pratiques restauration :** mise en place de fontaines à eau, encouragement à l'usage de gourdes personnelles pour limiter les bouteilles jetables.

- **Réemploi événementiel :** recours à des prestataires pour récupérer et donner une seconde vie aux matériaux après événement (ex. LVMH, stand octobre 2024).

Utilisation de matériaux écologiques ou biosourcés

- **Capsules de café issues de filières de recyclage.**

- **Palettes en bois recyclées et recyclables,** utilisées pour la scénographie et la construction de cloisons, puis réemployées ou recyclées.



- **Recours aux murs LED** et autres solutions réduisant l'usage de matériaux imprimés.

Réemploi interne et allongement de la durée de vie

- **Plateforme de partage interne :** armoire commune pour les fournitures de bureau neuves ou récupérées, afin d'éviter le gaspillage.

- **Remise à neuf du matériel informatique :** choix d'ordinateurs évolutifs avec une durée de vie portée à 5-6 ans.

Gestion spécifique des déchets en agence

- **Collecte régulière** par Les Joyeux Recycleurs à Paris, avec bilans mensuels et annuels.

- Reporting externe permettant de suivre les volumes collectés et recyclés, et d'améliorer les **pratiques.**

3.3 SANTÉ & SÉCURITÉ DES CONSOMMATEURS

3.3.1 POLITIQUES

Creative Spirit considère la santé et la sécurité des consommateurs et participants comme un impératif absolu dans l'organisation de ses événements. L'entreprise veille à garantir un environnement sûr, conforme aux réglementations en vigueur, et à prévenir tout incident susceptible de mettre en cause la sécurité physique ou la protection des données personnelles.

Cette politique repose sur trois piliers :

- **Conformité réglementaire :** application stricte du RGPD pour assurer la confidentialité et la sécurité des données personnelles des participants.
- **Prévention des risques :** mise en place de procédures et de bonnes pratiques de santé et sécurité lors des événements pour protéger les consommateurs et invités.
- **Culture de vigilance :** sensibilisation continue des équipes et intégration des prestataires dans une démarche proactive de prévention des incidents.

3.3.1.1 Objectifs qualitatifs

- Garantir la sécurité physique et digitale de tous les participants aux événements.
- Prévenir les incidents liés à la gestion des données personnelles.
- Promouvoir une expérience client et consommateur reposant sur la confiance et la transparence.

3.3.1.2 Objectifs quantitatifs

0%

Maintenir **0% de dossiers sans incident** lié aux données personnelles d'ici janvier 2027.

0%

Maintenir un taux **d'accidentologie de 0% sur les événements** impliquant des consommateurs d'ici janvier 2027.

80%

Former **minimum 80% des équipes opérationnelles aux règles** de santé et sécurité événementielle d'ici janvier 2027.

3.3.2 ACTIONS

La protection de la santé et de la sécurité des consommateurs constitue une priorité absolue pour Creative Spirit. Dans le cadre de ses événements, l'entreprise applique un dispositif structuré de traçabilité, de prévention et de gestion des incidents, en cohérence avec les exigences réglementaires françaises et européennes.

Traçabilité alimentaire et prévention des risques sanitaires

- **Charte d'achats responsables :** les prestataires de restauration doivent fournir l'ensemble des informations relatives aux produits utilisés.

- **Liste des allergènes :** systématiquement transmise par les traiteurs lors des événements (exemple : menu AXA, 19 mars 2024).

- **Suivi qualité :** contrôle des informations alimentaires et intégration dans les dossiers de sécurité des événements.

Dispositif de communication et gestion des incidents

- **Dossier de sécurité événementiel :** précise les canaux de communication à utiliser en cas de problème de santé ou de sécurité.

- **Présence systématique d'agents SSIAP** lors des événements, conformément à la législation française.

- **Renforcement selon le risque :** présence de pompiers et/ou de médecins pour les événements à forte affluence ou à risques particuliers.

Procédure d'alerte et de réponse d'urgence

- **Plan de continuité d'activité :** garantit la mise en place d'une continuité d'activité pour les phases de préparation et d'exploitation. Chaque phase du dossier est prise en charge par une ressource Creative Spirit. Selon l'indisponibilité de la ressource, un PCA sera mis en place selon les critères suivants:
  - Indisponibilité de la ressource + ou – 48h00
  - Indisponibilité de la ressource à + ou – 7 jours de l'évènement

  Selon le cas de figure, un remplacement temporaire ou définitif sera mis en place.

- **Code de conduite (collaborateurs & fournisseurs) :** inclut un dispositif de signalement sécurisé permettant de remonter toute violation ou préoccupation sans crainte de représailles.

3.4 PROMOTION ET SERVICES ENVIRONNEMENTAUX

3.4.1 POLITIQUES

Creative Spirit souhaite contribuer activement à la transformation responsable du secteur événementiel. L'entreprise considère la promotion de ses pratiques RSE et la mise à disposition de services environnementaux comme des leviers clés pour sensibiliser ses clients, renforcer la confiance des parties prenantes et créer de nouveaux projets à impact positif.

Cette politique repose sur trois piliers :

- **Diffuser les bonnes pratiques :** partager régulièrement des retours d'expérience, innovations et solutions responsables auprès de l'écosystème (clients, partenaires, collaborateurs).
- **Accompagner les parties prenantes :** proposer des services intégrant l'écoconception et des solutions bas carbone, afin d'inscrire les projets événementiels dans une démarche éco-socio-responsable.
- **Valoriser l'engagement :** communiquer de manière transparente sur les actions menées et les résultats obtenus, en évitant tout risque de greenwashing.

3.4.1.1 Objectifs qualitatifs

- Communiquer activement sur la démarche RSE de l'entreprise auprès des clients et partenaires.
- Mettre en avant l'offre écoresponsable et différenciante de Creative Spirit.
- Démontrer la valeur ajoutée des événements conçus selon une logique éco-socio-responsable.

3.4.1.2 Objectifs quantitatifs

12

Réaliser **12 communications externes** RSE par an d'ici janvier 2027.

9

Partager en interne **9 bonnes pratiques ou nouvelles technologies** via newsletters, cafés RSE ou supports dédiés d'ici janvier 2027.

25,6%

Atteindre **25.6% de fournisseurs considérés comme critiques et engagés dans une démarche RSE** d'ici janvier 2027.

3,1%

Atteindre 3,1% d'événements pour lesquels un bilan carbone a été réalisé, par an (uniquement les évènements dont le chiffre d'affaires est supérieur ou égale à 20 000 € HT) d'ici janvier 2027.

3.4.2 ACTIONS

Creative Spirit accompagne ses clients dans la réduction de l'empreinte écologique de leurs événements en proposant des services environnementaux innovants et en valorisant des solutions responsables. Cette démarche vise à sensibiliser les clients aux enjeux climatiques et à renforcer leur engagement dans la transition écologique.

Calcul et compensation de l'empreinte carbone

- **Bilan carbone événementiel :** Creative Spirit propose à ses clients de calculer l'empreinte carbone de chaque événement produit.

- **Accompagnement à la compensation :** soutien dans la sélection de projets de financement destinés à séquestrer les émissions résiduelles, garantissant des solutions alignées avec les standards climatiques.

Réduction des plastiques et emballages à usage unique

- **Substitution systématique** des plastiques à usage unique par des récipients réutilisables.

- **Mise à disposition de fontaines à eau** pour limiter l'achat de bouteilles plastiques.

- **Suppression des emballages individuels** pour la restauration et les collations.

Prévention du gaspillage alimentaire et valorisation des surplus

- **Ajustement des quantités** en amont afin d'éviter le surplus alimentaire.

- **Redistribution des denrées non servies** dont la chaîne du froid est respectée, en partenariat avec des prestataires spécialisés.

- **Sélection de traiteurs responsables et certifiés,** intégrant des pratiques de durabilité dans leur offre.

Promotion des solutions responsables auprès des clients

- **Communication RSE dédiée :** intégration d'actions RSE concrètes dans les présentations clients.

- **Mise en avant de produits upcyclés :** présentation des solutions créatives et circulaires utilisées lors d'événements (ex. mobilier ou décor issus du réemploi).

04.

ETHIQUE

4. ETHIQUE

4.1 CORRUPTION, CONFLITS D'INTÉRÊTS, FRAUDE ET BLANCHIMENT D'ARGENT

4.1.1 POLITIQUES

Creative Spirit adopte une tolérance zéro en matière de corruption, de conflits d'intérêts, de fraude et de blanchiment d'argent. Ces pratiques compromettent gravement l'éthique, menacent la réputation et exposent l'entreprise ainsi que ses collaborateurs à des risques juridiques, financiers et opérationnels majeurs.

Cette politique repose sur quatre piliers :

- **Prévenir la corruption :** interdire toute forme de corruption active ou passive, publique ou privée, ainsi que les pratiques assimilées (trafic d'influence, cadeaux excessifs, paiements de facilitation).

- **Éviter les conflits d'intérêts :** garantir que toutes les décisions prises par les collaborateurs le soient dans l'intérêt exclusif de l'entreprise, sans influence d'intérêts personnels, familiaux ou financiers.

- **Lutter contre la fraude :** instaurer une vigilance quotidienne face aux risques de fraude interne, externe ou mixte, et former les collaborateurs à reconnaître et signaler toute tentative suspecte.

- **Prévenir le blanchiment d'argent :** refuser catégoriquement les transactions en espèces, surveiller les opérations atypiques et collaborer avec les autorités en cas de doute sur la légalité des fonds.

4.1.1.1 Objectifs qualitatifs

- Instaurer une culture d'intégrité et de transparence à tous les niveaux de l'organisation.

- Sensibiliser et former l'ensemble des collaborateurs aux comportements à adopter face à la corruption, aux conflits d'intérêts, aux fraudes et au blanchiment d'argent.

- Mettre en place un dispositif d'alerte interne efficace, confidentiel et protecteur pour encourager les signalements de bonne foi.

4.1.1.2 Objectifs quantitatifs

100%

Atteindre 100% de collaborateurs formés chaque année **aux risques de corruption, fraude et blanchiment d'argent** d'ici janvier 2027.

0%

Maintenir 0% d'incidents avérés de **corruption ou de blanchiment recensés annuellement** dans les rapports internes d'ici janvier 2027.

2

Effectuer **2 audits internes ou contrôles ciblés** par an pour vérifier la conformité des processus sensibles d'ici janvier 2027.

100%

Atteindre 100% de **signalements traités dans un délai maximum de 2 mois** d'ici janvier 2027.

4.1.2 ACTIONS

Creative Spirit applique une politique de **tolérance zéro** face à la corruption sous toutes ses formes. L'entreprise met en place des actions de prévention, de contrôle et de suivi afin de garantir l'intégrité de ses pratiques et de celles de ses partenaires, conformément à son Code de conduite collaborateurs.

Formation et sensibilisation

- **Communication interne :** l'ensemble des équipes est sensibilisé via la diffusion et l'explication du Code de conduite collaborateurs (V2, 18.06.25).

- **Mise à disposition permanente :** le code constitue un référentiel pratique et accessible, rappelant les comportements attendus et les situations à éviter.

Procédure d'alerte

- **Dispositif d'alerte interne et externe :** décrit en annexe du Code de conduite collaborateurs, il permet à tout collaborateur ou partie prenante de signaler en toute sécurité une suspicion ou un cas avéré de corruption, sans crainte de représailles.

- **Canaux confidentiels :** mise en place de procédures sécurisées garantissant la confidentialité et la protection des lanceurs d'alerte.

Transactions sensibles et contrôles internes

- **Procédure d'approbation spécifique :** toute transaction identifiée comme sensible (paiements atypiques, contrats à risque, avantages financiers) fait l'objet d'un circuit d'approbation renforcé, tel que défini dans le Code de conduite.

- **Suivi régulier :** reporting annuel recensant le nombre de préoccupations « corruption » remontées via la procédure d'alerte (KPI).

4.2 GESTION RESPONSABLE DE L'INFORMATION

4.2.1 POLITIQUES

Creative Spirit considère la sécurité de l'information comme un pilier essentiel de la confiance accordée par ses clients, partenaires et collaborateurs. L'entreprise s'engage à protéger l'intégrité, la disponibilité et la confidentialité de toutes les données traitées dans le cadre de ses activités, qu'elles soient internes ou confiées par des tiers.

Cette politique repose sur quatre piliers :

- **Confidentialité et protection des données :** application stricte du RGPD et des standards internationaux pour garantir la confidentialité des données personnelles et sensibles.
- **Responsabilisation des collaborateurs :** sensibilisation, formation et obligations claires via la charte informatique et le code de conduite pour limiter les risques liés aux cyberattaques et aux comportements à risque.
- **Sécurisation des infrastructures :** mise en place de mécanismes de contrôle d'accès, d'authentification forte (mots de passe complexes, VPN, verrouillage de session) et de transfert sécurisé des données.
- **Prévention et réaction aux incidents :** procédures de signalement rapide des incidents informatiques, pertes de matériel ou cyberattaques, avec des dispositifs correctifs et des obligations de notification sous 48h en cas d'atteinte aux données personnelles.

4.2.1.1 Objectifs qualitatifs

- Garantir la confidentialité, l'intégrité et la disponibilité des informations gérées par Creative Spirit.
- Prévenir les cyberattaques et minimiser les risques liés à l'usage des systèmes d'information.
- Responsabiliser tous les collaborateurs à travers la charte informatique et la politique de sécurité.
- Renforcer la confiance des clients et parties prenantes grâce à une gouvernance transparente et des procédures rigoureuses de gestion des incidents.

4.2.1.2 Objectifs quantitatifs

100%

Atteindre **100% de collaborateurs formés à la sécurité de l'information** (charte + politique signées et comprises) d'ici janvier 2027.

0%

Maintenir **0% de violations de données personnelles signalées** chaque année jusqu'à janvier 2027.

100%

Traiter **100% des incidents de sécurité** déclarés dans un délai maximum **de 48 heures** d'ici janvier 2027.

100%

Réaliser **100% des mises à jour de sécurité de l'infrastructure informatique en France et en Espagne** effectuées dans un délai maximum de 72 heures après leur publication.

4.2.2 ACTIONS

Creative Spirit considère la sécurité de l'information comme une responsabilité clé pour protéger ses collaborateurs, clients et partenaires. L'entreprise met en place un dispositif complet associant sensibilisation, procédures d'alerte, audits et planification afin de garantir la confidentialité, l'intégrité et la disponibilité des données.

Formation et sensibilisation

- **Sessions de sensibilisation :** deux sessions par an sont organisées pour former les collaborateurs aux bonnes pratiques de cybersécurité et prévenir les atteintes à la sécurité de l'information.

- **Supports pédagogiques :** diffusion régulière de présentations et rappels pratiques sur les risques et les comportements à adopter.

Procédure d'alerte

- **Dispositif confidentiel :** un mécanisme décrit dans l'annexe du Code de conduite collaborateurs permet à toute partie prenante de signaler en toute sécurité une violation ou un risque lié à la sécurité de l'information, sans crainte de représailles.

- **Suivi KPI :** chaque alerte recensée est intégrée dans un suivi annuel afin de mesurer l'efficacité du dispositif.

Évaluation des risques et audits externes

- **Analyses régulières :** les risques liés à la sécurité de l'information font l'objet d'évaluations systématiques.

- **Audit Cybervadis :** a permis de mesurer le niveau de conformité de Creative Spirit en matière de sécurité informatique et de protection des données personnelles, et de prioriser les axes de progrès pour les agences françaises.

Plan de réponse aux incidents

- **Plan de continuité informatique (v2) :** définit les mesures à mettre en œuvre pour limiter les impacts en cas d'atteinte à des informations confidentielles ou d'interruption d'activité.

- **Scénarios dégradés :** prévoient des alternatives opérationnelles pour assurer la continuité des services.

Conservation et gestion des données

- **Calendrier de conservation :** document général fixant les durées légales de conservation des données collectées lors des événements.

- **Documents spécifiques par projet :** précisent les données collectées, leur usage et leur durée de conservation.

Protection des accès et confidentialité

- **Matrice des droits d'accès (v4) :** contrôle précis des habilitations, garantissant que seuls les profils autorisés accèdent aux données sensibles.

- **Sécurisation des répertoires :** limitation stricte de l'accès aux informations confidentielles pour réduire les risques de fuite.

Consentement des parties prenantes

- **Contrats de travail :** intègrent une clause spécifique autorisant le traitement des données personnelles des collaborateurs, limitée à la durée légale.

- **Contrats clients et prestataires :** prévoient également des engagements explicites sur le traitement, le partage et la conservation des informations confidentielles.

05.

ACHATS RESPONSABLES

5. ACHATS RESPONSABLES

5.1 PRATIQUES ENVIRONNEMENTALES DES FOURNISSEURS

5.1.1 POLITIQUES

Creative Spirit inscrit la responsabilité environnementale au cœur de sa politique d'achats, en cohérence avec sa mission et sa stratégie RSE. L'entreprise considère que ses choix de prestataires et fournisseurs constituent un levier majeur pour réduire son empreinte écologique et entraîner l'ensemble du secteur événementiel dans une dynamique vertueuse.

Cette politique repose sur quatre piliers :

- **Écoconception systématique :** intégrer l'impact environnemental dès la conception des événements, en veillant au devenir des matériaux, matériels et ressources utilisés.
- **Sélection responsable des prestataires :** privilégier les fournisseurs engagés dans une démarche RSE, notamment sur la réduction carbone, l'éco-conception, la gestion des déchets et l'économie circulaire.
- **Référencement exigeant :** conditionner le choix des prestataires « critiques » (décoration, technique, traiteur) au respect de la Charte d'achats responsables, du Code de conduite fournisseurs et à la fourniture de preuves tangibles de leur engagement environnemental.
- **Amélioration continue :** former les équipes, suivre les indicateurs de performance et impliquer les fournisseurs dans une logique de progrès continu alignée sur les engagements ISO 20121 et la Charte RFAR (notamment l'engagement n°6 : intégrer les problématiques de responsabilité environnementale).

5.1.1.1 Objectifs qualitatifs

- Produire des événements éco-responsables grâce à l'intégration systématique de critères environnementaux dans les cahiers des charges.
- Augmenter la part de fournisseurs engagés dans une démarche RSE vérifiable.
- Renforcer la traçabilité des matériaux, produits et déchets liés aux événements.
- Valoriser et partager les meilleures pratiques avec les équipes et partenaires.

5.1.1.2 Objectifs quantitatifs

80%

Atteindre **80% de fournisseurs critiques évalués post-évènement sur des critères d'écoconception** d'ici janvier 2027.

60%

Atteindre un minimum de **60% de prestataires dits "critiques" signataires de la Charte d'achats responsables** de Creative Spirit d'ici janvier 2027.

5,5%

Augmenter de **5,5% par an la part de fournisseurs considérés comme "critiques" labellisés, certifiés ou disposant d'une notation RSE** (Ecovadis, ISO, labels sectoriels) d'ici janvier 2027.

10%

Atteindre 10% d'évènements produits avec de **la décoration et/ou traiteur avec un bilan de traitement des déchets fourni au client après l'évènement** (uniquement pour les évènements dont le chiffre d'affaires est supérieur ou égale à 20 000€ HT) d'ici janvier 2027.

3,1%

Réaliser **un bilan carbone sur 3.1% des événements** (uniquement pour les évènements dont le chiffre d'affaires est supérieur ou égale à 20 000€ HT) d'ici janvier 2027.

5.1.2 Actions

Creative Spirit considère ses achats comme un levier essentiel de réduction de l'empreinte écologique de ses activités. L'entreprise intègre systématiquement des critères environnementaux dans ses processus d'approvisionnement, en cohérence avec sa stratégie d'écoconception et ses engagements ISO 20121.

Code de conduite fournisseurs

- **100 % des fournisseurs actifs signataires en 2025** du Code de conduite fournisseurs, qui comprend des exigences de protection de l'environnement et de gestion responsable des déchets et ressources.

Clauses contractuelles environnementales

- Les bons de commande exigent des fournisseurs la transmission de leur **charte RSE et actions écoresponsables.**

- Les prestataires doivent prouver leur capacité à réduire l'impact environnemental de leurs prestations (énergie, matériaux, gestion des déchets).

Évaluation environnementale des fournisseurs

- **Questionnaire RSE annuel** incluant des critères environnementaux.

- Évaluations spécifiques lors du référencement des prestataires critiques et après chaque événement pour mesurer la performance environnementale.

Formation des acheteurs

- Formation obligatoire des acheteurs aux enjeux environnementaux des achats responsables.

- Diffusion d'un **mémo pratique** dans le Guide de l'évènement responsable, listant les critères environnementaux à intégrer dans chaque cahier des charges.

5.2 PRATIQUES SOCIALES DES FOURNISSEURS

5.2.1 POLITIQUES

Creative Spirit veille à ce que l'ensemble de ses fournisseurs et prestataires respectent des pratiques sociales exemplaires, en cohérence avec sa mission RSE et les engagements de la Charte RFAR. L'entreprise considère que la protection des droits fondamentaux, la santé et sécurité des travailleurs ainsi que la lutte contre toute forme d'exploitation constituent des prérequis essentiels à la collaboration.

Cette politique repose sur quatre piliers :

- **Respect des droits humains et du travail :** interdiction stricte du travail des enfants, du travail forcé ou clandestin, respect de la liberté syndicale et lutte contre toute forme de discrimination.
- **Santé et sécurité :** exigence d'un environnement de travail sûr, avec des mesures préventives, équipements de protection adaptés et respect des normes locales et internationales de sécurité.
- **Équité et inclusion :** égalité de traitement en matière de recrutement, rémunération, formation et promotion, sans discrimination fondée sur le genre, l'âge, l'origine ou toute autre caractéristique protégée.
- **Responsabilisation contractuelle :** obligation pour tous les fournisseurs de signer et respecter le Code de conduite fournisseurs.

5.2.1.1 Objectifs qualitatifs

- Garantir la sécurité et le respect des droits sociaux dans toute la chaîne d'approvisionnement.
- Promouvoir la diversité, l'inclusion et la non-discrimination chez les prestataires.
- Développer une culture de prévention en matière de santé et sécurité.
- Etablir une relation partenariale durable avec les fournisseurs, basée sur l'équité et la responsabilité sociale.

5.2.1.2 Objectifs quantitatifs

100%

Maintenir 100% de fournisseurs critiques ayant signé et renvoyé le Code de conduite fournisseurs d'ici janvier 2027.

0%

Maintenir 0% de cas avérés de **travail forcé, travail des enfants ou harcèlement recensés** chez les fournisseurs chaque année à partir de janvier 2027.

5.2.2 Actions

Creative Spirit veille à ce que sa politique d'achats responsables contribue à la protection des droits sociaux et à l'amélioration des conditions de travail tout au long de sa chaîne d'approvisionnement. L'entreprise impose des standards clairs à ses fournisseurs et s'assure que leurs pratiques respectent les principes d'éthique, de sécurité et de responsabilité sociale.

Code de conduite fournisseurs

- **100 % des fournisseurs actifs signataires en 2025** du Code de conduite fournisseurs, obligatoire depuis avril 2025.

- Le Code impose notamment le respect des normes de travail, l'interdiction du travail forcé et des discriminations, la protection de la santé et sécurité, et la liberté syndicale.

Clauses contractuelles sociales

- Chaque nouveau prestataire signe **des clauses sociales spécifiques** (confidentialité, respect des droits humains, conformité réglementaire).

- Les demandes de référencement rappellent l'importance de transmettre la charte RSE et les engagements sociaux du prestataire considéré comme critique.

Évaluation sociale des fournisseurs

- **Questionnaire RSE annuel** couvrant les pratiques sociales.

- **7,5 % des fournisseurs stratégiques** (achats > 17 510 €) ont répondu en 2022 (avant généralisation en 2025).

- Depuis avril 2025 : évaluation systématique des prestataires critiques lors du référencement et après chaque événement.

Approvisionnement inclusif et diversité

- **Valeurs de respect et inclusion :** Creative Spirit promeut la diversité, le respect des cultures et l'égalité des chances, tant dans ses pratiques internes que dans sa relation avec les prestataires.

- **Approvisionnement inclusif :** engagement à travailler avec des partenaires respectueux de ces principes, pour favoriser une chaîne d'approvisionnement représentative et équitable.

Prévention de la discrimination et du harcèlement

- **Obligation des fournisseurs :** traiter les employés avec dignité et bannir toute forme de harcèlement physique, sexuel, verbal ou psychologique.

- **Zéro tolérance :** aucune discrimination n'est acceptée en matière de salaire, d'embauche, de formation, de promotion ou de licenciement.

- **Exemples interdits :** insultes raciales, propos sexistes, comportements intimidants, pornographie ou images inappropriées.

Formation des acheteurs

- Formation obligatoire assurée par la responsable RSE sur les enjeux sociaux dans la chaîne d'approvisionnement.

- **Mémo interne** dans le Guide de l'évènement responsable rappelant les étapes de la procédure d'achat responsable.

ANNEXES

Annexe 1 :
Nos indicateurs, détaillés et organisés par thématique et sous-thématique

THÉMATIQUE	SOUS-THÉMATIQUE	KPI	DÉFINITION	UNITÉ	2024	2023	2022	2021
SOCIAL	Diversité	Femmes ETP permanents	Nombre de femmes employées en ETP permanent (CDI)	Nombre	40	38	26	16
			% de femmes employés en ETP permanent (CDI)	%	82%	86%	72%	62%
	Santé & Sécurité	Nombre d'accident du travail avec arrêt	Nombre d'accidents de travail hors accidents de trajet domicile- lieu de travail et lieu de travail-lieu de restauration. Sur l'effectif couvert par le reporting (employés permanents et non permanents). Sur l'année écoulée.	Nombre	0	1	0	0
		Nombre d'heures annuelles théoriques travaillées	Sur le total des employés ETP (employés permanents et non permanents) au cours de l'année	Nombre	88245	79145	70535	72709
		Nombre de jours d'arrêt suite à un accident du travail	Nombre de jours d'arrêt suite à un accident du travail, hors jours d'arrêt pour accident de trajet domicile- lieu de travail et lieu de travail-lieu de restauration. Sur l'effectif couvert par le reporting (employés permanents et non permanents). Sur l'année écoulée.	Nombre	0	22	86	0
		Taux de fréquence des accidents du travail	Formule : ('Nombre d'accident du travail avec arrêt'* 1000000)/'Nombre d'heures annuelles théoriques travaillées'	Nombre	0	0	0	0
		Taux de gravité des accidents du travail	Formule : ('Nombre de jours d'arrêt suite à un accident du travail'* 1000)/'Nombre d'heures annuelles théoriques travaillées'	Nombre	0	0	0	0
		Nombre d'heures d'absence	Nombre d'heures d'absences, tous types d'absences confondus (maladie, accident de travail, absence injustifiée, évènement familial...). Nous recommandons d'exclure les congés payés et les absences pour congés maternité et paternité. Merci d'indiquer les typologies d'absence prise en compte.Sur l'effectif couvert par le reporting (permanent and non-permanent). Sur l'année écoulée.	Nombre	370	853	789	98
		Taux d'absentéisme	Formule : ('Nombre d'heures d'absence'/'Nombre d'heures annuelles théoriques travaillées')*100	Nombre	0,42%	1,08%	1,12%	0,60%
		Bilan de santé obligatoire pour tous les employés	% des collaborateurs à jour avec la STT	%	80%	80%	80%	75%
	Condition de travail	Accueil des nouveaux collaborateurs	Part des collaborateurs signataires du livret d'accueil (si dissocié du code de conduite)	%	67%	67%	67%	100%
		Temps de travail	Nombre de collaborateurs bénéficiant du forfait jours annuel	Nombre	33	27	22	15
			Part des collaborateurs bénéficiant du forfait jours annuel	%	58%	55%	52%	53%
			Nombre de jours travaillés annuel (collaborateurs bénéficiant du forfait jours annuel)	Nombre	7194	5886	4796	3270
			Nombre de Jours Non travaillés annuel (collaborateurs bénéficiant du forfait jours annuel)	Nombre	330	270	220	180
			Nombre de jours travaillés annuel (collaborateurs ne bénéficiant pas du forfait jours annuel)	Nombre	3449	3409	3160	2515
		Télétravail	Nombre de jour moyen de télétravail / collaborateurs / semaine	Nombre	1	1	1	4
			Part des collaborateurs bénéficiant du télétravail	%	91%	88%	86%	87%
		Aménagement du travail dans des situations particulières	Nombre de collaborateurs bénéficiant d'un aménagement du travail	Nombre	2	1	1	1
		Séminaires (Soirée noël, séminaire de travail, petit déjeuner RSE, ...)	Nombre de séminaires menés sur n-1	Nombre	14	14	24	24
		Avantages sociaux (% de collaborateurs bénéficiaires des avantages sociaux (compensation congés mat, cours de sport, mutuelle, etc.))	Part des collaborateurs bénéficiaires de la prévoyance	%	67%	67%	67%	67%
			Part des collaborateurs bénéficiaires de la complémentaire santé	%	100%	100%	100%	67%
			Part des collaborateurs bénéficiaires des cours de sport	%	67%	67%	33%	33%
		Convention collective (avantages sociaux)	Part des salariés à temps plein couverts par une convention collective	%	100%	100%	100%	100%
	Emploi, rotation du personnel et gestion des carrières	Budget formation / masse salariale	Budget formation en pourcentage de la masse salariale	%	0%	0%	0%	1%
		Formation au sein de l'entreprise	Nombre d'heures de formation	Nombre	279	123	155	386
		Formation par employé	Le nombre moyen d'heures de formation que les employés de l'organisation ont suivies au cours de la période de reporting. (si possible par catégorie professionnelle, thématique, genre)	Nombre	4,89	2,67	3,97	12,87
		Formation et sensibilisation sur la Santé / Sécurité	Part des employés formés sur les thématiques Santé / Sécurité	%	47%	50%	73%	10%
		Entretien annuel	Pourcentage des salariés ayant bénéficié d'un entretien annuel	%	67%	67%	27%	22%
	Prévenir la discrimination et le harcèlement	Formation et sensibilisation sur la prévention de la discrimination et du harcèlement	Part des salariés formés sur la discrimination et le harcèlement au travail	%	0%	0%	0%	0%
		Procédure d'alerte	Nombre d'alerte pour des cas de discrimination et harcèlement	Nombre	0	1	1	0
			Alerte avérée pour des cas de discrimination et harcèlement	Nombre	0	0	0	0

THÉMATIQUE	SOUS-THÉMATIQUE	KPI	DÉFINITION	UNITÉ	2024	2023	2022	2021
ENVIRONNEMENT	Consommation d'énergie et émissions CO2	Émissions CO2	Total des émissions	TCO2eq	146,72	143,26	118,14	106,38
			Scope 1 et 2	TCO2eq	10,86	18,62	11,31	17,15
			Scope 3	TCO2eq	135,86	124,63	106,70	89,23
			Émission CO2 par salarié	TCO2eq	2,67	3,11	3,19	4,80
	Gestion des déchets	Recyclage des déchets plastiques et cartons	Poids des déchets plastiques recyclés	Kilogrammes	51	9	9	NC
		Déchets papier/carton	Poids des déchets papier/carton recyclés	Kilogrammes	598	118	118	NC
		Recyclage des déchets cartouches d'encre	Nombre Cartouches d'encre recyclé	Nombre	20	5	5	NC
		Recyclage des déchets électroniques (DEEE)	Poids des déchets électroniques enlevés	Kilogrammes	18	1	1	NC
	Santé et sécurité des consommateurs	Evènements organisés	% d'événements organisés proposant des menus alternatifs (prise en charge des allergies alimentaires)	%	62%	62%	62%	44%
			% d'évènements avec menus détaillés avec allergènes	%	59%	59%	59%	37%
	Promotion et services environnementaux	Promotion des solutions durables	Exemple : Nombre de rendez-vous RSE présentant les nouveautés RSE	Nombre	6	6	7	3
ETHIQUE	Corruption	Procédure d'alerte - Corruption	Nombre de préoccupations "corruption" remontées via la procédure d'alerte	Nombre	0	0	0	0
		Cas de corruption avérés sur n-1	Nombre de cas de corruption avérés sur n-1	Nombre	0	0	0	0
		Incidents détectés liés à la sécurité de l'information	Nombre d'Incidents détectés liés à la sécurité de l'information	Nombre	0	0	0	0
		Formation et Sensibilisation sur la lutte contre la corruption sur n-1	Part des salariés formés et/ou sensibilisés à la lutte contre la corruption (précisez la formation le cas échéant, ex: sensibilsiation via le code de conduite)	%	100%	67%	67%	0%
	Sécurité de l'information	Sécurité de l'information	Part des salariés sensibilisés et/ou formés sur la sécurité de l'information sur n-1 (précisez la formation le cas échéant, ex: sensibilsiation via le code de conduite)	%	90%	90%	0%	0%
	Actions en justice liées à l'éthique	Actions en justice liées à l'éthique sur n-1	Nombre de litiges et d'actions en justice liés à l'éthique	Nombre	0	0	0	0
ACHATS RESPONSABLES	Pratiques environnementales et sociales des fournisseurs	Suivi du nombre de fournisseurs	Nombre de fournisseurs référencés par l'organisation.	Nombre	1014	944	944	669
			Nombre de fournisseurs référencés et actifs sur l'année	Nombre	903	944	944	NC
		Conditions RSE dans le cadre de la contractualisation	% de contrats fournisseurs disposant d'obligations en matière de RSE (incl. signature du code de conduite sous traitant; réponse au questionnaire d'évaluation RSE)	%	78%	73%	73%	100%
		Evaluation RSE des fournisseurs	Part ou nombre de fournisseurs ciblés couverts par une évaluation RSE	%	78%	5%	5%	19%
			Part de fournisseurs stratégiques évalués (défini par un seuil minimum de k.euros d'achats de 17,510 euros)	%	78%	8%	8%	0%
		Formation des fournisseurs Achats responsables	Part des référents achats formés sur les achats responsables	%	73%	73%	73%	0%
			Nombre moyen d'heures de formation par référent achat sur les achats responsables	Nombre	0	0	2	NC
		Achats Responsables Fournitures administratives	% des achats administratifs intégrant des critères de «durabilité»	%	100%	100%	100%	100%
		Achats fournisseurs	% des fournisseurs audités et certifiés (Précisez les certificats)	%	1,74%	1,74%	1,74%	0,00%

Votre contact privilégié

Audrey Delaunay
Event Director & Sustainable Development Manager

Audrey.d@creativespirit.eu

CreativeSpirit.