



## Les 10 objectifs de DEVELOPPEMENT DURABLE de PSA PEUGEOT CITROËN

### Bilan du plan d'actions 2008

En 2008, le groupe a défini 10 objectifs qui guident les actions de ses équipes dans chacun de ses domaines de responsabilité.

## Environnement

### 1 Emissions de CO2

**Rester leader des véhicules à faibles émissions de CO2**

**2 millions de véhicules vendus émettant moins de 120 g de CO2 par km entre 2007-2010**

#### 1 ■ Poursuivre la mise sur le marché de véhicules à basse consommation et faibles émissions de CO2

> Avec 554 343 véhicules vendus en 2007 et 570 181 véhicules vendus en 2008, PSA Peugeot Citroën est sur la bonne voie pour dépasser la cible de 2 millions.

#### 2 ■ Commercialiser un véhicule hybride diesel

> Le groupe a signé un partenariat stratégique avec Bosch.

> Peugeot PROLOGUE HYbrid4, Citroën Hypnos, C4 et 308 hybrides HDI, Peugeot 908 HYbrid2, C4 WRC Hybride, Peugeot RC HYbrid4 ont été présentées au Mondial de l'Automobile à Paris en septembre 2008.

> Peugeot 3008 et Citroën DS5 en 2011 porteront la technologie HYbrid 4.

#### 3 ■ Promouvoir l'usage des énergies alternatives dans le monde

> Le moteur GNV 1,6l polyvalent est introduit en Chine et au Moyen-Orient.

> Toute notre gamme est compatible avec 30% de biodiesel et 10% d'éthanol. Une offre E85 est disponible au Brésil et en Suède.

2

## Eco-conception

**Augmenter sensiblement la part des matériaux verts dans nos véhicules**

**Porter la part des matériaux verts à 20 % des polymères contenus dans un véhicule en 2011**

### 1 ■ Devenir leader dans l'utilisation des matériaux verts

Définition des matériaux verts : matériaux recyclés (non métalliques) et matériaux d'origine renouvelable ou bio matériaux (non issus de la filière pétro chimique).

> Mise en œuvre du « plan Matériaux verts » :

- Chaque projet véhicule a un objectif contractuel d'utilisation de matériaux verts.
- Une politique achat a été définie. Les fournisseurs sont sollicités pour proposer pour chaque nouvelle pièce un équivalent contenant des matériaux verts.

> Le groupe pilote le projet MATORIA dans le cadre du pôle de compétitivité MOVE'O dont l'objectif est de développer des matériaux plastiques injectables issus de sources renouvelables pour applications automobiles.

3

## Management environnemental

**Diminuer l'énergie consommée par véhicule produit sur le périmètre consolidé**

**2,1 MWh/voiture à l'horizon 2010**

### 1 ■ Réduire la consommation d'énergie lors de la production des véhicules

> Parmi les principales actions d'économie d'énergie : l'optimisation du chauffage en production et hors production, l'optimisation des débits d'air, température et hygrométrie en peinture, l'application de gammes d'arrêt, le remplacement des chaudières à Rennes.

> Généralisation des audits énergie sur les principaux sites industriels et la poursuite des actions de management au quotidien.

### 2 ■ Moderniser le système de reporting environnemental pour l'adapter aux besoins de progrès du groupe

> L'Outil de Reporting de Gestion Environnementale (ORGE) a été déployé avec succès ; il est désormais l'outil de référence des chargés d'environnement et améliore, par rapport à la précédente base de données, l'interactivité et la transparence des informations environnementales entre les sites.

> De plus, un nouvel outil de reporting a été développé et mis en place pour Gefco ainsi que pour le réseau commercial Peugeot et Citroën.



## Responsabilité sociale

4

### Responsabilité sociale

#### Mettre en œuvre la responsabilité sociale de PSA Peugeot Citroën à l'échelle mondiale

##### 1 ■ Déployer l'accord mondial sur la responsabilité sociale de PSA Peugeot Citroën signé en 2006

- > Le 2<sup>ème</sup> bilan annuel a été présenté en juin au comité européen de Groupe.
- > Pour chaque filiale, 3 plans d'actions prioritaires sont définis tous les ans depuis 2005. Près de 86% de ces plans ont été réalisés en 2007.
- > 97,5 % des salariés sont représentés par des organisations syndicales indépendantes ou des représentants du personnel (97% des salariés en 2006).

##### 2 ■ Mobiliser les acteurs de l'entreprise autour de la sécurité au travail

- > Une Nouvelle Dynamique Sécurité est engagée dans les sites industriels et tertiaires.
- > Les démarches sécurité sont intégrées dans le Système de Production PSA.
- > La formation à une méthode préventive d'évaluation des situations à risque est mise en place.
- > Le taux de fréquence monde des accidents avec arrêt pour l'ensemble des activités du Groupe 2008 est de 3,43 versus 3,72 en 2007.

##### 3 ■ Garantir l'égalité entre les hommes et les femmes dans les évolutions professionnelles

- > Deux commissions paritaires Égalité hommes-femmes au niveau central et tenue des commissions Égalité sur site ont lieu chaque année.
- > Le guide d'application de l'accord Égalité hommes-femmes a été déployé.
- > Le label Égalité Professionnelle par l'Afnor Certification a été renouvelé en Mars 2008
- > La Charte de la Parentalité en Entreprise est signée en Avril 2008.

##### 4 ■ Garantir l'égalité dans les évolutions professionnelles, pour les seniors, les handicapés et les nationalités étrangères

- > Un nouveau module de formation « Management de la diversité » est déployé et un guide de bonnes pratiques est diffusé.
- > Les 6 organisations syndicales ont signé le 6 octobre 2008 l'avenant de reconduction de l'accord.
- > En 2009, le groupe obtient le label diversité.



## Gouvernance

5

### Responsabilité fournisseurs

Déployer le référentiel "exigences de responsabilités environnementales et sociales" de PSA Peugeot Citroën

Engager les 500 premiers fournisseurs dans la démarche d'ici à 2010

**1 ■ Engager les fournisseurs dans une démarche de développement durable**

- > Doublement du nombre de fournisseurs engagés dans la démarche : 305 fournisseurs
- > Plusieurs actions de sensibilisation/formations menées avec les acheteurs
- > Poursuite active de l'intégration de développement durable dans les processus achats
- > Contrôle des fournisseurs : lancement des envois de questionnaires d'évaluation et des premiers audits.

6

### Investissement socialement responsable

Assurer la présence de PSA Peugeot Citroën dans les grandes familles d'indices extra financiers

3 grands indices internationaux

**1 ■ Maintenir la présence de PSA dans les indices ASPI Eurozone et FTSE4good et entrer dans DJSI**

- > Le groupe est présent dans 2 familles d'indices : ASPI Eurozone (agence Vigéo) et FTSE4Good (agence EIRIS).
- > Obtention de la silver Class dans le sustainability Yearbook 2009 édité par SAM et PWC.

7

### Dialogue parties prenantes

Mener un dialogue constructif avec les représentants de la société civile lors de sessions thématiques

**1 ■ Identifier nos parties prenantes et organiser des séances d'échanges**

- > Des contacts ont été établis ou ont été entretenus, et des rencontres informelles ont eu lieu.
- > Réunion de travail sur la stratégie CO2 du groupe avec 5 ONG de défense de l'environnement.
- > Comité scientifique du Puits de carbone Peugeot.
- > Participation à plusieurs débats publics aux cotés d'ONG en France (ISO26000, communication responsable, voiture et environnement, ...).



## Société

8

### Sécurité routière

**Déployer largement les services télématiques pour améliorer la sécurité des usagers**

**1 million de véhicules équipés roulant dans 10 pays d'Europe en 2011**

**1 ■ Valoriser l'appel d'urgence comme nouveau vecteur d'information trafic**

> 650 000 véhicules vendus sont équipés de l'appel d'urgence à fin 2008.

> Dans le but de partager les informations recueillies lors des appels d'urgence et d'assistance, des évolutions techniques sont développées (IMA, Mondial, AXA Assistance). Le partage d'informations pouvant éviter par exemple des sur-accidents.

**2 ■ Renforcer l'efficacité des actions de sensibilisation à la sécurité routière en France**

> 12 sites industriels et tertiaires ont mené des actions de sensibilisation aux risques routiers à destination des salariés, de leurs enfants et des communautés voisines : stages de conduite sécurisée, contrôles gratuits de pneumatiques et optiques, brochures, expositions, animations, simulateurs de conduite, test de conduite sous l'emprise d'alcool, etc.

> Ces actions sont menées en partenariat avec le monde éducatif, la MACIF, les brigades de sapeurs pompiers, la Prévention Routière en France, etc.

**3 ■ Contribuer à faire progresser la sécurité routière en Chine**

> Mise en place d'une exposition semi-permanente au Musée des Sciences de Chine à Pékin sur la Sécurité routière

> Caravane de la Sécurité routière : action de sensibilisation dans les écoles maternelles et primaires

> Concours de créativité publicitaire sur la sécurité routière en coopération avec la Chinese Center for Disease Control du Ministère de la santé.

9

### Mobilité urbaine

**Financer des solutions de mobilité innovantes**

**1 ■ Contribuer à l'émergence des solutions innovantes pour la mobilité, facteur d'insertion**

> Axe fort des travaux de l'IVM : accès au travail dans la ville, notamment pour les personnes à basse qualification.

> Parution de 3 ouvrages : « Domicile - Travail, les salariés à bout de souffle » d'Eric Le Breton, qui conclue et synthétise les travaux des 2 dernières années du projet « Mobilités quotidiennes des salariés ». « Mobilité urbaine : l'âge des possibles » et « une approche laïque de la mobilité » de Jean-Pierre Orfeuill



**2 ■ Soutenir le milieu associatif favorisant la mobilité des personnes en difficulté sociale**

> Aide à la mobilité par le prêt ou le don de véhicules à des groupes de personnes en difficultés physiques : « les petits centaures », « escapade », Fondation Claude Pompidou, « relais enfants-parents », Téléthon, Sidaction.

10

**Respect du client**

**Mettre en œuvre la charte de communication responsable de PSA Peugeot Citroën**

**1 ■ Formaliser la prise en compte des valeurs de développement durable dans les actions de communication envers les consommateurs**

> Déploiement de la charte de communication responsable du groupe auprès des équipes opérationnelles : communication, marketing, juridiques, achats, et formalisation des process de validation des créations.

> La démarche de PSA PEUGEOT CITROËN fait partie des bonnes pratiques citées par l'Union des Annonceurs.

