

rapport de durabilité ►
2012

for the love of work

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



GRI 1.1.

1. AVANT-PROPOS

Depuis des années, Pami mise sur un entrepreneuriat socialement responsable, qui respecte l'homme, la nature et l'environnement. L'an dernier, nous avons décroché le certificat RSE dont nous sommes très fiers. Nous voulons et devons évidemment progresser chaque année et obtenir des résultats. Les questions posées à nos investisseurs ont d'ores et déjà permis de déterminer quelques points d'attention. Nous nous baserons sur ceux-ci pour fixer des objectifs clairs et développer des plans d'action concrets dans un futur proche.

Pami tend notamment à mieux informer son personnel à propos des projets réalisés et formations organisées. Vis-à-vis de nos clients, nous souhaitons aussi souligner davantage les efforts que nous fournissons en termes de recyclage et de réemploi des matériaux. Notre département R&D tient par exemple compte de la réduction de la quantité de matériaux utilisés dans ses parcours de développement. De même, nous suivons de près la consommation de carburant de notre parc automobile, etc.

Dans un contexte économique plus délicat, nous tenons absolument à continuer à mettre l'accent sur l'entrepreneuriat durable. Nous sommes parvenus à générer un chiffre d'affaires supplémentaire en reprenant Mibra/Staalinterieur et Mewaf au milieu de l'année dernière. Cela nous permet de conserver un maximum de collaborateurs et de poursuivre le développement mûrement réfléchi de nos sociétés. Les nouveaux collègues qui viennent gonfler nos rangs accélèrent actuellement la courbe d'apprentissage. Nous mettons la barre aussi haut pour eux que pour nous afin que tous nos clients puissent bénéficier des mêmes garanties et d'un niveau de service irréprochable.

Pour maintenir et renforcer notre compétitivité et notre caractère socialement responsable, nous devons constamment améliorer nos performances. Nous le savons pertinemment bien. Il s'agit du défi auquel nous devons faire face à l'avenir. Nos collaborateurs et nous-mêmes mettrons tout en œuvre pour le relever avec succès...

Lode et Hendrik Essers
Administrateurs délégués Pami

GRI

2.1. - 2.2.

2.3. - 2.4.

2.5. - 2.6.

2.7. - 2.9.

3.6. - 3.8.

2. PROFIL

Pami au fil des ans

Pami est constituée comme entreprise unipersonnelle en 1958. Elle prend la forme d'une société anonyme en 1982, année de l'implantation sur le zoning industriel Nolimpark à Overpelt, où se trouvent toujours aujourd'hui l'usine et le show-room. Un deuxième show-room est ouvert dans les bâtiments de Tour & Taxis, à Bruxelles.

Le 1er juillet 1992, la famille Essers reprend l'entreprise et hisse Pami SA au rang des plus grands fabricants indépendants de meubles de bureaux en Belgique. En 2009, la reprise de TDS Office Design vient modifier la structure du groupe. Au milieu de l'année 2012, Pami reprend la société néerlandaise Mibra et sa filiale Staalinterieur. Durant cette même période, Pami acquiert également le fonds de commerce de la société Mewaf.

Toutes ces opérations ont mené à la création du holding Pami International SA qui se compose comme suit :

- Pami SA (société de production - vente aux distributeurs)
- Interpam SA (logistique - EDP)
- Pami Project SPRL (division technique)
- Office Développement SA (TDS SA)
- Mibra Office SA
- Staalinterieur SA



Pami SA, Interpam SA et Pami Project SPRL se profilent surtout comme une seule et même entreprise, tandis que TDS SA (Office Développement SA) est davantage considérée comme une entité distincte. La marque Mibra ne disparaît pas, mais les produits sont fabriqués et livrés par Pami et Interpam. L'avantage d'échelle lors de l'achat de matières premières, de produits semi-finis et de marchandises est l'un des principaux atouts à ce niveau.

Le groupe Pami

Le présent rapport de durabilité se concentre essentiellement sur les résultats, les activités et les efforts concrètement consentis par le groupe Pami SA, Mibra SA, Staalinterieur SA et Interpam SA en tant qu'entité intégrée. L'activité de vente de Pami comprend la vente directe, d'une part, et la vente indirecte via un réseau de distributeurs, d'autre part.

La *vente directe* est assurée par une équipe de vente. Chaque gestionnaire de compte endosse la responsabilité des ventes au sein d'une région déterminée. Le soutien d'une équipe de vente interne renforce le fonctionnement professionnel de l'équipe externe. La vente directe est répartie dans les groupes suivants : utilisateurs finaux, marchés publics, vente par correspondance et exportations. Nous vendons en outre nos produits via un *réseau de distributeurs*, et ce, principalement sur les marchés étrangers, dont les Pays-Bas, la France et l'Angleterre.

Nos produits

Les produits que nous fabriquons sont durables et présentent une qualité élevée ainsi qu'un degré de finition irréprochable. En outre, ils satisfont aux normes les plus strictes en termes d'environnement et d'ergonomie.

Nos vastes collections regroupent des bureaux, des tables de réunion, des blocs à tiroirs, des armoires à volets, des armoires à portes coulissantes, des armoires à battants, des solutions pour un archivage mobile, etc.

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

nos partenaires :



Alias

Artifort



•BUZZI
SPACE



ENER

REPUBLIC OF Fritz Hansen®

giroflex
designed to work

HAY

kusch+co



LUCE
PLAN

MAGIS

manade

MOBITEC BE
CHAIRS, TABLES, AND MORE

OFFECCT



Sellex

SICAME
AN OFFICE WITH A VISION

vanGsch

viasit

VILAGRASA

vitra.

Wilkhahn

« Le nouveau monde du travail », chez Pami également

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

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

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

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

Un environnement de travail efficace :

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

Bref, **tout le monde en ressort gagnant** :
l'employeur et le salarié.



GRI 2.8.

3. PRINCIPAUX CHIFFRES

figure 3.1 chiffre d'affaires prix de vente

■ chiffre d'affaires

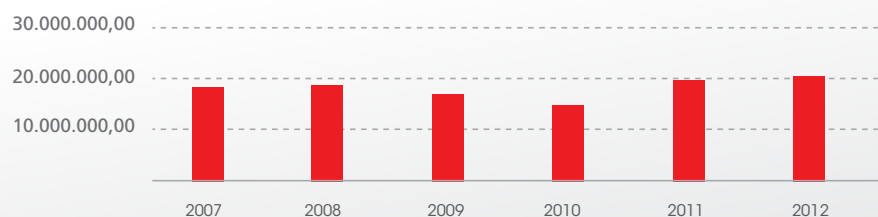


figure 3.2 ventilation des frais de fonctionnement

■ fournisseurs
■ frais de personnel
■ frais financiers

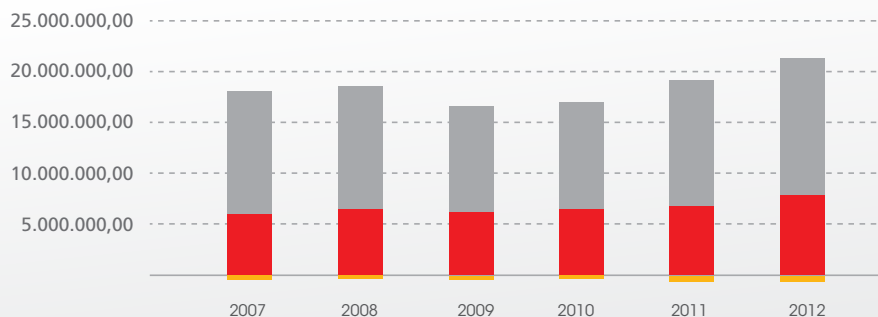
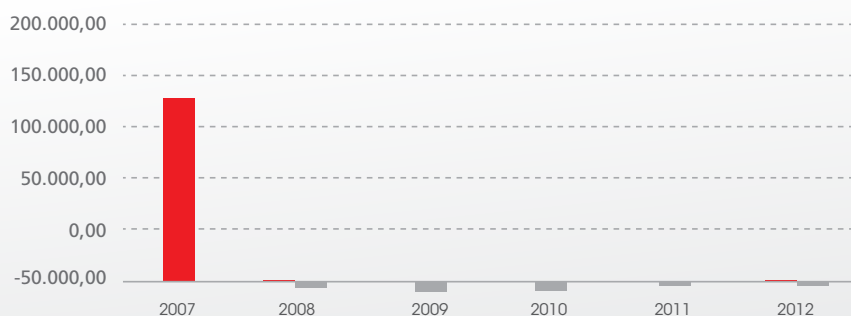


figure 3.3 rapport subsides/imposition

■ imposition
■ subsides



4. ÉVOLUTION DE LA POLITIQUE DE DURABILITÉ

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

Vu l'attention croissante accordée à l'entrepreneuriat durable, Pami a décidé de rassembler ces données et ces analyses dans un rapport de durabilité. C'est la deuxième fois que nous rendons de telles informations publiques en éditant un rapport et nous comptons le faire chaque année. Les données du présent rapport concernent la période allant de 2007 à 2012 comprise.

Vous avez des questions quant à ce rapport de durabilité ? N'hésitez pas à nous contacter !

Dhr. Jean Govers
jean.govers@pami.be

Pami SA - usine & show-room

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

info@pami.be
www.pami.be

Mibra Office BV - show-room

Jan Hilgersweg 7
5657 ES Eindhoven (Pays-Bas)
T +31 40 711 74 11
F +31 40 711 74 10

info@mibra.nl
www.mibra.nl

Pami SA - show-room

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

info@pami.be
www.pami.be

Staalinterieur BV - show-room

Jan Hilgersweg 7
5657 ES Eindhoven (Pays-Bas)
T +31 40 711 74 20

info@staalinterieur.nl
www.staalinterieur.nl

Pami SA - show-room

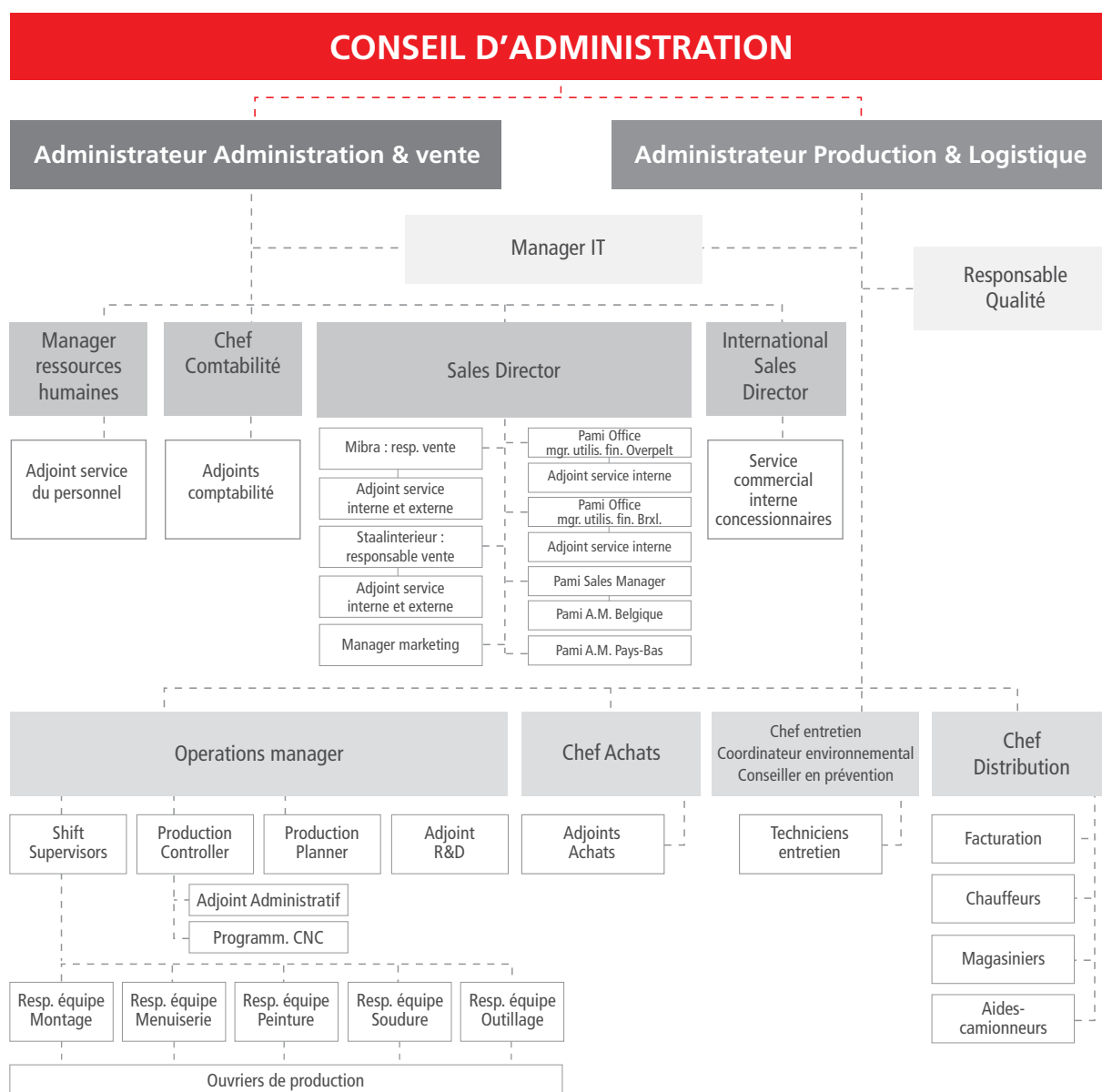
Overzet 16/A
9000 Gand
T +32 9 222 44 32
F +32 9 221 30 51

info@pami.be
www.pami.be

5. STRUCTURE

GRI
4.1. - 4.2.

En tant qu'organisation, Pami présente la structure suivante :



Hendrik et Lode Essers, administrateurs délégués formant également le « Conseil d'administration », assument respectivement les fonctions de « Administrateur en Production et Logistique » et « Administrateur en Administration et Vente ».

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

6. L'ENTREPRENARIAT DURABLE DANS LA PRATIQUE

6.1. Vision

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

6.2. Mission

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

Valeurs

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

6.4. Déclaration de durabilité

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



**Nous nous portons garants de la durabilité au sens le plus large du terme.
Comment procédons-nous concrètement ?**

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



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

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

Priorité à l'ergonomie

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

L'obsession de la qualité

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

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

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

Nature et environnement

En 2003, Pami a été la première entreprise du secteur à décrocher le certificat ISO 14001. Plus que toute autre, cette certification témoigne de notre engagement en faveur de la nature et de l'environnement.

Par ailleurs, nous autorisons régulièrement des organisations externes à nous contrôler sur les plans de l'environnement et de l'énergie, et à vérifier nos efforts en la matière. Nous prêtons l'attention nécessaire aux conclusions découlant de ces audits et effectuons les investissements réalisables, comme le nouveau système de chauffage chez Interpam SA (*voir 7.3. Énergie et émissions*).

Investir dans le capital humain

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

Comment nos collaborateurs vivent-ils et jugent-ils la politique menée ? Depuis quelques années déjà, nous essayons de sonder structurellement l'opinion de nos ouvriers et employés au travers d'une enquête de satisfaction (*voir 9.7*).

Pami et la société

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

Lors d'événements, nous demandons toujours à ne pas donner de cadeau, mais plutôt à parrainer financièrement une œuvre caritative. En 2008, nous avons ainsi soutenu le fonds « Move to Improve » en faveur des enfants souffrant de troubles neuromoteurs. En 2010, nous avons apporté notre soutien à « Een hart voor Limburg » à travers « l'action des canetons » du Lionsclub Brueghel.

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

GRI
2.10.
EN1 - EN3
EN4 - EN6
EN8 - EN16
EN17 - EN18
EN20 - EN21
EN22 - EN23
EN24 - EN27
- EN28

7. ENVIRONNEMENT

Notre terrain industriel s'étend sur quelque 6 hectares, l'usine de production couvrant une superficie de 35.000 m². Le terrain restant est non bâti et aménagé en tant qu'espace vert. Les bâtiments qui ne sont pas de nouvelles constructions ont été rénovés : toute l'infrastructure est donc parfaitement isolée et économe en énergie.

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

La production fait appel aux machines les plus modernes, capables de traiter une immense variété de matériaux. L'aménagement de la ligne de production garantit le déroulement optimal des processus et l'efficacité absolue des machines. Bien entendu, la sécurité et la consommation d'énergie et de matières premières sont ici des priorités.

L'usine de production est un établissement de Classe 1 et dispose d'un permis environnemental récemment renouvelé (mars 2004).

Nous respectons également une stricte procédure d'entretien préventif, assuré par nos propres techniciens.

La production se compose des départements suivants :

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

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

De manière générale, nous pouvons confirmer que l'incendie qui a frappé notre entrepôt en août 2010 a provoqué une consommation accrue d'énergie et de ressources ainsi qu'une augmentation des déchets et des frais de personnel, comme l'attestent les tableaux/graphiques ci-dessous (p. 16 et 17). L'un des points d'action sur lequel nous allons redoubler d'efforts est la réduction de nos émissions de CO₂.



7.1. Matériaux et matières premières

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



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

Nous utilisons de la **laque en poudre** comme couche protectrice de nos composantes métalliques. Les commandes sont triées par couleur au sein du département de peinture, car les opérations de changement de teinte sont coûteuses en temps et provoquent des pertes de poudre.

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

Les **produits semi-finis** que nous achetons pour transformation sont généralement des conducteurs et du PVC. Ce dernier est utilisé pour la production des lamelles des armoires à portes coulissantes car c'est le seul matériau qui nous permet d'atteindre le niveau M1 de la norme incendie. Nos fournisseurs et nous-mêmes recherchons constamment d'autres produits et matériaux qui nuisent moins à l'environnement, tout en restant attentifs à la solidité du produit et aux normes de qualité.

Au niveau des **matériaux d'emballage**, nous travaillons principalement avec du carton et du film polyéthylène. Nous utilisons ces emballages afin que les marchandises livrées à l'utilisateur final soient intactes et dénuées de poussières. Le matériau étant recyclable et réutilisable, notre équipe de montage le récupère en vue de son tri. Pour le reste, nous faisons appel à l'institution renommée VAL-I PAC.

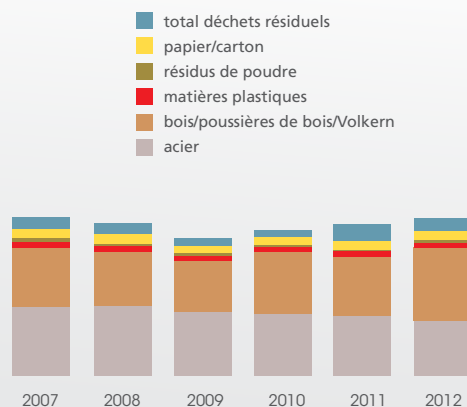
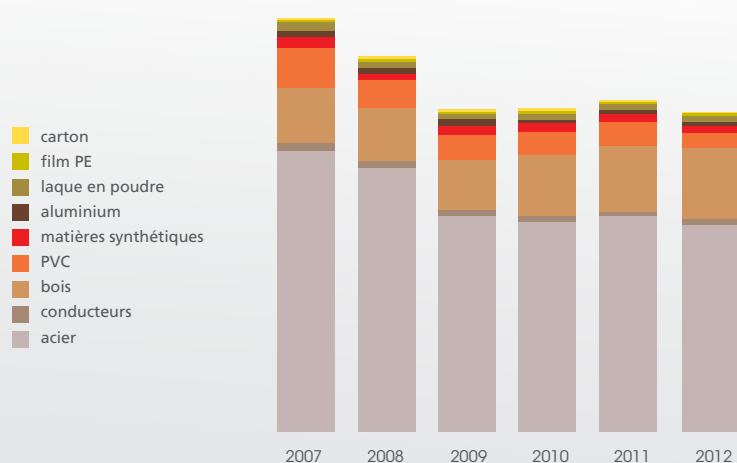
7.2. Déchets

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

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

figure 7.1. matériaux et ressources utilisés (tonnes)

figure 7.2. déchets des ressources (tonnes)

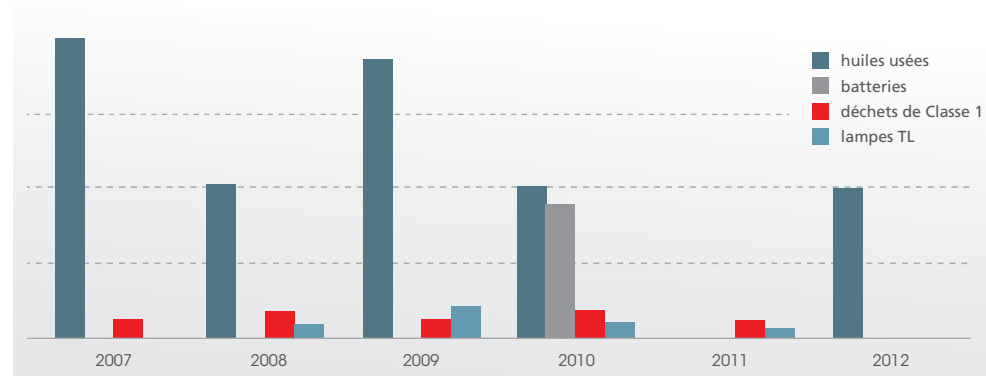


7.1. (tonnes)	2007	2008	2009	2010	2011	2012
carton	22	39	29	45	21	21
film PE	34	28	27	30	29	26
laque en poudre	95	76	66	69	65	58
aluminium	78	66	71	43	58	46
matières synthétiques	118	70	106	101	82	57
PVC	477	331	295	264	291	127
bois	636	620	587	715	761	856
conducteurs	98	83	72	68	49	65
acier	3.275	3.073	2.512	2.451	2.518	2.324

7.2. (tonnes)	2007	2008	2009	2010	2011	2012
déchets résiduels	51	48	35	30	76	47
papier/carton	42	44	33	37	41	41
résidus de poudre	23	11	16	14	11	12
matières plastiques	25	26	22	19	28	24
(poussières de) bois/Volkern	270	243	230	273	258	381
acier	308	317	289	273	269	237

Nous rassemblons les déchets et collaborons avec l'entreprise de traitement agréée Van Gansewinkel pour la collecte. Alléguant que « le déchet n'existe pas », cette société se charge du recyclage. Les « déchets résiduels » sont également valorisés au maximum en fonction des possibilités techniques.

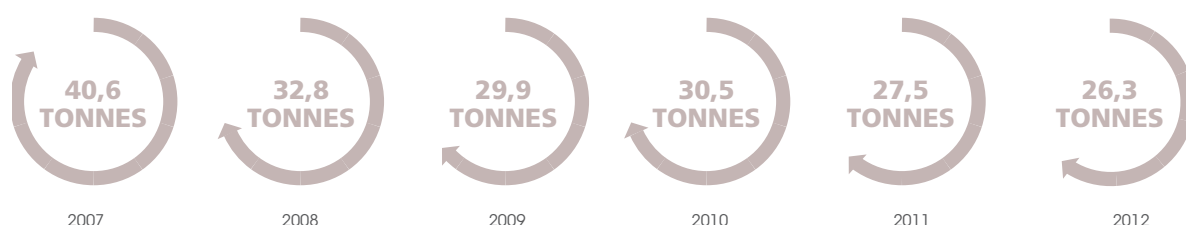
figure 7.3. déchets : flux connexes (tonnes)



déchets (tonnes)	2007	2008	2009	2010	2011	2012
huiles usées	2,00	1,02	1,82	1,02	0,00	1,00
batteries	0,00	0,00	0,00	0,84	0,00	0,00
déchets de Classe 1	0,15	0,30	0,15	0,30	0,20	0,00
lampes TL	0,00	0,094	0,40	0,104	0,10	0,00

Si la production génère des déchets, il en va de même des opérations d'emballage. Comme indiqué plus haut, nous utilisons surtout du carton et du film polyéthylène en guise de matériau d'emballage fonctionnel et recyclable et/ou réutilisable. Aussi, nos propres équipes de montage récupèrent les matériaux d'emballage après installation chez le client. Pami gère les flux de déchets en interne via le tri des matériaux d'emballage récupérés ainsi que leur réutilisation, lorsqu'elle est possible (voir le tableau ci-dessous avec le nombre d'emballages réutilisés).

figure 7.4. emballages réutilisés (tonnes)

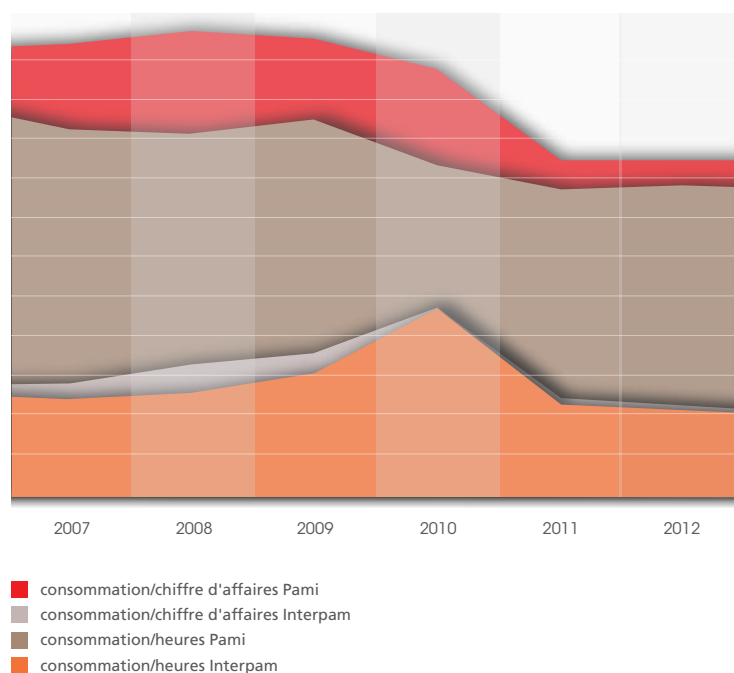


Nous sommes également partisans d'une livraison directe des marchandises chez le client lors des projets. Ce faisant, les marchandises ne doivent pas être stockées et sont moins sujettes à l'endommagement lors des opérations de transport et de (dé)chargement et la quantité de matériaux d'emballage nécessaire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

7.3. Énergie et émissions

Pami a choisi le **gaz naturel** écologique pour le chauffage des bâtiments et de l'eau sanitaire (lorsque nécessaire), et comme combustible pour les fours de laquage et pour le séchage après dégraissage. L'eau à usage industriel est également chauffée au gaz naturel. En principe, celui-ci n'émet pas d'oxyde de soufre, tandis que les rejets d'oxyde d'azote sont limités. Le taux d'émission le plus élevé est celui du dioxyde de carbone. Chaque année, nos brûleurs sont contrôlés au niveau des émissions et, en 2012, toutes les valeurs mesurées étaient conformes aux limites autorisées.

figure 7.5. consommation de gaz Pami/Interpam (mégajoule/an)



	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Pami						
consommation de gaz (GJ)	10.221	10.543	9.641	8.740	7.936	8.426
consommation (MJ)/heure	46,68	46,33	47,99	43,08	38,04	38,55
consommation (MJ)/chiffre d'affaires	0,55	0,56	0,57	0,55	0,41	0,41
Interpam						
consommation de gaz (GJ)	2.750	2.864	3.023	3.970	2.382	2.282
consommation (MJ)/heure	12,56	12,58	15,05	19,57	11,42	10,44
consommation (MJ)/chiffre d'affaires	0,15	0,15	0,18	0,25	0,12	0,11

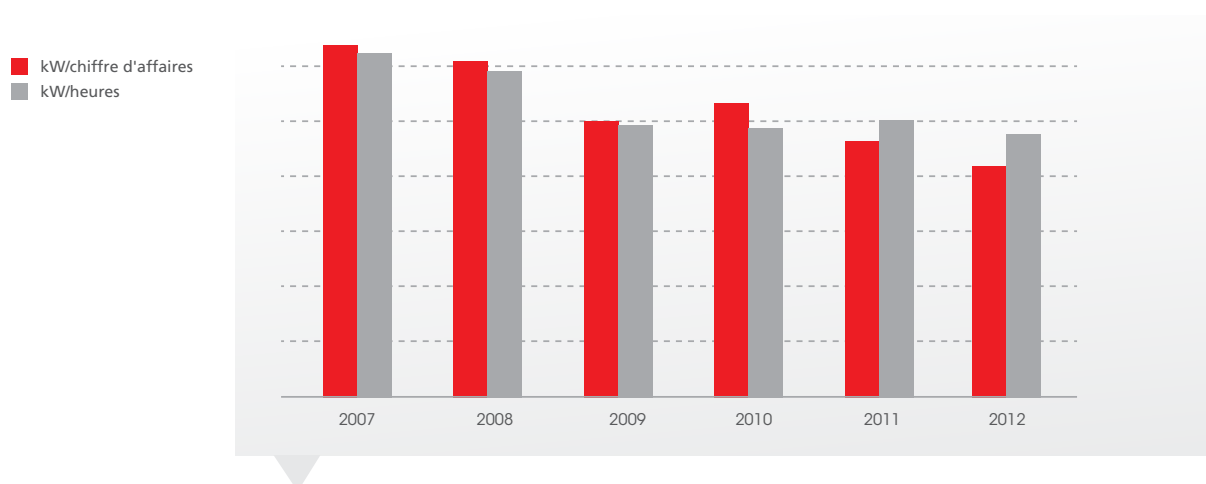
Nous avons pu enregistrer une **diminution de notre consommation de gaz** en 2010 grâce à une meilleure exploitation de la chaîne de peinture. Nous avons ramené le renouvellement de l'air dans les fours à un minimum et considérablement amélioré l'occupation de la chaîne de peinture. Bien entendu, nous n'allons pas nous arrêter en si bon chemin et comptons poursuivre sur la voie de l'amélioration...

En 2012, notre **consommation relative de gaz** était aussi peu élevée qu'en 2011, grâce à une exploitation optimale de la chaîne de peinture. La consommation réelle a quant à elle augmenté car l'hiver a été rigoureux, tant au début qu'à la fin de l'année. Chez Interpam SA, les retombées de l'installation d'un nouveau système de chauffage sont encore bien visibles puisque la consommation a baissé, malgré un hiver rude.

La **consommation relative d'électricité** a de nouveau chuté en 2012. Lorsque nous achetons et remplaçons des machines, nous tenons désormais compte de l'aspect énergétique :

- quand nous remplaçons des moteurs, nous choisissons systématiquement des moteurs efficaces de classe 1;
- nous remplaçons nos sources d'éclairage par des lampes économiques;
- nous organisons des actions pour le personnel, ayant pour thème la gestion rationnelle de l'énergie (tant au niveau de l'utilisation des machines que de l'éclairage) et tentons par cette voie d'initier un changement de mentalité.

figure 7.6. consommation d'électricité Pami/Interpam (kWh/an)



	2007	2008	2009	2010	2011	2012
kWh	2.394.609	2.297.690	1.735.659	1.712.376	1.779.446	1.780.105
kWh/chiffre d'affaires	0,13	0,12	0,10	0,11	0,09	0,09
kWh/heure	10,94	10,10	8,64	8,44	8,53	8,14

En 2012, notre **parc de panneaux solaires** a produit 372.097 kWh. Au total, nous en avons consommé 248.308. Les 123.789 kWh restants ont été produits en dehors des heures de production et vendus à Luminus.

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

En ce qui concerne nos **voitures de société**, la « durabilité » reste indéniablement un point sur lequel nous devons travailler. Bien que nous soyons soucieux des émissions de CO₂ des véhicules, nous n'avons à ce jour entamé aucune action ni pris de mesures pour les réduire davantage. Nous encourageons cependant nos collaborateurs à opter pour le covoiturage (4 personnes par voiture) lors des déplacements en groupe (salons, formations, etc.). L'utilisation des transports en commun n'est souvent pas envisageable, car nos sites ne sont pas (bien) desservis. La combinaison véhicule personnel/transport en commun pourrait s'avérer une alternative pertinente. Qui plus est, en cas de remplacement des voitures, nous choisissons résolument des moteurs plus légers (versions éco).

Les émissions mesurées sont celles dites « scope 1 » et « scope 2 », soit les émissions directes et indirectes. Elles sont dues à la consommation d'électricité et sont également générées lors de la transformation de combustibles fossiles en électricité (à l'exception des trajets domicile-travail). Aux fins de la réduction des émissions de CO₂, nous nous concentrons principalement pour l'heure sur l'optimisation des processus que nous gérons nous-mêmes, c'est-à-dire que nous contrôlons et sommes par conséquent en mesure d'améliorer.

figure 7.7. empreinte carbone 2012

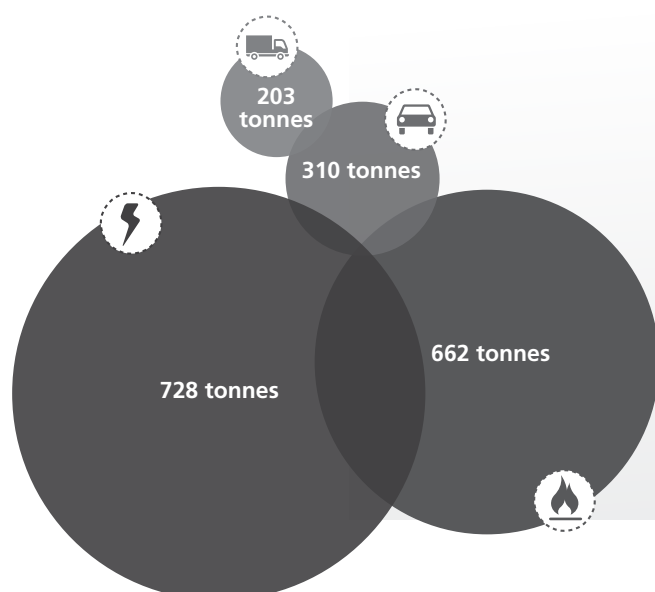
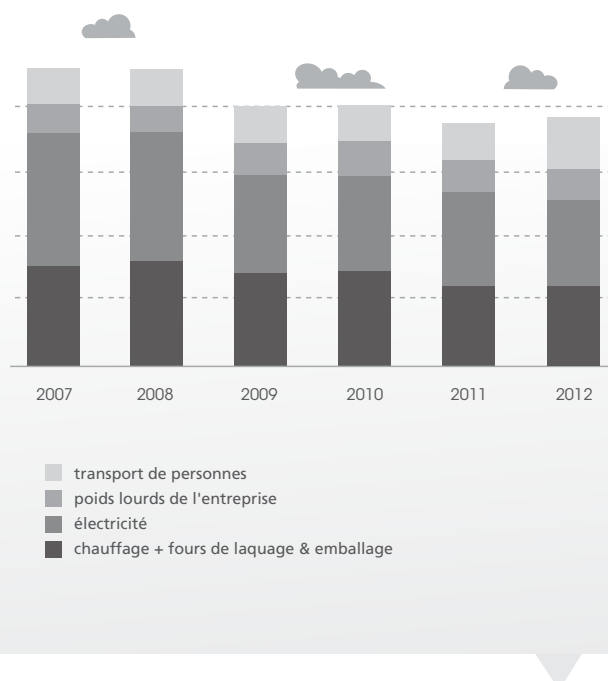


figure 7.8. émissions totales de CO₂ sur base annuelle

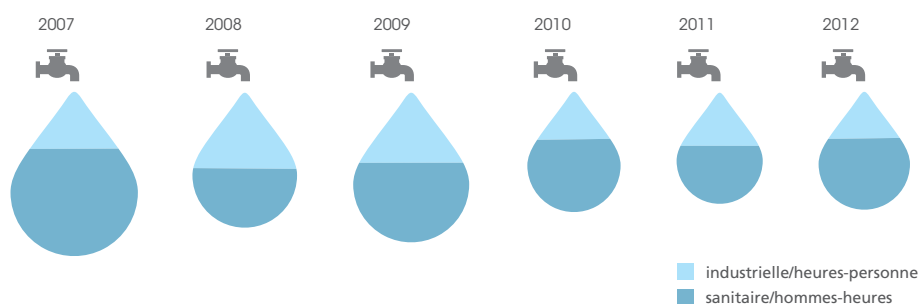


tonnes CO ₂ /an	2007	2008	2009	2010	2011	2012
transport de personnes	283	283	249	246	253	310
transport : poids lourds de l'entreprise	206	206	241	253	250	203
électricité	1.042	1.000	755	745	759	728
chauffage + fours de laquage & emballage	790	816	772	774	633	662

7.4. Eau

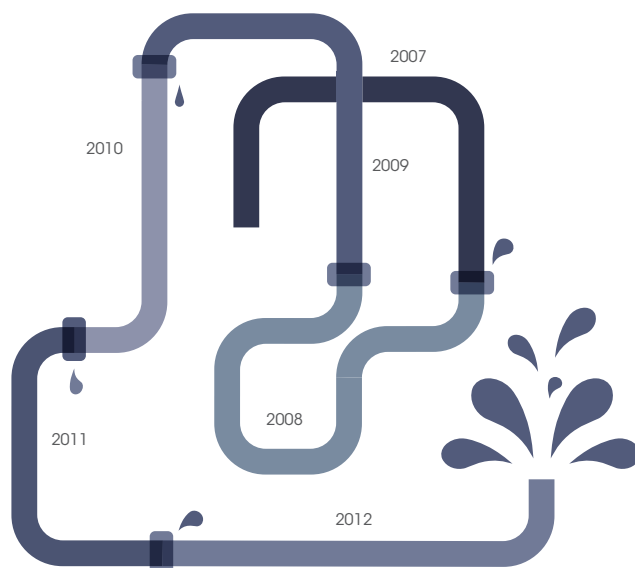
Notre **consommation d'eau** est partiellement de nature sanitaire, partiellement de nature industrielle (procédure de dégraissage, principalement). En 2008, nous avons mis en service un nouveau procédé de dégraissage et l'optimisation de l'installation a pris, il faut le reconnaître, un certain temps. Depuis 2009, nous constatons cependant une nette diminution de notre consommation industrielle d'eau.

figure 7.9. consommation d'eau



	2007	2008	2009	2010	2011	2012
industrielle (l/heure-personne)	2,1	3,1	2,6	2,2	2,3	2,2
sanitaire (l/heure-personne)	6,0	3,6	4,6	4,2	3,8	4,0

figure 7.10. eaux usées



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

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
eaux usées (m³)	77	91	65	56	54	73

8. COMMUNICATION OUVERTE AVEC LES PARTIES PRENANTES

Notre entreprenariat durable ne va pas sans un dialogue ouvert avec les parties prenantes. Ce mode de communication correspond parfaitement aux principes de l'échelle des prestations de la RSE, et en l'adoptant, nous honorons les attentes de la norme **ISO 26000**.

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

8.1. GROUPES CIBLES INTERNES

8.1.1. Travailleurs

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

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

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



IVO PELLENS (B)

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

Les syndicats sont représentés par nos propres travailleurs. La délégation syndicale est un interlocuteur tant pour nos ouvriers que pour nos employés. En cas de concertation sociale, 2 membres de la direction participent toujours aux débats.

8.2. GROUPES CIBLES EXTERNES

8.2.1. Clients et prospects

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

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

Nos clients se situent principalement dans le segment intermédiaire (supérieur). Nous nous concentrons de prime abord sur la co-crédation, les produits durables, sûrs et conformes aux normes strictes en matière d'ergonomie, etc.

La communication directe s'établit par le biais des gestionnaires de compte qui gèrent leur propre clientèle régionale. En règle générale, nous communiquons avec eux via le site Internet, le Pamizine, des bulletins d'information numériques, des brochures d'entreprise et de produits, lors des salons et événements, via les médias sociaux (LinkedIn) ou des communiqués de presse. Après chaque projet mené à bien, nous sondons l'opinion de nos clients via une enquête de satisfaction.



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

8.2.2. Fournisseurs

Nous pouvons diviser nos fournisseurs en 2 grands groupes, à savoir les fournisseurs de matières premières et de produits semi-finis pour l'usine, et les fournisseurs de marchandises. Lors du choix et de la sélection de nos fournisseurs, nous tenons compte de différents facteurs, parmi lesquels leur politique de durabilité. Nous attendons en effet de fournisseurs qu'ils se rangent aux mêmes points de vue que les nôtres quant à l'entrepreneuriat durable.



ACV (B)

8.2.3. Environnement et société

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

8.2.4. Relations professionnelles

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

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

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



9. TRAVAILLER CHEZ PAMI

9.1. Nos collaborateurs ? Happy@work !

« *We love to create inspiring and exciting workplaces that improve job satisfaction and work efficiency* », tel est le credo proclamé auprès de nos clients. Bien entendu, nous souhaitons respecter cet engagement en faveur de nos collaborateurs également. Et il n'est pas simplement question ici des postes de travail, mais du **cadre de travail dans sa globalité**.

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

Nous considérons nos collaborateurs comme les véritables ambassadeurs de l'entreprise. Ensemble, nous formons une équipe qui totalise plus de 50 ans de connaissances, d'expérience, de professionnalisme et de créativité, s'attellant jour après jour à la réalisation de projets de bureau. Que ce soit dans les espaces de bureau ou de production, nous visons à créer des **conditions de travail ergonomiques** et appropriées, et consacrons l'attention nécessaire à l'aspect sécurité.

À côté de cela, nous sommes parfaitement conscients du fait que **la formation et le coaching** (voir 9.4.) favorisent l'épanouissement et le développement personnels des collaborateurs. Grâce à l'offre en possibilités de formation et à l'investissement dans les compétences, nos collaborateurs sont à même d'assumer leurs responsabilités en toute confiance et exercent leur fonction avec la plus grande satisfaction. Nous tentons dès lors d'offrir à nos collaborateurs un environnement de travail dans lequel ils peuvent donner le meilleur d'eux-mêmes : après tout, n'est-ce pas ce que l'on attend d'eux ? Grâce aux profils de compétence déterminés (voir 9.5.), nos ouvriers et employés sont parfaitement au courant des attentes de l'employeur. Au cours des **entretiens d'évaluation** annuels, nous attirons l'attention des collaborateurs sur leurs bonnes prestations. Par la même occasion, nous leur indiquons les choses à corriger, les domaines pouvant être encore améliorés.



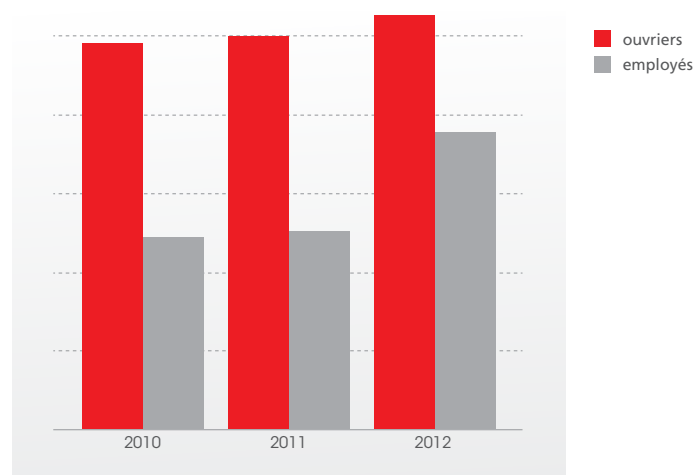
Maintenir l'équilibre entre la sphère professionnelle et privée est également un point figurant dans notre liste des priorités. Ainsi, nous tentons de toujours répondre favorablement aux demandes de travail à temps partiel des collaborateurs, que cette décision s'inscrive dans le cadre d'un congé parental, d'un crédit-temps ou soit prise sur base volontaire. Il nous apparaît important également d'apporter une touche humaine à la relation employeur-employé. Une attention personnelle, une marque d'empathie nous permet de donner aux événements majeurs de la vie de nos collaborateurs (naissances, mariages, décès, etc.) la place qu'ils méritent.

Bref, nous réalisons d'innombrables efforts pour garder nos collaborateurs happy@work. Mais quel est le point de vue des principaux intéressés vis-à-vis de notre politique ? Nous sondons leur opinion tous les 3 ans via une **enquête de satisfaction** (voir 9.7.). Un questionnaire différent est proposé aux ouvriers et aux employés, vu la divergence de leurs intérêts sur certains points.

9.2. Effectif et rotation du personnel

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

figure 9.1. travailleurs en service chez Pami, Milbra et Staalinterieur



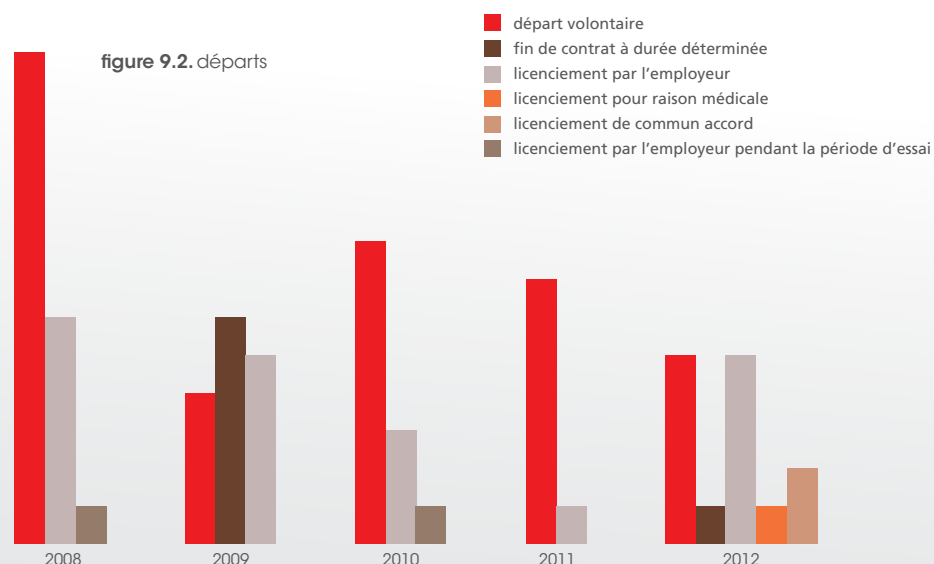
	2010	2011	2012
ouvriers	99	100	113
employés	48	49	77
total	147	149	190



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

Notre groupe connaît de manière générale une faible **rotation du personnel**. En 2007 et 2008, le taux de rotation était quelque peu plus élevé parmi les collaborateurs techniques (plus jeunes). Ces départs étaient principalement dus au manque de tels profils sur le marché du travail et à la forte concurrence de Hanssen Transmission, en pleine expansion. Cette dernière était en effet en mesure d'offrir à l'époque des conditions de travail particulièrement attrayantes pour les techniciens, face auxquelles aucune autre entreprise de la région ne pouvait rivaliser.

figure 9.2. départs



	2008	2009	2010	2011	2012
départ volontaire	13	4	8	7	5
fin de contrat à durée déterminée	0	6	0	0	1
licenciement par l'employeur	6	5	3	1	5
licenciement pour raison médicale	0	0	0	0	1
licenciement de commun accord	0	0	0	0	2
licenciement par l'employeur pendant la période d'essai	1	0	1	0	0

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

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

9.3. Absence pour maladie et accidents du travail

Nous avons mis sur pied une **politique concrète en matière d'absentéisme** : nous organisons des entretiens pour tenter de déterminer les causes précises de l'absence et savoir si nous pouvons y apporter une solution concrète.

En avril 2012, nous avons conclu un accord avec les ouvriers en vue d'octroyer une prime, en vertu de la CCT 90. Le taux d'absentéisme et **le nombre d'accidents du travail** déterminent le montant de la prime. Grâce à la baisse spectaculaire du taux d'absentéisme et du nombre d'accidents du travail, nous sommes parvenus à atteindre les objectifs fixés en 2012 et la prime a été versée.

figure 9.3. absentéisme

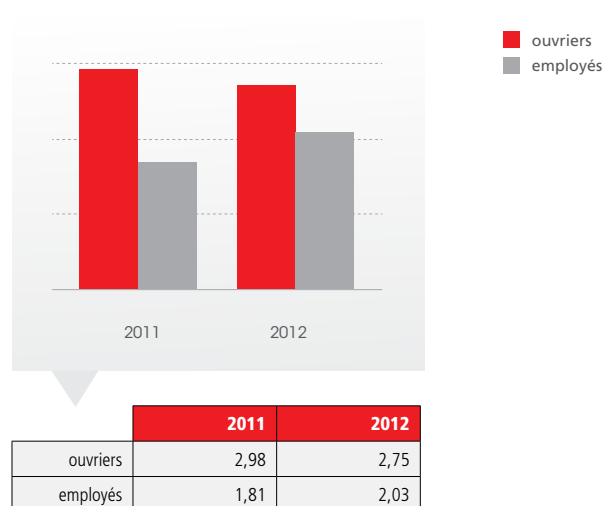
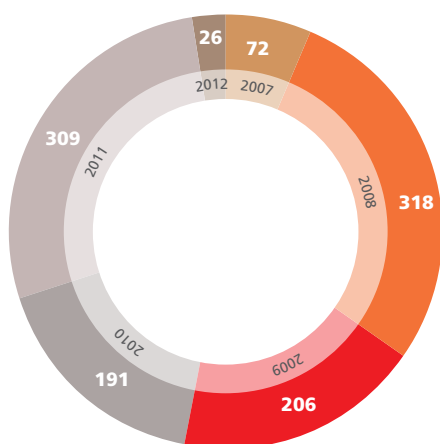


figure 9.4. absence suite à un accident du travail (jours/an)



Un groupe de travail sécurité a été créé. Chaque mois, il entreprend des actions (organisation d'une visite axée sur la sécurité, campagnes d'affichage, etc.) afin de réduire le nombre d'accidents du travail. Et son travail porte ses fruits puisque les chiffres sont bons !

Les actions concernent toujours des thèmes spécifiques :

- Coupures
- Lésions oculaires
- Risque de trébuchement
- Circulation de chariots élévateurs
- Manutention de charges

Le thème change tous les 2 mois. Une explication et une affiche sont également prévues pour clarifier la situation. Nos collaborateurs sont activement impliqués puisqu'ils ont l'occasion de communiquer les situations dangereuses et de faire des propositions afin d'éviter qu'une telle situation ne se reproduise à l'avenir.

En outre, une rubrique fixe est consacrée à la sécurité dans notre journal du personnel, Pamirazzi. Les résultats obtenus et actions entreprises (p.ex. photos d'un salarié qui travaille en toute sécurité, avec des lunettes de protection) sont mis en évidence.

Chaque mois, nous organisons un audit sur la sécurité et l'ergonomie afin de déterminer les éventuels points à améliorer.

figure 9.5. absence suite à un accident du travail - taux de fréquence (jours/an)

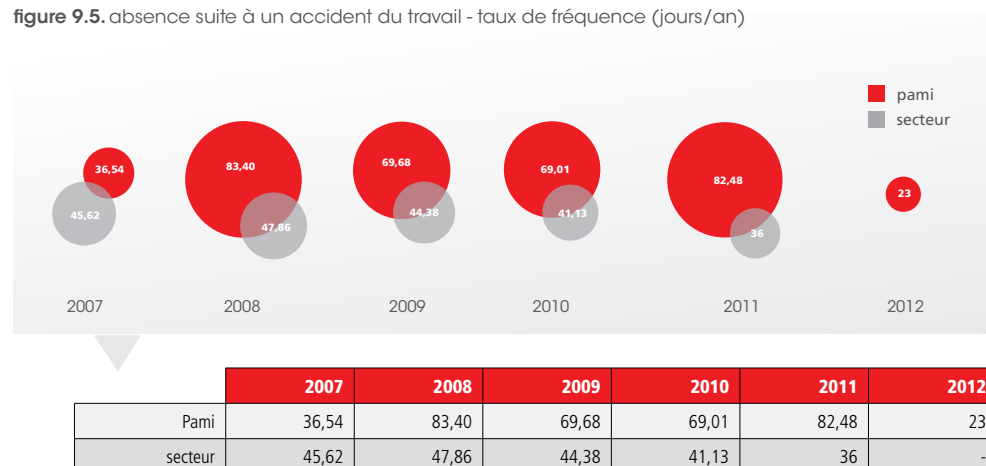
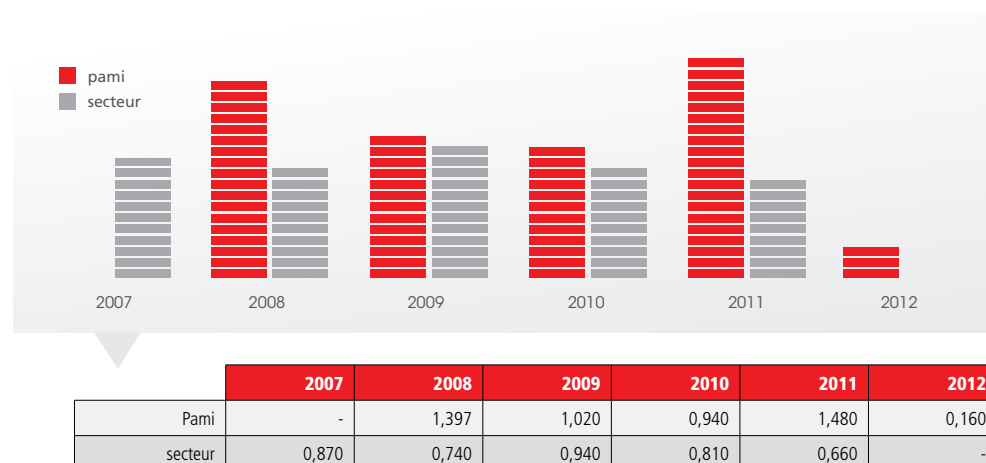


figure 9.6.

absence suite à un accident du travail - sévérité (nombre de jours d'absence x 1.000 heures prestées)





9.4. Formation et coaching

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

Nos **ouvriers** sont, en concertation avec nos collaborateurs, formés autant que possible en interne. Plus un travailleur connaît de tâches et d'opérations, plus il a de la valeur pour l'entreprise, mais aussi et surtout, plus il trouvera de la satisfaction dans son travail. Nous avons évalué notre politique salariale pour les ouvriers selon la conformité au marché, et l'avons intégralement revue en 2008 pour y intégrer une classification interne et un tableau des rémunérations. Par ailleurs, nous avons développé une politique en vertu de laquelle nous récompensons davantage nos collaborateurs de leur flexibilité. Plus un collaborateur peut assumer de fonctions au sein de son département, plus il peut prétendre à un salaire élevé. Nous stimulons ainsi le développement de nos collaborateurs et leur donnons la motivation de suivre des formations...

Bon nombre de nos formations internes n'étaient toutefois pas encore enregistrées. Pour résoudre ce problème, nous avons acquis le progiciel HR Core d'Agoria. Nous espérons ainsi disposer d'un meilleur aperçu de tous les efforts consentis dans ce domaine par les divers départements.

Un programme de coaching pour les **fonctions dirigeantes** est également prévu sur le lieu de travail. Par exemple, les nouveaux dirigeants sont invités à suivre une formation externe pour apprendre à diriger les collaborateurs de façon efficace et enthousiaste, tout en veillant à l'obtention d'un rendement optimal et à la préservation d'une agréable atmosphère de travail. La création d'un comité stratégique s'inscrit elle aussi dans ce cadre : les personnes qui jouent un rôle stratégique au sein de notre entreprise ont des besoins spécifiques en formation.

Notre entreprise est par ailleurs active dans divers groupes de réseaux, ce qui stimule encore la formation tant en interne qu'en externe. De même, nous faisons régulièrement appel à une expertise externe pour nous assister. Nous permettons ainsi à nos propres collaborateurs de s'essayer à de nouvelles expériences et méthodes, et leur donnons l'opportunité d'évoluer et d'apprendre afin de sortir de leurs modes de fonctionnement habituels et de pouvoir appréhender les différentes situations sous des angles nouveaux (consultance chez R&D, RH, IT, marketing, etc.).

En 2011, notre entreprise est devenue membre d'Agoria, la fédération de l'industrie technologique en Belgique. Notre objectif est d'emmagasiner encore plus de connaissances spécialisées à l'avenir.

9.5. Gestion des compétences et évaluation

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

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

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

En adoptant une approche structurée de la gestion des compétences au sein de ce vaste domaine, nous entendons apporter une plus-value à la politique suivie en matière de RH et créer un langage commun. Nous voulons hisser chacun de nos collaborateurs vers un niveau supérieur, encourager le dépassement de soi. Une telle philosophie nous permet de bâtir ensemble une politique de carrière pertinente pour tous les membres de notre personnel.

Nous avons appliqué cette méthode de travail pour la première fois en 2011, et pouvons d'ores et déjà déduire, à la lumière des entretiens menés, que la flexibilité, la passion et la collégialité sont des compétences clés très présentes au sein de l'entreprise. Nos résultats sont un peu moins bons en termes d'innovations. C'est pourquoi nous en avons fait un objectif annuel pour 2012. L'année dernière fut toutefois assez agitée. Nous n'avons dès lors pas pu progresser beaucoup sur ce plan. Mais nous sommes fermement décidés à tenir notre promesse en 2013 !

9.6. Diversité

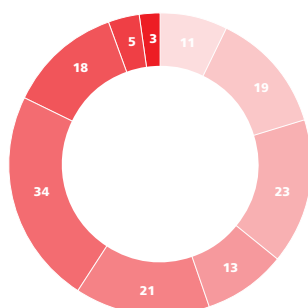
figure 9.7. ventilation hommes/femmes



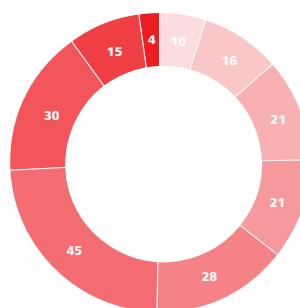
	2011	2012
homme	120	147
femme	27	43

figure 9.8. répartition par âge

20-24
25-29
30-34
35-39
40-44
45-49
50-54
55-59
60+



2011



2012

	2011	2012
-20	0	0
20-24	11	10
25-29	19	16
30-34	23	21
35-39	13	21
40-44	21	28
45-49	34	45
50-54	18	30
55-59	5	15
60+	3	4

En vertu de la CCT 104 qui oblige les entreprises à rédiger un plan pour l'emploi concernant l'occupation de leurs salariés âgés de 45 ans et plus, nous avons décidé d'étendre ce plan à tous les salariés. Nous mettons principalement l'accent sur la « disponibilité durable ». Selon nous, une politique du personnel qui tient compte de l'âge ne s'applique pas uniquement aux salariés âgés de 45 ans et plus, mais dès le début d'une carrière.

Nous avons traduit nos objectifs dans un plan quadriennal et avons fixé les points d'action suivants :

1. Développer les compétences et qualifications des salariés, notamment en leur donnant l'opportunité de suivre des formations
 - Former les personnes occupant des fonctions dirigeantes afin qu'elles coachent les collaborateurs en tenant compte de leur âge, qu'elles organisent des entretiens professionnels et qu'elles valorisent (et évaluent) les collaborateurs
 - Accentuer la flexibilité des collaborateurs en diversifiant leurs tâches et en misant sur la rotation de fonction horizontale
 - Organiser la transmission des connaissances en introduisant des tutorats, des réseaux d'apprentissage et des formations sur le terrain
2. Développer et encadrer les carrières au sein de l'entreprise
 - Organiser des entretiens professionnels pour les ouvriers et les employés
3. Mettre la santé des collaborateurs au centre de l'attention en misant sur la prévention et en écartant les obstacles physiques et psychosociaux afin de continuer à travailler
 - Mettre l'accent sur l'ergonomie : organisation du lieu de travail et recherche de moyens facilitant la manutention des charges
 - Développer des matériaux plus légers et simplifier le montage
4. Introduire des systèmes de reconnaissance des compétences acquises
 - Acquérir un logiciel afin de mieux enregistrer et suivre les formations
5. Augmenter le degré de satisfaction et d'implication sur le lieu de travail
 - Opter pour un coaching valorisant
 - Créer des ateliers innovants
 - Mettre sur pied des groupes de travail thématiques

Notre groupe dispose de collaborateurs très fidèles. Actuellement, près de la moitié d'entre eux a plus de 45 ans. Dans le cadre du plan de diversité, nous souhaitons réellement nous concentrer sur la disponibilité durable et miser sur une politique du personnel qui tient compte de l'âge des collaborateurs. Dans un premier temps, nous tenons à obtenir de plus amples informations sur nos collaborateurs en organisant des entretiens professionnels. Pour nous assurer qu'ils soient menés de façon professionnelle et mettent l'accent sur les résultats, nous allons former et coacher nos dirigeants en ce sens. Nous avons pour objectif de formuler des actions en vue d'accroître la motivation, l'énergie et la joie au travail.

9.7. Enquête de satisfaction

À quel point nos collaborateurs sont-ils réellement happy@work ? Nous essayons d'être constamment à l'écoute, de remettre les choses en question et d'en tirer des leçons utiles. Aussi, nous avons également décidé de mener régulièrement une enquête de satisfaction auprès de nos collaborateurs. Nous comptons réaliser une telle enquête tous les 3 ans, et analyser les résultats en fonction des éventuelles actions et mesures concrètes entreprises.

La dernière enquête remontant déjà à 2008, il était temps d'en lancer une nouvelle fin 2011/début 2012. Nos collaborateurs sont interrogés sur l'ensemble des thèmes relatifs au « travail chez Pami » : politique salariale, communication, sécurité de l'emploi, environnement, ambiance, formation, implication, motivation, etc. Étant donné que les souhaits, les besoins et les exigences des ouvriers peuvent varier du tout au tout par rapport à ceux des employés, nous prévoyons un questionnaire différent pour chaque groupe. Par rapport à 2008, nous avons enregistré une légère progression au niveau de la satisfaction générale des 2 groupes (*les résultats détaillés, les constats et les actions prévues peuvent être demandés auprès du service du personnel*).

GRI 4.13.

10. CONTRIBUTION SOCIALE

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

Pami soutient les associations locales, mouvements de jeunesse et clubs sportifs en leur apportant une aide financière et en les parrainant en nature. Hendrik et Lode Essers, les dirigeants de Pami, font également preuve d'une grande implication sociale en jouant un rôle actif dans diverses organisations patronales.

Rotary Overpelt - Limbourg du Nord

Hendrik Essers, président sortant

Voka - Chambre de commerce du Limbourg

Hendrik Essers, vice-président

VKW Limbourg

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

FEB

Lode Essers, vice-président

11. LE DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS POUR ET PAR LES COLLABORATEURS

En collaboration avec les clients, nos spécialistes de l'aménagement intérieur assurent un climat de travail parfait, à la mesure de chaque société. D'une part, cela motive les collaborateurs et, d'autre part, cette approche améliore les résultats et a des retombées positives sur l'ambiance. Nous avons pour ce faire recours à du mobilier contemporain, au travail sur mesure, à des solutions novatrices et des conceptions bien pensées. Réflexion et durabilité sont les maîtres mots de notre approche. Le client est toujours impliqué dans le projet, et a sa place autour du plan de travail.

Nos clients ont le choix entre un assortiment standard de mobilier de bureau ou des créations sur mesure. Ces 2 gammes, bien qu'intrinsèquement différentes, partagent toutefois de nombreuses caractéristiques communes :

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

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



12. VOTRE AVIS NOUS INTÉRESSE

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

Nous invitons aussi nos clients à participer librement à nos enquêtes de satisfaction. Chaque mois, nous envoyons aux clients chez lesquels un projet a été mené à bien un bulletin d'information électronique, dans lequel nous leur demandons de prendre part à notre enquête.

D'après la dernière enquête de satisfaction générale menée auprès de nos collaborateurs, ceux-ci se disent satisfaits à 81 %. En outre, nous pouvons déduire des résultats que toutes les personnes interrogées opteraient à nouveau pour Pami si elles en avaient le choix. L'uniformité, la satisfaction générale et la qualité sont les principaux atouts mis en avant.

Que pouvons-nous encore mieux faire ?

Nous organisons aussi des sondages sur des sujets spécifiques tels que l'entrepreneuriat socialement responsable. En effet, nous avons remarqué que ce thème était cher à nos investisseurs. Tout le monde tente d'assurer un avenir serein et il va de soi que notre organisation est également invitée à faire des efforts. Des actions concrètes supplémentaires sont attendues dans les domaines suivants :

- Nos collaborateurs ont indiqué qu'ils souhaiteraient suivre plus de formations et être mieux informés à propos des projets en cours
- Nos clients ont signalé qu'ils aimeraient être mieux informés à propos des possibilités de recyclage et de réemploi de nos produits
- Nos fournisseurs ont précisé qu'ils se souciaient fortement des droits de l'homme

Concrètement, qu'allons-nous faire ?

Nous tenterons évidemment de répondre au mieux à ces souhaits. Nous avons également fixé les objectifs concrets suivants :

- Les possibilités de formation interne sont améliorées et nous voulons rendre l'offre plus transparente
- Nous veillerons à ce que nos collaborateurs soient davantage impliqués dans les projets en cours
- Nous prévoirons un volet informatif sur notre site Internet et y publierons des informations pertinentes relatives à l'environnement et à nos produits
- Nous tenterons de limiter la consommation de carburant engendrée par le transport

TABLEAU DES INDICATEURS GRI

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

4. Gestion, engagements et implication	
4.1	Structure de gouvernance de l'organisation, y compris les comités relevant du plus haut organe de gouvernance.
4.2	Indiquer si le président du plus haut organe de gouvernance est également un administrateur exécutif.
4.3	Pour les organisations ayant un système de conseil d'administration à organe unique : indiquer le nombre d'administrateurs indépendants et/ou non exécutifs du plus haut organe de gouvernance.
4.4	Mécanismes permettant aux actionnaires et aux salariés de faire des recommandations ou transmettre des instructions au plus haut organe de gouvernance.
4.5	Lien entre les rémunérations des membres du conseil d'administration, des cadres (supérieurs) et des prestations (RSE) de l'organisation.
4.6	Processus mis en place par le conseil d'administration pour éviter les conflits d'intérêts.
4.7	Processus de détermination des qualifications et de l'expertise des membres du conseil d'administration pour la gestion de la stratégie RSE.
4.8	Missions et codes de bonne conduite définis en interne et pertinents vis-à-vis des prestations RSE, et état de leur mise en pratique.
4.9	Procédures définies par le conseil d'administration pour superviser les prestations RSE, notamment les risques, opportunités, ainsi que le respect des normes et principes internationaux.
4.10	Processus d'évaluation de la performance propre du conseil d'administration, notamment du point de vue des prestations RSE.
4.11	Explications quant à l'application du principe de précaution.
4.12	Chartes, principes et autres initiatives, d'origine extérieure en matière économique, environnementale et sociale, auxquelles l'organisation a souscrit.
4.13	Affiliation à des associations (par exemple associations professionnelles) et à des organisations (inter)nationales de défense des intérêts.
4.14	Listes des groupes de parties prenantes inclus par l'organisation.
4.15	Base d'identification et de sélection des parties prenantes.
4.16	Approche des parties prenantes et fréquence des contacts.
4.17	Réponse de l'organisation aux principales questions et préoccupations soulevées lors du dialogue avec les parties prenantes.
FOURNITURE D'INFORMATIONS STANDARD PARTIE II : Approche de gestion	
G3 DMA	Description
DMA EC	Déclaration sur l'approche de gestion EC (économique)
DMA EN	Déclaration sur l'approche de gestion EN (environnementale)
DMA LA	Déclaration sur l'approche de gestion LA (emploi)
DMA HR	Déclaration sur l'approche de gestion HR (droits de la personne)
DMA SO	Déclaration sur l'approche de gestion SO (société)
DMA PR	Déclaration sur l'approche de gestion PR (responsabilité face aux produits)
FOURNITURE D'INFORMATIONS STANDARD PARTIE III : Indicateurs de prestation	
Économique	
EC1	Valeurs économiques directes créées et distribuées, incluant les produits, les coûts opérationnels, les rémunérations des salariés, les donations et autres investissements pour les communautés, les résultats mis en réserve, les versements aux bailleurs de fonds et aux États.
EC2	Implications financières et autres risques et opportunités pour les activités de l'organisation liées aux changements climatiques.
EC3	Étendue de la couverture des obligations relatives au plan de retraite à prestations définies de l'organisation.
EC4	Aide financière importante reçue du gouvernement.

EC5	Ventilation des ratios comparant le salaire d'entrée de base et le salaire minimum local sur les principaux sites opérationnels.
EC6	Politique, méthodes et part des dépenses réalisées avec les fournisseurs locaux sur les principaux sites opérationnels.
EC7	Procédures d'embauche locale et proportion de cadres dirigeants embauchés localement sur les principaux sites opérationnels.
EC8	Développement et impact des investissements en matière d'infrastructures et de services, principalement publics, réalisés via une prestation commerciale, en nature ou à titre gratuit.
EC9	Compréhension et description des impacts économiques indirects significatifs, y compris leur importance.
Environnement	
EN1	Quantité totale de matière utilisée en poids ou en volume.
EN2	Pourcentage des matières consommées qui sont d'origine recyclée.
EN3	Consommation d'énergie directe répartie par source d'énergie primaire.
EN4	Consommation d'énergie indirecte répartie par source d'énergie primaire.
EN5	Énergie économisée grâce aux économies et aux améliorations en terme d'efficacité.
EN6	Initiatives pour fournir des produits et des services reposant sur des sources d'énergie renouvelables ou à rendement amélioré, et réductions des besoins énergétiques obtenues suite à ces initiatives.
EN7	Initiatives pour réduire la consommation d'énergie indirecte et réductions obtenues.
EN8	Volume total d'eau prélevé, par source.
EN9	Sources d'approvisionnement en eau significativement touchées par les prélèvements.
EN10	Pourcentage et volume total d'eau recyclée et réutilisée.
EN11	Emplacement et superficie des terrains détenus, loués ou gérés au sein ou dans le voisinage d'aires protégées et de zones riches en biodiversité en dehors de ces aires protégées.
EN12	Description des impacts significatifs des activités, produits et services sur la biodiversité des aires protégées ou des zones riches en biodiversité en dehors de ces aires protégées.
EN13	Habitats protégés ou restaurés.
EN14	Stratégies, mesures en cours et plans futurs pour la gestion des impacts sur la biodiversité.
EN15	Nombre d'espèces menacées figurant sur la liste rouge mondiale de l'UICN et sur son équivalent national et dont les habitats se trouvent dans des zones affectées par des activités, par niveau de risque d'extinction.
EN16	Émissions totales, directes et indirectes, de gaz à effet de serre, en poids.
EN17	Autres émissions indirectes pertinentes de gaz à effet de serre, en poids.
EN18	Initiatives pour réduire les émissions de gaz à effet de serre et réductions obtenues.
EN19	Émissions de substances appauvrissant la couche d'ozone, en poids.
EN20	Émissions de NO, SO et autres polluants atmosphériques, par type et par poids.
EN21	Rejet total d'eaux usées, par type et par destination.
EN22	Masse totale des déchets, par type et par mode de traitement.
EN23	Nombre total et volume des déversements significatifs.
EN24	Poids des déchets jugés dangereux selon les dispositions de la Convention de Bâle, Annexes I, II, III et VIII, qui ont été transportés, importés, exportés ou traités, et pourcentage des déchets transportés aux fins de livraisons à l'échelle internationale.
EN25	Identification, taille, statut de protection et valeur en termes de biodiversité des cours d'eau et des habitats connexes qui sont touchés de manière importante par les rejets d'eaux usées et le ruissellement attribuables à l'organisation.
EN26	Initiatives pour atténuer les impacts environnementaux des produits et des services, et portée de cette compensation.
EN27	Pourcentage de produits vendus et dont l'emballage est récupéré, par catégorie.

EN28	Montant des amendes importantes et nombre total des sanctions non pécuniaires reçues pour non-respect des lois et règlements sur l'environnement.
EN29	Impacts environnementaux significatifs du transport des produits, autres marchandises et matières utilisés par l'organisation dans le cadre de son activité et du transport des membres de son personnel.
EN30	Total des dépenses et investissements en protection de l'environnement, par type.
Social : conditions de travail et travail décent	
LA1	Effectif total par type d'emploi, contrat de travail et zone géographique.
LA2	Ampleur totale et vitesse de la rotation du personnel par tranche d'âge, sexe et région.
LA3	Prestations versées/avantages octroyés aux salariés à temps plein qui ne sont pas versées aux intérimaires, ni aux salariés à temps partiel, par activités majeures.
LA4	Pourcentage de salariés couverts par une convention collective de travail.
LA5	Délai(s) minimum(s) de préavis en cas de changements opérationnels. Indiquer si ces délais sont prescrits dans des conventions collectives.
LA6	Pourcentage de l'effectif total représenté dans des comités mixtes officiels de membres de la direction et de travailleurs, qui contribuent au contrôle et à la fourniture d'avis sur les programmes de santé et de sécurité au travail.
LA7	Taux d'accidents du travail, de maladies professionnelles, d'absentéisme, nombre de journées de travail perdues et nombre total d'accidents du travail mortels, par zone géographique.
LA8	Programmes d'éducation, de formation, de conseil, de prévention et de maîtrise des risques mis en place pour aider les salariés, leur famille ou les membres des communautés locales en cas de maladie grave.
LA9	Questions de santé et de sécurité couvertes par des ententes formelles avec les syndicats.
LA10	Nombre moyen d'heures de formation par an, par salarié et par catégorie professionnelle.
LA11	Programmes de développement des compétences et de formation tout au long de la vie destinés à assurer l'employabilité des salariés et à les aider à gérer leur fin de carrière.
LA12	Pourcentage des salariés bénéficiant d'entretiens d'évaluation et d'évolution de carrière réguliers.
LA13	Composition des organes de gouvernance et répartition des salariés par sexe, tranche d'âge, appartenance à une minorité et les autres indicateurs de diversité.
LA14	Rapport entre le salaire de base des hommes et celui des femmes par catégorie professionnelle.
Social : droits de l'homme	
HR1	Pourcentage et nombre total des contrats d'investissement importants qui comprennent des clauses relatives aux droits de la personne ou qui ont fait l'objet d'une vérification relative aux droits de la personne.
HR2	Pourcentage de fournisseurs et de sous-traitants majeurs dont le respect des droits de l'homme et les mesures prises ont fait l'objet d'un contrôle.
HR3	Nombre total d'heures consacrées à la formation du personnel sur les politiques et procédures visant les aspects des droits de l'homme qui sont pertinents pour les activités de l'organisation, et pourcentage des salariés formés.
HR4	Nombre total d'incidents de discrimination et mesures prises.
HR5	Activités identifiées au cours desquelles le droit à la liberté syndicale et à la négociation collective risque d'être menacé ; mesures prises pour assurer ce droit.
HR6	Activités identifiées comme présentant un risque significatif d'incidents impliquant le travail des enfants; mesures prises pour contribuer à interdire ce type de travail.
HR7	Activités identifiées comme présentant un risque significatif d'incidents relatifs au travail forcé ou obligatoire; mesures prises pour contribuer à abolir ce type de travail.
HR8	Pourcentage du personnel de sécurité ayant été formé sur les politiques ou procédures de l'organisation relatives aux aspects des droits de la personne qui sont pertinents pour les activités de l'organisation.
HR9	Nombre total d'incidents impliquant la violation des droits des populations autochtones et mesures prises.

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

Glossaire

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

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

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

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

CPPT : Comité pour la Prévention et la Protection au Travail

GRI : Global Reporting Initiative



pami

Pami a le souci permanent de la durabilité.
En ce sens, tous nos produits sont conçus et fabriqués dans le respect des valeurs People, Planet & Prosperity.

for the love of work

Industrielaan 20 | Nolimpark 1408 | B-3900 Overpelt | T +32 11 800 700 | F +32 11 800 701
Avenue du Port 86 | Showroom B4 | B-1000 Bruxelles | T +32 2 475 22 40 | F +32 2 475 22 41
Overzet 16/A | B-9000 Gand | T +32 9 222 44 32 | F +32 9 221 30 51
TVA BE 0434.820.019 | info@pami.be | www.pami.be

pami
office furniture