

# 2023

Rapport  
de durabilité





# Responsabilité sociale de l'entreprise

Le **groupe APG|SGA (APG|SGA)** entend créer de façon exhaustive et durable de la valeur pour ses partenaires, clients et actionnaires ainsi que pour son personnel, tout en apportant une contribution à l'environnement et à la société. Une prise en considération équilibrée des facteurs sociaux (people), écologiques (planet) et économiques (profit) dans les processus de décision et de mise en œuvre est considérée comme essentielle au succès à long terme de l'entreprise.

## Sommaire

**3** Responsabilité sociale de l'entreprise

**4** Avant-propos de Markus Ehrle, CEO APG|SGA

**5** Organisation, stratégie et gouvernance

**8** Thèmes pertinents

**12** People

- Conditions d'embauche et de travail attrayantes
- Égalité des sexes
- Sécurité au travail et santé
- Approvisionnement durable – aspects sociaux
- Aspects sociétaux de la publicité extérieure d'APG|SGA

**22** Jalons pour la mise en œuvre des principes directeurs environnementaux

**24** Planet

- Gestion environnementale
- Prestation environnementale
- Aperçu des indicateurs de performances
- Catégories du scope 3

**34** Profit

- Résultats économiques
- Prévention de la corruption
- Activités commerciales conformes à la loi

**38** Indice de contenu GRI

**41** Liste des abréviations

**42** Textes de référence et autres informations



## La publicité extérieure la moins émettrice de CO<sub>2</sub> du secteur – l’ambition supplémentaire d’APG|SGA

L’offre de publicité extérieure d’APG|SGA ouvre la scène publique aux organisations et institutions pour communiquer leurs messages publicitaires et leurs préoccupations depuis 124 ans. Les publicités animent le paysage des villes et communes, ont une fonction d’information et de divertissement et, grâce à des contrats de collaboration et de concession à long terme, elles apportent aux communes des recettes et atouts supplémentaires, entre autres sous la forme de mobilier urbain ou d’affichage pour la culture et les organisations à but non lucratif (OBNL). Nos engagements s’orientent vers la continuité et sont caractérisés par un esprit de partenariat ainsi qu’un horizon durable à long terme.

Comme le montrent de récentes études allemandes et anglaises, la publicité extérieure, à titre d’instrument de communication multistadistique, est la moins émettrice de CO<sub>2</sub> pour 1000 contacts parmi tous les médias publicitaires<sup>1</sup>. Ce bilan réjouissant de « notre média » est en accord avec l’ambition décennale d’APG|SGA de protéger le climat et réduire l’impact environnemental. APG|SGA est ainsi en bonne voie pour ce qui est de la mise en œuvre de l’accord de Paris sur le climat. Il s’agit d’un accord convenu entre pratiquement tous les États de la planète afin de limiter la hausse globale des températures à 1.5°C tout au plus. L’année dernière, il a été question de dresser le bilan de l’objectif intermédiaire spécifique aux scopes 1 et 2, qui demandait une réduction de près de 420 tonnes d’eqCO<sub>2</sub> par rapport à 2017. Avec une réduction effective de 436 tonnes d’eqCO<sub>2</sub>, nous avons même nettement dépassé cet objectif. Nos efforts continus des dernières années en vue d’accroître progressivement l’efficacité énergétique de nos bâtiments, nos supports publicitaires et notre flotte de véhicules ont contribué à atteindre ce résultat. Mais il n’est pas question de ralentir le rythme. Nous allons définir de nouveaux objectifs climatiques fondés sur des bases scientifiques qui seront validés par Science Based Target initiative (SBTi). En 2023, nous avons donc aussi pour la première fois dressé le bilan des émissions de toutes nos autres sociétés, Alma Quattro d.o.o. en Serbie ainsi que Swissplakat SA et Swiss Poster Research Plus SA (SPR+) en Suisse. Ceci peut être considéré comme un nouveau jalon posé par APG|SGA en matière de gestion environnementale.

La transparence de nos mesures de protection climatique se reflète dans notre score CDP. Pour notre participation à la catégorie « Changement climatique », nous avons, pour la deuxième fois consécutive, reçu l’excellente note de « A- » malgré des exigences croissantes. Ainsi, APG|SGA fait partie des entreprises leaders en matière de rapports sur le climat reconnus et internationaux. La transparence est aussi le fil directeur de la révision du présent rapport de durabilité qui fait peau neuve en intégrant les standards de la Global Reporting Initiative (GRI) et les normes européennes d’information en matière de durabilité (ESRS).

Outre la protection climatique, nous aimerions aussi définir d’autres priorités dans le cadre de notre stratégie de durabilité globale. Ainsi, nous avons intégré l’année dernière le réseau Pacte mondial de l’ONU, avons été certifiés « Great Place To Work » et avons pu renforcer encore davantage nos résultats à l’analyse du maintien de l’égalité salariale entre les hommes et les femmes de sorte à recevoir le label « Fair-ON-Pay Advanced ».

L’importance de la durabilité reste inchangée et celle-ci est fermement ancrée chez APG|SGA. En 2024, nous allons continuer à mettre en œuvre des mesures efficaces. Après l’installation photovoltaïque à Zurich, nous allons en mettre deux nouvelles en service, nettement plus grandes, à Lausanne et Wallisellen, ce qui devrait déjà nous permettre de couvrir la moitié des besoins en électricité de tous nos bâtiments. Dans le domaine des MegaPosters, nous testons des matériaux plus écologiques en PET recyclé. Qui plus est, le remplacement de notre flotte par des voitures électriques et des véhicules hybrides se poursuit. En Serbie, nous aimerions tout d’abord réaliser des progrès en matière d’approvisionnement énergétique et d’élimination des déchets. Outre les mesures climatiques et environnementales, la satisfaction du personnel, la promotion de l’égalité entre les sexes et l’accroissement continu de l’importance accordée aux aspects sociaux le long de la chaîne logistique font également l’objet d’une attention toute particulière.

Pour APG|SGA, la responsabilité sociale de l’entreprise est non seulement un devoir, mais fait aussi partie intégrante de son ADN. J’espère que le présent rapport saura vous apporter un bon aperçu de notre groupe et nos activités, et que vous continuerez à tenir compte des aspects sociaux et environnementaux lors de vos décisions en matière d’investissement et de collaboration.



Avec nos salutations durables et chaleureusement affichées,  
Markus Ehrle, CEO APG|SGA

<sup>1</sup> Informations de IDOOH : <https://idooh.media/> et étude de Outsmart : [https://www.outsmart.org.uk/site/userfiles/File/20240325141012\\_Sustainability-in-OOH-Report.pdf](https://www.outsmart.org.uk/site/userfiles/File/20240325141012_Sustainability-in-OOH-Report.pdf) (consultés le 24.04.2024)

## Organisation, stratégie et gouvernance

À titre d'entreprise de publicité extérieure, APG|SGA est un prestataire intégral d'une économie fonctionnelle et ancrée à l'échelon du local. Nous générons des revenus pour les pouvoirs publics, créons de la visibilité pour la politique, la culture et le sport et apportons une contribution à la transparence de l'information publique et à la libre formation d'opinion, propre aux valeurs démocratiques, dans une économie sociale de marché. APG|SGA entend créer de façon exhaustive et durable de la valeur pour ses partenaires, sa clientèle, ses actionnaires et son personnel, tout en apportant une contribution en faveur de l'environnement et de la société.

### Le groupe APG|SGA

APG|SGA est une entreprise de services dynamique perpétuant une tradition suisse et dont l'activité se concentre principalement sur l'Out of Home Media : Numérique. Analogique. Mobile. Interactif. Les meilleures solutions de communication dans l'espace public permettent de capter les individus. Sur les places, dans les rues, les gares, les aéroports et les centres commerciaux, à la montagne, ainsi que dans et sur les transports publics – partout où il est possible de faire de la publicité extérieure. Grâce à ses produits et services globaux, APG|SGA répond aux besoins individuels des annonceurs locaux, nationaux et internationaux, des propriétaires fonciers privés, des pouvoirs publics, des consommateurs/-trices, du personnel, des investisseurs/-euses et de la société, avec des solutions flexibles qui créent de la valeur ajoutée.

APG|SGA fait partie des dix plus grandes entreprises de publicité extérieure au monde. Elle prévoit de couvrir entièrement toutes les parties de la Suisse grâce à une organisation décentralisée. Le quartier général opérationnel de la Société Générale d’Affichage SA, concessionnaire qui appartient entièrement à la holding, se trouve à Zurich. Avec ses 18 filiales, Société Générale d’Affichage SA entretient activement les relations avec sa clientèle sur place en lui proposant des prestations depuis un guichet unique. Avec Swissplakat SA, APG|SGA dispose d'une entreprise spécialisée dans la publicité extérieure. Swiss Poster Research Plus SA (SPR+) fournit des chiffres clés et des études de marché. Elle propose ses prestations à toutes les entreprises du secteur de Suisse. Outre la Suisse, APG|SGA est présente en Serbie avec la société Alma Quattro d.o.o. Tandis qu'APG|SGA est gérée de manière centralisée depuis Belgrade, elle est représentée en Suisse dans 14 cantons et dans les quatre régions linguistiques du pays. La partie romanche des Grisons est prise en charge depuis Coire.

Parmi les prestations primaires d'APG|SGA, on trouve l'acquisition, l'installation et l'entretien des surfaces publicitaires analogiques et numériques dans les espaces publics ainsi que la commercialisation et la location de ces surfaces. On compte en outre l'organisation, l'affichage ou la diffusion ainsi que l'analyse des performances des campagnes de communication relevant du Out of Home Media ou des campagnes publicitaires mobiles. Parmi les autres prestations, on trouve la conception, le design, la production, l'entretien et le financement de mobilier urbain comme les halls d'attente, les installations analogues et numériques de plans de ville ainsi que les systèmes de guidage de l'information.

### Responsabilité sociale des entreprises (RSE) chez APG|SGA

Une prise en considération équilibrée des facteurs écologiques (planet), sociaux (people) et économiques (profit) dans les processus de décision et de mise en œuvre est considérée comme essentielle au succès à long terme de l'entreprise.

#### People

À titre d'employeuse attrayante, fiable et sûre, APG|SGA crée un environnement de travail moderne et durable offrant suffisamment d'espace pour le développement personnel et professionnel. Ainsi, APG|SGA favorise l'engagement et la satisfaction du personnel, ce qui contribue au succès à long terme de l'entreprise. En outre, APG|SGA a à cœur de veiller au bon respect des droits humains, des normes sociales et des droits du travail tout le long de la chaîne de valeur. Elle contribue à favoriser la culture, le sport et les OBNL en proposant des prestations et des ressources avec des rabais et des volumes d'espaces libres importants.

## Planet

Respecter et préserver la nature est une évidence pour APG|SGA. Avec pour objectif de faire partie des leaders dans le domaine de l'environnement, APG|SGA s'engage à la transparence et se considère comme un pionnier dans la lutte contre le changement climatique. Les objectifs climatiques ambitieux nécessitent une réduction conséquente des émissions de l'entreprise et l'incitent à se concentrer sur une amélioration continue jusqu'au zéro net. La pertinence environnementale des activités, des produits et des matériaux est analysée de manière systématique et c'est le dialogue avec le personnel, la clientèle et les partenaires qui permet de donner naissance à des prestations et des produits écologiques.

## Profit

APG|SGA est un prestataire de service empreint de tradition suisse qui existe depuis bientôt 125 ans. Grâce à ses produits et services globaux, APG|SGA répond aux besoins individuels des annonceurs locaux, nationaux et internationaux, des propriétaires fonciers privés, des pouvoirs publics, des consommateurs/-trices, du personnel, des investisseurs/-euses et de la société, avec des solutions flexibles qui créent de la valeur ajoutée. Une rentabilité optimale est le fondement de la pérennité et de la compétitivité de l'entreprise.

## Organisation de la gestion de la durabilité

Étant donné que la RSE concerne toutes les unités de l'entreprise, la gestion de la durabilité d'APG|SGA, suivi et contrôle compris, fait partie intégrante des plus hauts échelons de la hiérarchie. La partie RSE de la stratégie globale fait l'objet d'un examen et d'une validation annuelle par le Conseil d'administration. En étroite collaboration avec la direction de la durabilité et soutenue par des spécialistes externes, la Direction d'entreprise élabore et adopte des mesures et objectifs issus de cette stratégie. Les activités et les objectifs de RSE font l'objet de discussions régulières lors des réunions d'entreprise afin de veiller à ce qu'ils soient bien conformes aux exigences élevées d'APG|SGA.

La responsabilité opérationnelle pour la mise en place de la stratégie RSE dans les activités quotidiennes incombe à la direction de la durabilité, qui est une unité rattachée au Chief Financial Officer et à la direction d'entreprise. À titre de fonction transversale, la direction de la durabilité travaille à des projets et thématiques en étroite collaboration avec d'autres unités afin de garantir la meilleure intégration globale possible.

Pour certains membres du personnel, mettre en place des projets de durabilité et atteindre ces objectifs font partie des ambitions annuelles.

## Opportunités et défis pour un développement durable dans le domaine de la publicité extérieure

### Opportunités

- Demande : une sensibilité croissante à la durabilité crée une demande en publicité écologique et en adéquation sociale.
- Innovation technologique : les progrès technologiques permettent le développement de supports et matériaux publicitaires plus durables avec une consommation réduite de ressources et d'énergie.
- Sensibilisation : la publicité extérieure offre une forte pénétration et peut contribuer à sensibiliser à des questions de durabilité.
- Partenariats pour la durabilité : la collaboration avec les villes et les communes peut favoriser des initiatives environnementales et renforcer l'engagement en faveur de la durabilité.

### Défis

- Consommation de matériaux : la fabrication de matériel publicitaire entraîne une consommation en ressources et de la pollution environnementale.
- Consommation en énergie et carburant : les supports publicitaires éclairés et numériques consomment de l'énergie, la gestion des affiches collées est liée aux transports.
- Déchets et élimination : pour l'élimination de matériel et de supports publicitaires, il convient de trouver des options de recyclage et de réutilisation.
- Restrictions publicitaires : les interdictions peuvent entraîner un recul des revenus.

### Adhésions, participations et certificats

APG|SGA ou les entreprises du groupe sont représentées au niveau national et international dans diverses associations ou respectent leurs directives.

| Organisation                        | Abkürzung                         |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| AWS, Publicité extérieure Suisse    | AWS                               |
| CDP                                 |                                   |
| CEO4Climate                         |                                   |
| Agence de l'énergie pour l'économie | AEnEC                             |
| Fair-On-Pay                         |                                   |
| Great Place to Work®                |                                   |
| KS/CS Communication Suisse          | KS/CS                             |
| Commission suisse pour la loyauté   | CSL                               |
| United Nations Global Compact       | Pacte mondial<br>(Global Compact) |

### Concernant l'établissement de rapports

Le rapport de durabilité annuel est rédigé en tenant compte des standards du Global Reporting Initiative et des normes européennes d'information en matière de durabilité et concerne l'année calendaire passée. Sauf mention contraire, les données valent pour tout le groupe APG|SGA, au même titre que les rapports de gestion et financier. Tous deux publient les résultats économiques, tandis que les informations relatives à la gouvernance d'entreprise se trouvent dans la partie dédiée du rapport de gestion. Les informations nouvelles par rapport à l'année précédente sont signalées. Le rapport de durabilité est approuvé par la direction d'entreprise et le Conseil d'administration. Les informations relatives au bilan des gaz à effet de serre proviennent d'un examen externe limité.

## Thèmes pertinents

APG|SGA sélectionne ses thèmes pertinents par le biais d'un processus d'évaluation systématique qui est réalisé chaque année au sein de l'entreprise. Celui-ci suit un principe de double matérialité et tient compte de l'impact externe négatif et positif des activités d'APG|SGA sur les personnes et l'environnement ainsi que des répercussions financières causées par des événements externes.

### Analyse de matérialité

En tant qu'entreprise de publicité extérieure avec une clientèle locale, régionale et internationale ainsi que des chaînes d'approvisionnement globales, les thématiques sous-jacentes sont déterminées sur la base de notre contexte commercial. La charte de l'entreprise et la stratégie RSE servent de bases internes. Les bases externes comprennent les critères GRI et ESRS ainsi que les Objectifs de développement durable (ODD) de l'ONU.

Sous la responsabilité de la direction de la durabilité, la liste de thématique fait l'objet d'une révision annuelle en collaboration avec des entreprises de conseil externes. Elle est complétée par les contributions de toutes les unités de l'entreprise et par des entretiens avec la clientèle, les fournisseurs et d'autres parties prenantes pertinentes telles que les OBNL ou les groupes d'intérêt. Au cours de ce processus, les thématiques essentielles sont cristallisées sur la base de critères tels que la probabilité, l'ampleur, la portée et l'irréversibilité de la matérialité d'impact, ainsi que la probabilité et l'ampleur potentielle de la matérialité financière. Les thématiques ainsi définies sont validées et approuvées par la direction de l'entreprise et le Conseil d'administration afin de s'assurer qu'elles offrent une perspective globale des performances en matière de durabilité d'APG|SGA.

### Thématiques présentant des risques et/ou un impact pertinents selon l'analyse de matérialité



#### People

- Condition d'embauche et de travail
- Égalité des sexes
- Sécurité au travail et santé
- Approvisionnement durable – aspects sociaux
- Contribution sociale de la publicité extérieure



#### Planet

- Climat et énergie
- Économie circulaire – ressources et déchets
- Approvisionnement durable – aspects écologiques



#### Profit

- Résultats économiques
- Prévention de la corruption
- Activités commerciales conformes à la loi



### Implication des parties prenantes

APG|SGA reconnaît la diversité de ses parties prenantes et entretient des relations respectueuses et valorisantes, basées sur la confiance mutuelle. Les relations avec les parties prenantes internes et externes prennent la forme de partenariats à long terme et d'un dialogue continu. APG|SGA s'appuie sur une large palette d'outils de communication pour comprendre et prendre en compte les différents besoins et positions des parties prenantes.

L'entreprise entretient une culture de la communication ouverte et propose à son personnel des moyens de participer et de récolter les feedbacks. En ce qui concerne les partenariats avec les concessionnaires, les fournisseurs et la clientèle, l'objectif est de mettre en place des collaborations à long terme, renforcées par la confiance et des valeurs communes. L'empreinte visuelle de l'espace public rend indispensables des relations transparentes et coopératives avec les autorités, les associations et les OBNL. Aussi, APG|SGA s'engage activement dans les initiatives et les discussions pertinentes. Grâce à cette approche globale, APG|SGA s'assure qu'elle comprend les besoins et les attentes de ses parties prenantes et qu'elle les intègre dans sa stratégie et ses pratiques commerciales afin de promouvoir le succès à long terme et les avantages pour la société. Le tableau ci-dessous présente les principaux espaces d'échange pour le dialogue avec les parties prenantes.

#### Personnel

---

- Dialogue avec le personnel
- Sounding Board
- Intranet
- Roadshows
- Congrès internes

#### Propriétaires fonciers privés et partenaires dans les villes, communes et transports publics

---

- Entretiens avec les partenaires
- Enquêtes auprès des partenaires
- Newsletter
- Site Internet

#### Annonces

---

- Entretiens avec la clientèle
- Enquêtes auprès de la clientèle
- Processus de satisfaction client
- Processus de satisfaction client
- Newsletter
- Site Internet
- Formations

#### Agences de communication et média

---

- Entretiens individuels
- Processus de satisfaction client
- Tables rondes
- Newsletter
- Site Internet
- Formations

#### Fournisseurs

---

- Entretiens réguliers
- Questionnaires aux fournisseurs
- Collaborations stratégiques

#### Autorités

---

- Entretien avec les autorités

#### Associations

---

- Affiliation
- Participation à des congrès
- Exposés

#### Organisations à but non lucratif

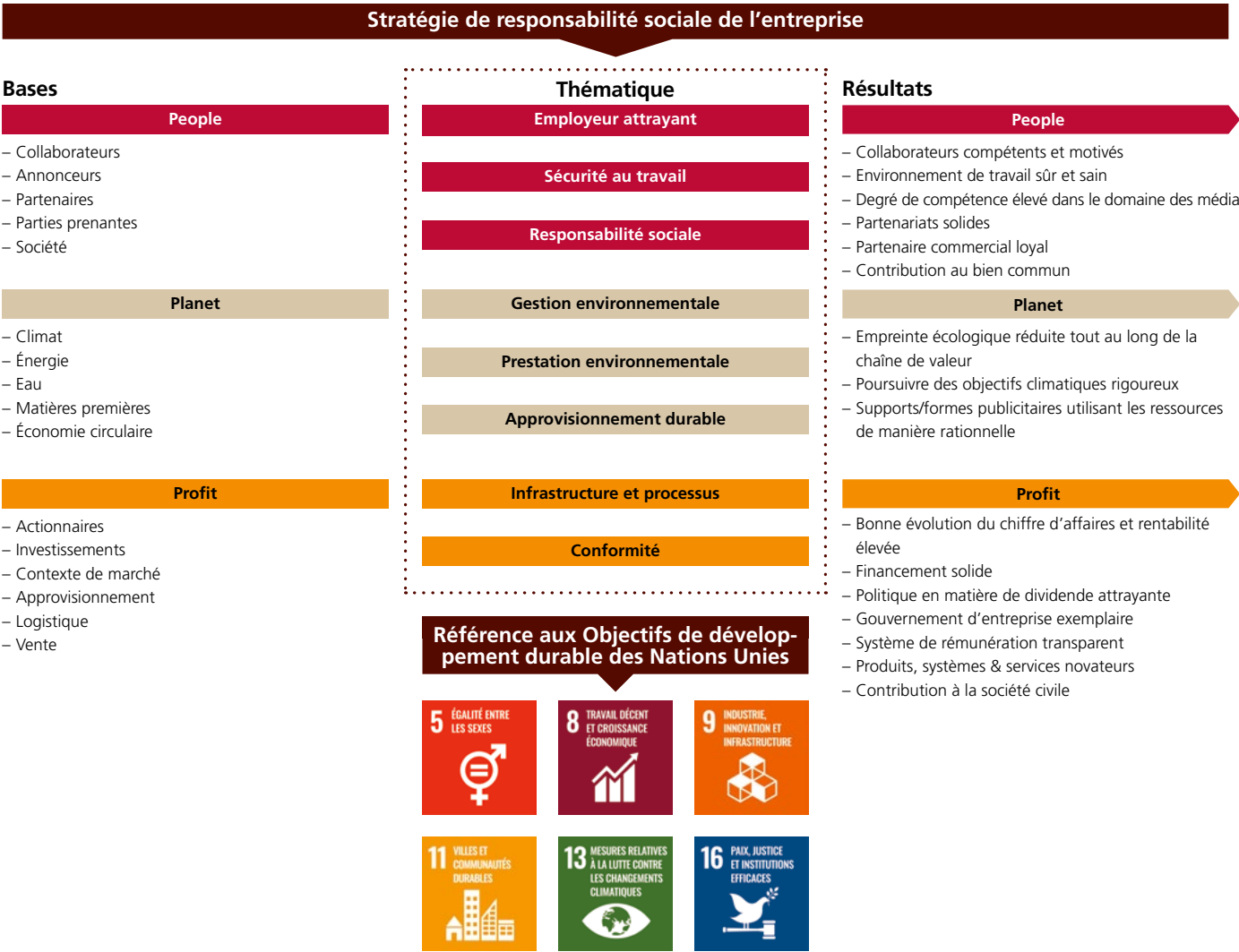
---

- Entretiens individuels

Stratégie de responsabilité sociale de l'entreprise

La responsabilité sociale de l'entreprise, ou la durabilité, est, avec l'enthousiasme, le partenariat, l'esprit d'entreprise, l'intégrité et la transparence, l'une des six valeurs qui figurent dans les principes directeurs d'APG|SGA ancrées dans le travail quotidien.

La stratégie RSE fait partie intégrante de la stratégie de l'entreprise et tient compte de toutes les parties prenantes pertinentes d'APG|SGA, en se concentrant sur les thématiques clés des trois domaines suivants : People, Planet, Profit.



## Objectifs de développement durable

L'Agenda 2030 pour le développement durable des Nations Unies (ONU) comprend 17 objectifs de développement durable (ODD) destinés à apporter aujourd'hui et à l'avenir des améliorations

fondamentales aux conditions de vie de tous les individus et à protéger la planète. APG|SGA y apporte sa contribution et se concentre sur les six objectifs énumérés ci-dessous.



Chez APG|SGA, l'égalité salariale entre les sexes fait l'objet d'un examen indépendant et est authentifiée par la certification « Fair-ON-Pay Advanced ». La diversité au sein des postes de direction ne cessera de gagner en importance dans les années à venir.



Depuis près de 125 ans, APG|SGA génère une valeur ajoutée pour plus de 500 collaborateurs/-rices, ainsi que pour ses partenaires et ses annonceurs/-euses. Pour cela, nous accordons une grande importance à l'égalité salariale entre les sexes et encourageons les formations initiales et continues à titre individuel. Nous veillons au respect des normes sociales et des questions de droit du travail au sein de notre chaîne d'approvisionnement.



Lors de la mise au point et de l'optimisation de produits, et du lancement d'innovations, APG|SGA mise sur des procédés et des technologies efficaces. Les espaces publicitaires apportent une précieuse contribution à la pérennité et au développement du commerce local et des PME.



Par la qualité durable de nos produits et services, nous soutenons les villes et les communes dans la réalisation de leurs objectifs énergétiques. Nous prenons très au sérieux notre engagement en faveur d'une transition énergétique efficace et d'une utilisation parcimonieuse des ressources et améliorons de manière continue notre mobilier publicitaire. Les afficheurs/-euses veillent à entretenir l'environnement du mobilier publicitaire (comme les arrêts de bus, les bancs de quai ou les cabines téléphoniques).



APG|SGA s'engage en faveur de la réduction de la consommation d'énergie et de la baisse des émissions de CO<sub>2</sub>. Nous remplaçons les matières premières fossiles par des équivalents renouvelables partout où cela est judicieux du point de vue technique et écologique. Nous nous imposons des objectifs climatiques à moyen et long terme scientifiquement fondés et alignés sur l'horizon futur de 1.5°C.



Outre le respect de toutes les directives de conformité et anticorruption, APG|SGA apporte une contribution à l'information indépendante et publique de la population.



## Conditions d’embauche et de travail attrayantes

Les collaborateurs/-trices sont à la base du succès de longue date d’APG|SGA, c’est pourquoi elle s’engage pour des emplois pérennes et attrayants dans un environnement de travail ambitieux et encourage son personnel. Les différentes orientations professionnelles – des activités artisanales aux métiers créatifs en passant par la logistique, l’informatique, la vente et l’administration – exigent une réflexion continue sur les besoins de l’entreprise et une création active de valeurs et de lignes directrices communes afin de garantir un environnement de travail fluide et constructif.

### Approche managériale

Les conditions d’embauche et de travail d’APG|SGA reposent sur une base solide de valeurs d’entreprise convaincantes et sur le droit du travail en vigueur. APG|SGA investit systématiquement dans la formation et le développement de son personnel afin de s’assurer qu’il dispose des aptitudes et des compétences nécessaires pour réussir. Ces investissements servent également à garder le personnel dans l’entreprise à long terme en lui offrant la possibilité de se développer et des opportunités de carrière. En outre, APG|SGA propose des conditions de travail attrayantes avec une participation substantielle (primes) au succès de l’entreprise et des avantages accessoires modernes, dans le but d’offrir un environnement de travail sain et intéressant à son personnel. APG|SGA attache une grande importance à l’écoute et la valorisation. Elle offre donc à son personnel des possibilités de s’impliquer activement et de faire connaître ses opinions et ses idées. Une culture du feed-back transparente lui permet d’exprimer des critiques constructives et de proposer des améliorations. Cela favorise non seulement l’engagement et la satisfaction du personnel, mais contribue également au développement et à l’amélioration continus de l’entreprise.

### Personnel d’APG|SGA

À la fin de l’année civile 2023, les effectifs d’APG|SGA étaient les suivants.

#### Nombre de personnes État au 31.12.2023

| Total <sup>1</sup>                                       | Suisse | Serbie |
|----------------------------------------------------------|--------|--------|
| Nombre de collaboratrices et collaborateurs <sup>2</sup> | 442    | 48     |
| Apprentis et stagiaires <sup>3</sup>                     | 8      | 0      |

| Selon caractéristiques                 | Suisse | Serbie |
|----------------------------------------|--------|--------|
| Hommes, en %                           | 72     | 71     |
| Femmes, en %                           | 28     | 29     |
| Postes à temps plein (=100%), en %     | 76     | 100    |
| Postes à temps partiel (< 100%), en %  | 24     | 0      |
| Part des employés à durée indéterminée | 99     | 98     |
| Part des employés à durée déterminée   | 1      | 2      |

<sup>1</sup> Base : équivalent plein temps 100%, pourcentages arrondis,  
<sup>2</sup> Sans apprentis et stagiaires  
<sup>3</sup> Suisse, APG|SGA : commerce 7, logistique 1, informatique 0

## People



Fin 2023, APG|SGA employait huit apprentis/-es et proposait un préapprentissage d'intégration dans le domaine de la logistique. Ce programme du Conseil fédéral vise à préparer les réfugiés et les personnes admises à titre provisoire à un apprentissage professionnel de manière ciblée et axée sur la pratique. Depuis l'été 2021, le programme est également ouvert aux adolescents et jeunes adultes ne relevant pas du domaine de l'asile. L'accent est mis sur les personnes ayant besoin d'une formation et provenant de pays de l'UE/AELE ou d'États tiers.

En plus de son personnel, APG|SGA a généré au cours de l'année civile 2023 un emploi pour 23 personnes, avec un large contrôle sur leur travail, sans que celles-ci soient toutefois salariées du groupe<sup>1</sup>. Parmi elles, 10 personnes ont été engagées par des agences de recrutement et 13 par des prestataires de services. Les activités exercées comprenaient l'affichage de matériel publicitaire, la production de médias, le développement d'applications, des activités administratives ainsi que des prestations dans le domaine de l'analyse, du conseil et de la gestion.

APG|SGA n'est pas soumise à une convention collective de travail.

### Accomplissements et avantages accessoires

La satisfaction de son personnel est une préoccupation majeure d'APG|SGA. En 2023, la Société Générale d'Affichage SA a donc participé pour la première fois à l'enquête standardisée de Great Place to Work®. Grâce à un taux d'approbation général

de 68% et un taux de réponse de 84%, la Société Générale d'Affichage SA a d'emblée obtenu la certification « Great Place to Work ». Les résultats sont nettement supérieurs au benchmark représentatif suisse, mais encore inférieurs à ceux des meilleures organisations du pays employant plus de 250 personnes. Des groupes de travail sont en train d'élaborer des mesures visant à atteindre un taux de satisfaction encore plus élevé parmi le personnel.

Le personnel d'APG|SGA a la possibilité de donner un feedback aussi bien spontanément que par des moyens standardisés. C'est pourquoi les entretiens annuels avec le personnel ont été remplacés par une forme de dialogue plus ouverte, menée de manière collaborative et mettant l'accent sur l'individualité. Les valeurs de l'entreprise y sont également intégrées à titre de thématique centrale. Dans ce contexte, le Sounding Board, composé de divers membres, se réunit quatre fois par an. Au cours de la période sous revue, ce dernier a mis en œuvre divers changements ayant un impact positif sur le personnel. Les règlements relatifs au télétravail et aux horaires ont par exemple été adaptés de sorte à offrir une plus grande flexibilité, et un guide contenant des conseils et informations pour les futures mères a été rédigé.

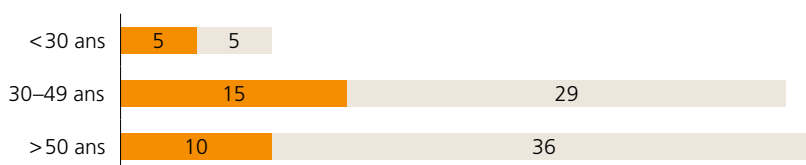
Outre la participation financière aux formations continues, le personnel bénéficie de réductions et autres offres. Ainsi, la plateforme interne proposant des billets pour divers événements est l'un des sites Intranet les plus populaires. En 2023, 31 collaborateurs/-trices ont profité de la possibilité nouvellement introduite d'acheter jusqu'à deux semaines de vacances supplémentaires par an à des conditions avantageuses.

<sup>1</sup> Les intérimaires ou les travailleurs qui ne sont pas des employés

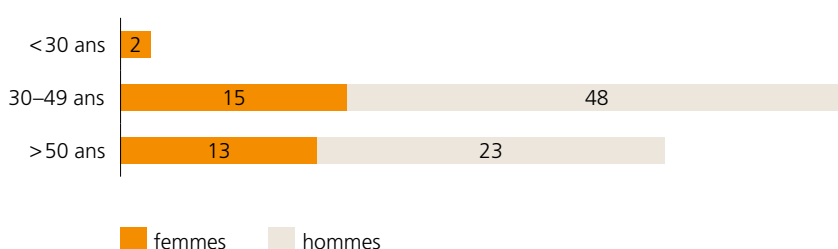
### Structure des âges

Etat au 31.12.2023, en pourcentage, sans apprentis et stagiaires

#### Suisse



#### Serbie







## Égalité des sexes

APG|SGA s'efforce d'offrir des conditions de travail identiques à tout son personnel, indépendamment du sexe, et de parvenir à long terme à une répartition statistiquement plus équilibrée entre les deux, notamment dans les structures de direction. Actuellement, APG|SGA emploie plus d'hommes que de femmes. Cela s'explique par le fait que le métier d'afficheur est, à quelques exceptions près, majoritairement exercé par des hommes et qu'il représente environ un tiers des effectifs.

### Approche managériale

L'objectif d'APG|SGA est d'être attrayante pour tout le personnel, peu importe le sexe, et d'organiser le recrutement externe et interne de manière à ce qu'il n'y ait pas d'obstacles structurels ou d'inégalités pour quiconque. APG|SGA accorde une importance particulière à l'égalité salariale entre les sexes ainsi qu'à des modèles de travail modernes et flexibles qui reflètent au mieux les besoins du personnel. Toutes les formes de discrimination sont interdites et sanctionnées.

### Mise en application

APG|SGA offre une rémunération équitable, conforme au marché et fondée sur la productivité. En 2024, tous les collaborateurs/-trices de la Société Générale d'Affichage SA bénéficieront d'une augmentation générale indexée sur l'économie. L'égalité salariale entre les femmes et les hommes au sein de la Société Générale d'Affichage SA a fait l'objet d'un contrôle externe en 2021 et lui a valu le label Fair-ON-Pay+. Lors de l'analyse de maintien en 2023, la performance a encore pu être améliorée, aussi, la Société Générale d'Affichage SA dispose désormais du label Fair-ON-Pay Advanced. Cela signifie que la différence de salaire entre les sexes se situe en dessous du seuil de tolérance de 2.5%.

Lors de l'enquête de satisfaction, 85% du personnel a indiqué être traité de manière équitable, quel que soit le sexe. Cette valeur élevée est en accord avec les valeurs d'APG|SGA qui promettent équité, respect et égalité des chances.

En 2023, un nouveau guide pour un langage neutre en matière de genre a été introduit. L'utilisation consciente du langage est un critère de qualité chez APG|SGA, c'est pourquoi il est important de tenir compte de la représentation importante de tous les sexes dans le travail quotidien, dans les publications et à l'extérieur. Le guide est également utilisé pour la première fois dans le rapport sur l'exercice 2023.

Avec la fiche informative sur l'interdiction de la discrimination et du harcèlement, un instrument supplémentaire a été créé pour protéger la personnalité et la santé des collaborateurs. Les violations des principes énoncés dans la fiche informative ou des règles en vigueur chez APG|SGA exposent leurs auteurs à des mesures disciplinaires et des sanctions individuelles.

Des progrès ont déjà été réalisés l'année dernière en ce qui concerne la proportion de femmes aux postes de direction, mais des améliorations restent possibles. Aux niveaux hiérarchiques avec responsabilité de direction EF 2 et EF 3, la part des femmes a augmenté de 8% par rapport à l'année précédente (passant de 17% à 23%). Durant la même période, la direction d'entreprise (EF 4) a accueilli une femme et est passée de cinq à sept personnes. Des ajustements ciblés du processus de recrutement interne et externe doivent conduire à une nouvelle augmentation de la part des femmes aux postes de direction.

## People



## Sécurité au travail et santé

Garantir la sécurité au travail et la santé de son personnel est d'une importance capitale pour l'APG|SGA. La collaboration régulière entre les différentes unités de l'entreprise et les prestataires externes permet d'élaborer des directives ainsi que des normes et de mettre en place des mesures appropriées de manière conséquente. Les investissements dans les formations à la sécurité, la promotion de la santé et les mesures infra-structurelles ainsi que la saisie et l'analyse statistiques des maladies et accidents soulignent l'engagement d'APG|SGA pour le bien-être et la sécurité de son personnel.

### Approche managériale

APG|SGA entretient une culture de la sécurité de haut niveau, qui repose sur les piliers suivants : analyse, information/prévention et mise en œuvre. Pour répondre aux exigences d'un environnement de travail sain et sûr, les unités Ressources humaines, Infrastructure, Opérations, Logistics & Operations Services et Responsabilité d'entreprise (RSE) sont représentées dans un comité qui échange régulièrement sur la sécurité au travail et la santé et qui porte la responsabilité de la stratégie et de la mise en œuvre. Ce comité est épaulé par trois prestataires externes pour les audits de sécurité, le conseil ainsi que les services de prévention et d'intervention.

Le comité est responsable de la mise en œuvre des directives de la Commission fédérale de coordination pour la sécurité au travail (CFST), de la sécurité des bâtiments, de l'ergonomie sur le lieu de travail, des formations et des exercices en matière de sécurité, de l'organisation d'ateliers sur la santé physique et psychique ainsi que de la collecte de statistiques sur les maladies et accidents.

### Identification des dangers

L'identification des dangers est un processus continu qui est réalisé en collaboration avec les prestataires externes. Celle-ci repose sur l'analyse des processus de travail, les audits de sécurité des bâtiments, les évaluations des signalements de pannes, le rapport annuel sur la sécurité ainsi que les réactions du personnel dans tous les canaux à leur disposition. Des analyses ou des enquêtes spécifiques sont également menées ponctuellement, par exemple sur le thème de l'ergonomie en 2015 ou de la gestion de la santé en entreprise en 2021, ou encore une analyse de la charge physique des afficheurs début 2024. APG|SGA ne travaille pas avec des substances dangereuses et n'utilise pas de méthodes ou de processus particulièrement risqués, soumis à des obligations spéciales.

Des dangers et des risques différents ont été identifiés selon les activités ou les catégories de fonctions. Une classification comme danger ou risque ne signifie pas nécessairement qu'il existe une incidence élevée, mais avant tout que des mesures appropriées doivent être prises à des fins de prévention.

## People

**Activité professionnelle / catégorie de fonctions, dangers et risques**

## Affichage, construction et maintenance

- Trébuchement, glissades, chutes
- Symptômes des troubles musculosquelettiques et douleurs
- Coups de soleil et risques secondaires

## Logistique

- Trébuchement, glissades, chutes
- Symptômes des troubles musculosquelettiques et douleurs
- Dangers et risques spécifiques aux machines et appareils

## Trajets professionnels

- Risque de blessures en cas d'accidents de la route

## Activités de bureau

- Symptômes des troubles musculosquelettiques et douleurs des suites de mauvaises positions ou d'un manque de mouvement

## Général

- Stress psychique
- Dangers et risques dans le domaine de la sécurité des bâtiments

**Mesures et prestations pour la sécurité au travail et la gestion de la santé professionnelle**

Tout le personnel d'APG|SGA est intégré dans le système de santé et de sécurité au travail et bénéficie d'offres, de prestations et d'une couverture d'assurance communes. Les exigences et l'ampleur des règles de sécurité varient selon la fonction. Alors que les employés de bureau et les commerciaux sont formés ponctuellement à des thématiques telles que l'ergonomie, la santé psychique, la prévention des incendies, les premiers secours ou la sécurité au volant, les afficheurs/-euses et les personnes chargées de la construction et de l'entretien des surfaces publicitaires travaillent selon les règles de sécurité figurant dans le manuel du personnel. À leur arrivée chez APG|SGA, puis à intervalles réguliers, ils suivent des formations sur les exigences et les éventuelles nouveautés. Ils reçoivent en outre des tenues de travail et des équipements de protection conformes aux normes de sécurité en vigueur qui leur permettent d'effectuer leur travail physique en extérieur par tous les temps. Les intérimaires ou le personnel non employé reçoivent, si nécessaire, les formations de sécurité, les tenues de travail ou les équipements de protection, mais sont aussi rattachés à la gestion de la santé, y compris l'assurance, de leur employeur.

En 2023, des séminaires facultatifs sur le dépistage et la gestion du stress ainsi que sur la résilience ont été organisés pour le personnel de la Société Générale d'Affichage SA. En outre, des ateliers obligatoires pour les personnes occupant une fonction de gestion du personnel ont permis d'enseigner les principes d'une (auto-)gestion saine.

Le personnel d'APG|SGA peut se faire vacciner chaque année contre la grippe pendant les heures de travail, aux frais de l'entreprise.

Concernant l'ergonomie et la sécurité des bâtiments, l'entreprise a investi dans des mesures antibruit dans les bureaux paysagers et a équipé d'autres postes de travail de bureaux réglables en hauteur et de chaises de qualité. Ceci a été mis en œuvre à plus de 80% en Suisse.

Des audits de sécurité des bâtiments, de la sécurité au travail et de la protection contre les incendies sont réalisés à intervalles réguliers à l'aide des fiches de contrôle MSST<sup>1</sup>. En 2023, les sites

<sup>1</sup> MSST est l'abréviation d'« Appel à des médecins et autres spécialistes de la sécurité au travail »

People



de Berne, Saint-Gall et Zurich ont été contrôlés et en 2024, ceux de Grand-Saconnex, Lausanne et Sion feront l’objet d’un audit.

Dans le cadre d’une gestion globale de la santé en entreprise, une offre de conseil externe, indépendante et confidentielle couvrant un large éventail de thématiques sera introduite en 2024 et gratuitement mise à la disposition du personnel de la Société Générale d’Affichage SA. Pour toutes les demandes, un conseil individuel avec d’éventuelles offres de suivi sera proposé.

Accidents de travail

Selon les statistiques SECO/SUVA, les journées d’absence générales des sociétés suisses de l’entreprise sont comparables à ceux d’autres entreprises en Suisse et les journées d’absence pour cause d’accident professionnel sont inférieures à la moyenne nationale. Étant donné qu’il est bien formé, dispose d’une grande

expérience et respecte les mesures de sécurité nécessaires, 99% du personnel n’a pas eu d’accident professionnel au cours de l’année civile 2023. Le faible nombre d’accidents ne permet pas de tirer des conclusions spécifiques sur les améliorations potentielles en matière de prévention des accidents.

Puisqu’il n’existe aucune obligation de communiquer à l’employeur des détails concernant les absences pour cause de maladie, aucune information spécifique n’est disponible sur leur nature. 54% des collaborateurs en Suisse et 65% des collaborateurs en Serbie n’ont pas été absents pour cause de maladie. Après des arrêts de travail de longue durée notamment, APG|SGA cherche des solutions individuelles afin que la réintégration des personnes concernées soit la plus adaptée, douce et durable possible.

Accidents et journées d’absence

|                                                           | général <sup>1</sup> | femmes | hommes |
|-----------------------------------------------------------|----------------------|--------|--------|
| Nombre d’accidents de travail                             | 4                    |        |        |
| Journées d’absence dues à des accidents de travail        | 9                    |        |        |
| Journées d’absence non dues à des accidents de travail    |                      | 47     | 530    |
| Nombre de jours de maladie <sup>2</sup>                   |                      | 1 006  | 2 536  |
| Nombre d’heures travaillées <sup>3</sup>                  | 928 328              |        |        |
| Taux d’accidents de travail pour 1 000 000 h <sup>4</sup> | 4.3                  |        |        |
| Nombre d’accidents de travail avec séquelles graves       | 0                    |        |        |
| Nombre de décès suite à un accident de travail            | 0                    |        |        |

<sup>1</sup> En raison du faible nombre d’accidents de travail et à des fins de confidentialité, nous avons renoncé à la répartition entre hommes et femmes.

<sup>2</sup> Les journées correspondent à des journées à temps plein, c’est-à-dire que deux demi-journées d’absence valent comme une journée complète.

<sup>3</sup> Calcul : pour un emploi à temps plein, 2 210 heures de travail par an auxquelles on ôte 7 semaines pour vacances et autres absences donnent un soldede 1 912.5 heures par équivalent temps plein

<sup>4</sup> Le taux basé sur 1 000 000 d’heures travaillées correspond au nombre de blessures professionnelles pour 500 personnes à temps plein sur une période d’un an.



## Approvisionnement durable – aspects sociaux

Les aspects sociaux et les performances environnementales revêtent une importance croissante dans la conception des chaînes logistiques. En tant qu'entreprise durable, APG|SGA souhaite réduire au minimum les éventuelles répercussions négatives de ses activités d'achat. Aussi, l'analyse des chaînes logistiques a été renforcée au cours des derniers mois et l'influence directe sur les fournisseurs sera accrue à l'avenir.

### Approche managériale

L'unité Achats a pour charge de définir des exigences et des critères de performance pour les produits et services acquis par APG|SGA. En collaboration avec l'unité Responsabilité d'entreprise (RSE), les aspects sociaux devant être pris en compte dans la chaîne logistique sont définis périodiquement ou au besoin de manière ad hoc pour les principales catégories de produits. La mission d'entreprise, le code de conduite ainsi que les directives spécifiques des organisations auxquelles APG|SGA est affiliée (p. ex. UN Global Compact) en sont les bases. Dans la mesure du possible, APG|SGA s'appuie sur des certificats et labels de qualité existants et reconnus.

### Évaluation des fournisseurs

Depuis 2023, les principaux fournisseurs d'APG|SGA doivent remplir un questionnaire d'auto-évaluation couvrant différents aspects de la durabilité. Celui-ci comprend le respect des aspects sociaux, des mesures de protection du climat et de l'environnement, des informations précises sur l'origine des produits ainsi que des informations sur les certificats et les labels. Les résultats de cette évaluation servent de base à l'évaluation des relations avec les fournisseurs et contribuent à orienter la collaboration vers une chaîne logistique plus durable. En outre, ils jouent un rôle important dans le respect du devoir de diligence en matière de travail infantile. Jusqu'à présent, les fournisseurs et entreprises de services évalués couvrent environ 75% du volume d'achat annuel moyen.

Sur cette base, des entretiens individuels avec les fournisseurs permettent de déterminer les améliorations potentielles en matière d'environnement et de questions sociales et, le cas échéant, de définir des mesures. Le code de conduite destiné aux fournisseurs permet de définir et d'imposer plus précisément les exigences d'APG|SGA en matière de protection de la santé, de droits des travailleurs, de protection de l'environnement et du climat ou de conformité.

### Devoir de diligence en matière de travail infantile

APG|SGA a vocation à travailler avec des fournisseurs qui s'engagent à ne pas recourir au travail infantile ou à ne pas le tolérer dans leur chaîne logistique. En participant au Pacte mondial de l'ONU et dans son propre code de conduite, APG|SGA s'engage à respecter les droits humains, à défendre l'abolition du travail infantile et à agir conformément à la loi.

Suite à l'entrée en vigueur des dispositions légales relatives aux obligations de diligence et de déclaration concernant les minéraux de conflit et le travail des enfants (art. 964j CO) et de l'ordonnance correspondante (ODiTr), APG|SGA est tenue, à partir de l'exercice sous revue, d'assumer son devoir de diligence en matière de travail infantile.

L'analyse des risques dans le domaine du travail des enfants a montré dans une première étape qu'APG|SGA dépassait les seuils prescrits par la loi en ce qui concerne le total du bilan, le chiffre d'affaires et les emplois à plein temps. Dans une deuxième étape, afin de déterminer les pays d'origine, le groupe a recouru au questionnaire standardisé adressé aux fournisseurs,

## People



aux données relatives aux produits, aux enquêtes auprès des sous-traitants et des responsables internes des achats ainsi qu'à des recherches sur Internet. Selon l'indice de l'UNICEF, huit pays d'où proviennent des produits achetés présentent un risque moyen (accru) de travail infantile.

Dans une troisième étape, APG|SGA a examiné s'il existait un soupçon fondé de travail des enfants pour un produit ou un service concret acheté auprès de ces huit pays. À des fins de contrôle, le groupe a réalisé des recherches dans les médias et sur Internet et a consulté des rapports d'ONG, des rapports de durabilité établis par les fournisseurs et d'éventuelles communications au service de conformité d'APG|SGA. Pour l'année civile 2023, l'examen des fabricants et produits provenant de ces huit pays n'a pas révélé de soupçons fondés.

Par conséquent, APG|SGA est exemptée d'autres obligations de diligence et de rapport dans le domaine du travail des enfants conformément à l'art. 964<sup>sexies</sup> f. CO.

APG|SGA n'importe ni ne traite de minéraux de conflit en Suisse. Elle n'est donc pas soumise à l'obligation de rapport relative au devoir de diligence concernant ces minéraux.





## Aspects sociétaux de la publicité extérieure d'APG|SGA

Par définition, la publicité extérieure se trouve en public, a pour but d'informer les individus et d'influencer leurs décisions. Dans le cadre de l'économie sociale de marché, APG|SGA accomplit cette mission de manière responsable et veille à ce que les lois et les aspects éthiques soient respectés dans la publicité. En outre, elle utilise ses plateformes pour apporter des contributions positives à la société.

### Vérifications juridiques et éthiques

APG|SGA soutient et respecte le droit subjectif à la liberté d'opinion et de publicité et n'agit pas comme un organe de censure. Néanmoins, à la réception de la maquette ou à la livraison finale, tous les supports publicitaires sont soumis à un contrôle juridique et éthique dont l'objectif est de supprimer les éléments abusifs ou interdits, tout en rendant possible la commande réservée par les annonceurs.

L'examen juridique comprend des aspects tels que la protection des mineurs, la sécurité routière, les droits d'auteur, la protection des données, la loyauté, la publicité sauvage ou les règles en matière de publicité politique. Les aspects éthiques sont variés et comprennent par exemple le racisme, le sexisme, le sexe ou la violence. Dès qu'un sujet est jugé critique, il ne peut être affiché ou diffusé tant que le processus de clarification n'est pas achevé. Celui-ci débouche soit sur un blocage complet ou partiel de la publicité, soit sur une autorisation. Dans la mesure du possible, la vérification juridique et éthique est effectuée avant la production physique du support publicitaire afin d'éviter les coûts supplémentaires qu'une éventuelle nouvelle production pourrait engendrer.

### Commission suisse pour la loyauté

Outre le contrôle juridique et éthique interne, il existe une autre instance de contrôle externe : la Commission suisse pour la loyauté (CSL). Il s'agit d'une institution neutre et indépendante ayant pour but l'autocontrôle en matière de publicité. Elle fait partie de la Fondation pour la loyauté dans la communication

commerciale, dont font partie toutes les organisations importantes du secteur suisse de la communication.

Toute personne a la possibilité de s'adresser à la CSL pour dénoncer une publicité qu'elle juge non correcte ou déloyale. La CSL ne prononce certes pas de jugements étatiquelement exécutoires, mais elle émet des recommandations dont les annonceurs tiennent compte et qu'ils appliquent. L'évaluation neutre de la CSL et l'autorégulation qui en découle sont parfaitement établies et sont acceptées tant par la clientèle que par les partenaires contractuels.

Deux collaborateurs de la Société Générale d'Affichage SA travaillent pour la CSL en tant que membres du conseil de fondation et experts en publicité extérieure.

### Contribution à l'information politique et démocratique

L'actualité mondiale montre une fois de plus l'importance de la liberté d'expression, de l'État de droit et des processus démocratiques. APG|SGA est politiquement neutre et offre à tous les partis et individus la possibilité de faire de la publicité politique ou électorale, dans la mesure où les conditions d'affichage politique sont respectées. APG|SGA apporte ainsi une contribution importante à la libre formation de l'opinion et au bon fonctionnement de la démocratie.

## People



### Sponsoring d'affichage et dons

Des rabais généreux et le sponsoring d'affiches, qui prend la forme d'affichage ou de diffusion supplémentaires en complément des campagnes réservées, permettent de soutenir les OBNL ainsi que les manifestations culturelles et sportives. En 2023, cela a permis de fournir des prestations en nature à hauteur de plusieurs dizaines de millions de francs. APG|SGA soutient chaque année une organisation d'utilité publique par le biais d'un don. En 2023, c'est la Fédération suisse des aveugles et malvoyants (FSA) qui en a bénéficié.

### Collaboration avec les institutions sociales

APG|SGA collabore régulièrement avec des institutions sociales. Les articles ménagers sont achetés auprès de l'Atelier suisse pour aveugles et malvoyants. Les appareils informatiques hors d'usage sont soit retraités en vue d'être réutilisés, soit remis avec d'autres déchets électroniques aux services sociaux du district d'Uster (sdbu), où ils sont recyclés de manière appropriée. Pour ce travail, les sdbu font appel à des chômeurs de longue durée afin de favoriser leur réinsertion professionnelle. L'association Drahtzug offre aux personnes souffrant d'un handicap psychique une structure de soutien au quotidien ainsi que des emplois. Drahtzug coud des produits utiles au quotidien à partir de bannières publicitaires abandonnées et leur donne ainsi une seconde vie pour APG|SGA et sa clientèle.

## Jalons pour la mise en œuvre des principes directeurs environnementaux

1999

Introduction de la comptabilité énergétique, acquisition des premiers véhicules à gaz, premiers cours Eco-Drive

2000

Adoption de la Charte environnementale intégrant une dimension majeure : « Nous réduisons les nuisances environnementales au-delà des prescriptions légales sur l'ensemble de la chaîne de création de valeur, dans le respect des principes fondamentaux : éviter, diminuer, revaloriser. »

2001

Premier rapport intermédiaire, instauration du recyclage systématique des déchets d'affiches

2002

Acquisition des premiers véhicules hybrides. Début des transformations sur d'anciens caissons lumineux pour accroître l'efficacité énergétique

2003

Premier rapport environnemental

2004

Lancement des opérations d'assainissement thermique des bâtiments

2005

Première édition du dossier annuel « Faits et chiffres »

2008

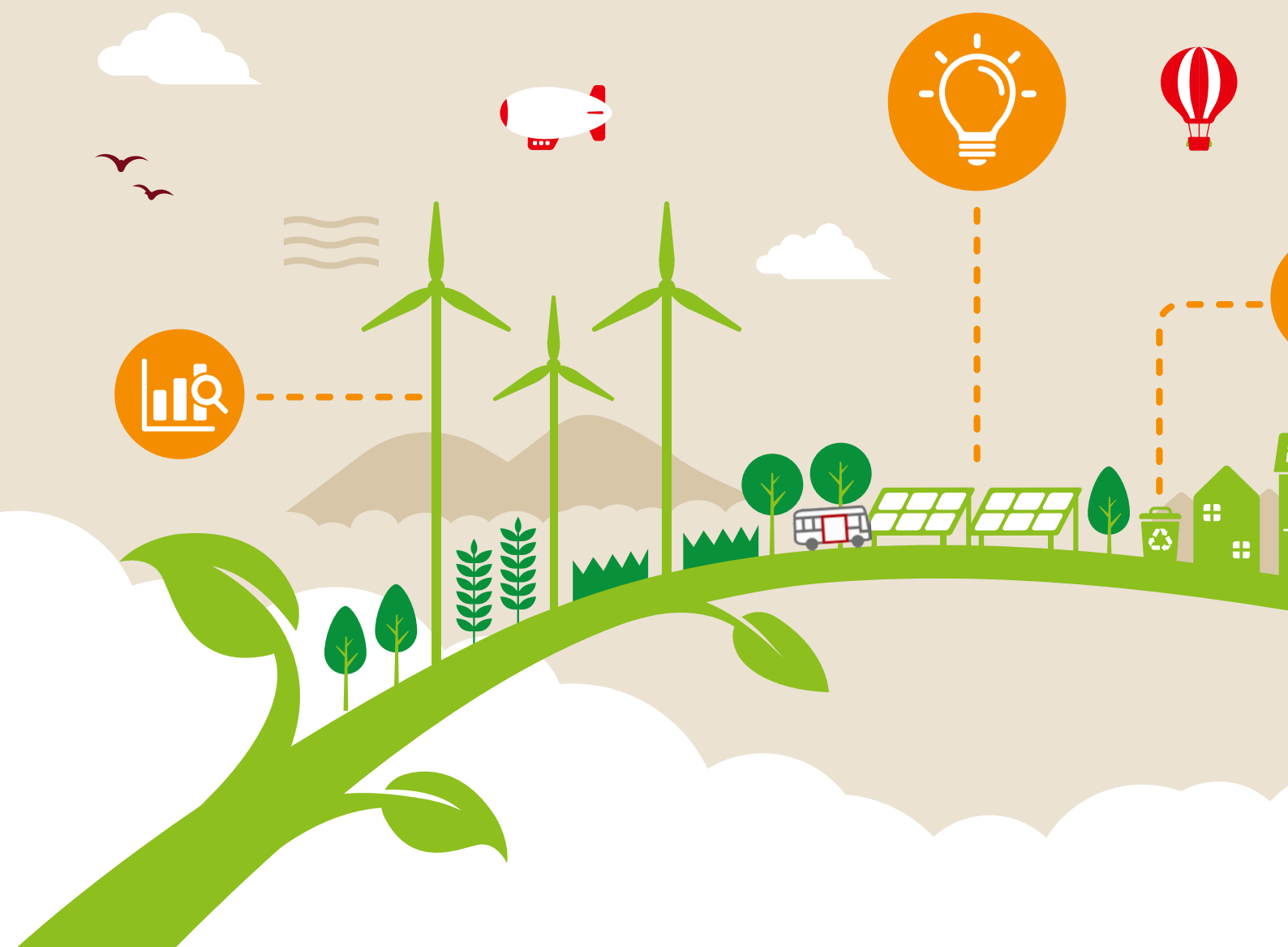
100% d'éco-courant pour les supports publicitaires lumineux ; l'environnement fait la une du rapport de gestion

2012

Le courant des bâtiments provient à 100% d'énergies renouvelables : celles-ci couvrent désormais la consommation totale d'électricité d'APG|SGA

2013

Optimisation des concepts d'éclairage actuellement en place dans les supports publicitaires



## 2014

100% d'éco-courant « naturemade star » pour les bâtiments : la consommation totale d'électricité d'APG|SGA est couverte à 100% par de l'éco-courant

## 2016

Stratégie d'acquisition interne pour les supports publicitaires numériques (efficacité énergétique). Mise à niveau avec les « ePanels » de dernière génération induisant une économie de 80%

## 2017

Transformation de la mesure de la performance environnementale en mesure de la durabilité par l'ajout d'indicateurs sociaux et sociétaux

## 2019

Premiers raccordements au réseau de chauffage urbain et introduction d'objectifs climatiques fondés scientifiquement et conformes à l'horizon futur de 1.5°C

## 2022

Création du poste de chef de la durabilité

## 2023

Mise en place de la première installation photovoltaïque, extension du bilan des émissions de gaz à effet de serre à l'ensemble du groupe





## Gestion environnementale

APG|SGA conçoit sa gestion environnementale globale comme un processus cyclique composé des parties suivantes : identification des aspects environnementaux importants, détermination d'objectifs, planification de mesures, gestion/surveillance de la mise en œuvre et, si nécessaire, ajustements. L'objectif est d'améliorer la performance environnementale de manière continue.

### Aspects environnementaux importants

La mesure annuelle des performances environnementales (impact environnemental et émissions de gaz à effet de serre) permet d'identifier et de vérifier les aspects environnementaux importants. Ils coïncident avec les thématiques environnementales de l'analyse de matérialité (climat et énergie, économie circulaire – ressources et déchets, approvisionnement durable – aspects écologiques).

### Implication des organes de direction

La direction de l'entreprise et le Conseil d'administration inscrivent régulièrement des thématiques environnementales à l'ordre du jour. Ce faisant, ces organes adoptent des objectifs et discutent en détail de la mise en œuvre d'éventuelles mesures. Les objectifs concrets de réduction des émissions de gaz à effet de serre et les réductions visées influencent la prise de décision dans les activités opérationnelles.

Sur la base de scénarios climatiques scientifiquement fondés, une équipe interdisciplinaire a analysé en 2023 les risques et opportunités liés au changement climatique. Les résultats obtenus servent à optimiser la stratégie climatique et les processus commerciaux.

### Calcul de la pollution environnementale et des émissions de gaz à effet de serre

La méthode de calcul de l'impact environnemental est celle de la saturation écologique (Impact environnemental : Écofacteurs suisses 2021 selon la méthode de la saturation écologique. Bases méthodologiques et application à la Suisse, Office fédéral de l'environnement (OFEV), Connaissance de l'environnement no 2121, Berne, 2021).

Les émissions de gaz à effet de serre ont été calculées conformément au World Resources Institute (WRI)/World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) Greenhouse Gas Protocol : A Corporate Accounting and Reporting Standard (édition révisée). Comme recommandé par le Greenhouse Gas (GHG) Protocol et le CDP, on a utilisé des facteurs potentiels de réchauffement global conformes au sixième rapport d'évaluation du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat des Nations Unies ; les gaz à effet de serre pris en compte sont le dioxyde de carbone (CO<sub>2</sub>), le méthane (CH<sub>4</sub>), l'oxyde nitreux (N<sub>2</sub>O), les hydrofluorocarbones (HFC), les hydrocarbures perfluorés (PFC), l'hexafluorure de soufre (SF<sub>6</sub>) et le trifluorure d'azote (NF<sub>3</sub>), tel qu'ils figurent dans l'annexe A révisée du protocole de Kyoto. L'impact environnemental et les émissions de gaz à effet de serre ont été calculés à l'aide du système expert REGIS. Depuis 2016, les processus de fond sont basés sur ecoinvent version 3 (dernière version v3.10).

## Planet



## Prestation environnementale

Depuis 2001 déjà, APG|SGA mesure et surveille sa performance environnementale en calculant chaque année aussi bien l'impact environnemental que les émissions de gaz à effet de serre. Les résultats servent à formuler des objectifs environnementaux et à définir des mesures pour les atteindre.

### Changement climatique – Une étape importante a été franchie et des changements significatifs ont été initiés

En 2018, APG|SGA SA<sup>1</sup> et la Société Générale d’Affichage SA s’étaient fixé un objectif de réduction des émissions de gaz à effet de serre à court terme et basé sur la science, qui était de nature à soutenir la limitation du réchauffement climatique à 1.5°C. En 2023, les émissions des scopes 1+2 devaient être inférieures de 30% (987 t eqCO<sub>2</sub>) à celles de l’année de référence 2017 (1410 t eqCO<sub>2</sub>). L’entreprise a même dépassé cet objectif avec des émissions de gaz à effet de serre relevant des scopes 1+2 de 976 t eqCO<sub>2</sub>.

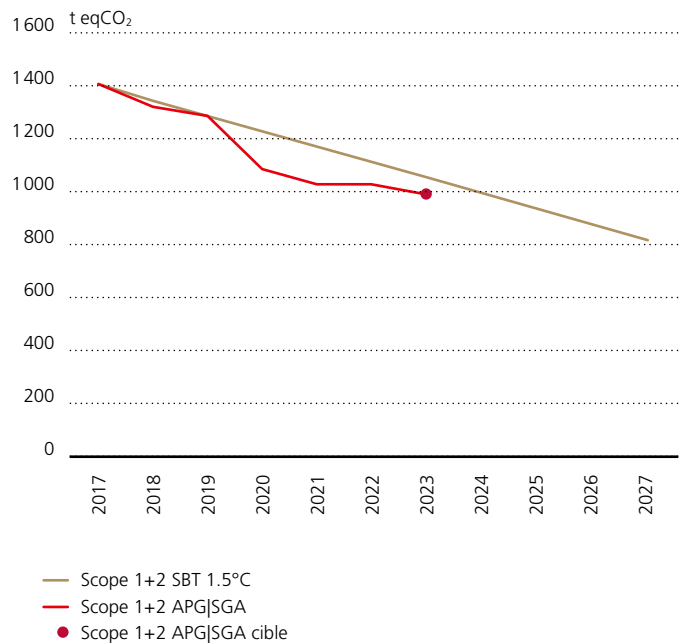
Dès le deuxième semestre 2022, APG|SGA s’est engagée vis-à-vis de la SBTi à fixer des objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre basés sur la science pour les scopes 1, 2 et 3, avec 2023 comme année de référence. L’entreprise soumettra ces nouveaux objectifs – dont un objectif zéro net – à la SBTi pour validation. Ils viseront également à limiter le réchauffement climatique à 1.5°C conformément à l’Accord de Paris sur le climat.

APG|SGA a posé des jalons importants pour cette étape et a élargi les limites du système d’analyse spécifique au bilan écologique. D’une part, l’ensemble du groupe APG|SGA est couvert depuis 2023. D’autre part, la collecte de données pour les processus en amont a été complétée. Désormais, tous les matériaux publicitaires (et pas uniquement les affiches papier) ainsi que les biens d’investissement sont pris en compte.

Pour le calcul de l’intensité, le produit publicitaire sert désormais de valeur de référence au lieu du nombre d’affiches. Ce changement était nécessaire étant donné que les sociétés du groupe ont des parts différentes de publicités analogiques et numériques ainsi que d’affiches papier classiques et que les revenus publicitaires offrent une meilleure comparabilité.

### Evolution des objectifs de réduction scientifiquement fondés à court terme

(APG|SGA<sup>1</sup>, Société Générale d’Affichage SA)



<sup>1</sup> Comprend tout le personnel direct de la holding et ses activités opérationnelles quotidiennes.

Planet

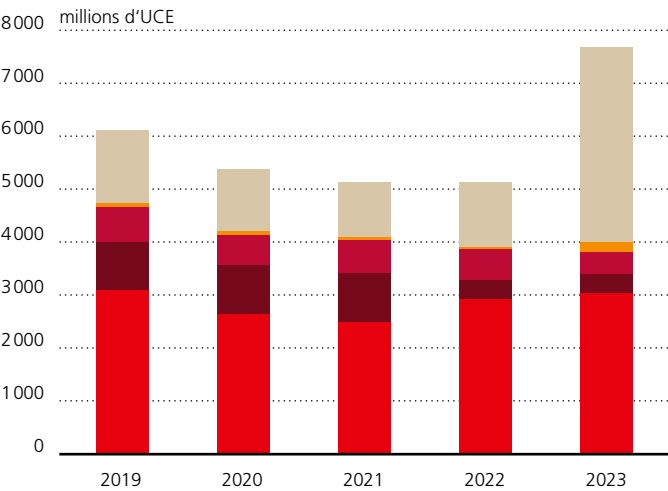


Bilan écologique et émissions de gaz à effet de serre

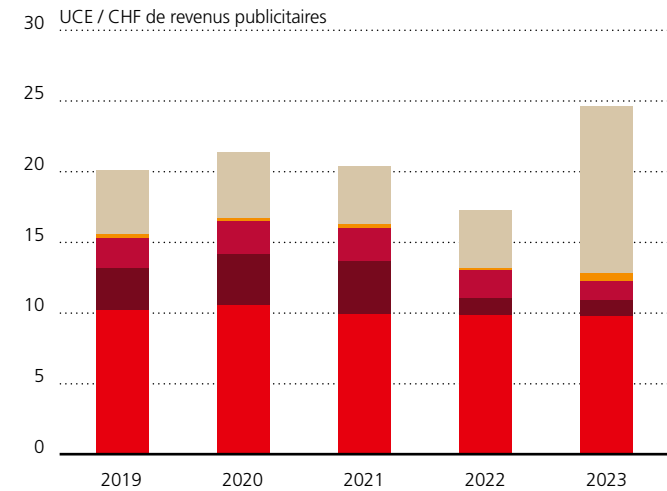
La comparaison de l’impact environnemental sur cinq ans révèle une nette augmentation des matériaux. Celle-ci est due à l’élargissement des limites du système à l’ensemble des matériaux, à la production de déchets associée, aux biens d’investissement et

à la consommation d’énergie pour le chauffage des surfaces louées. La tendance positive vers une réduction continue s’est en principe poursuivie, notamment en ce qui concerne l’intensité. Le bilan est le même pour les émissions de gaz à effet de serre.

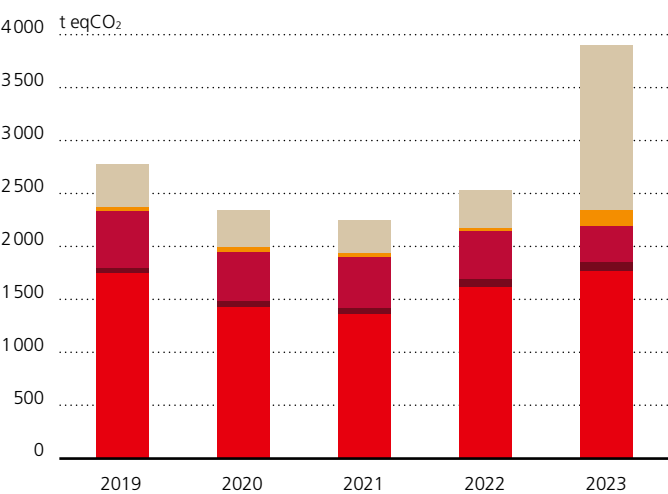
Pollution environnementale 2019–2023  
(APG|SGA<sup>1</sup>, Société Générale d’Affichage SA)



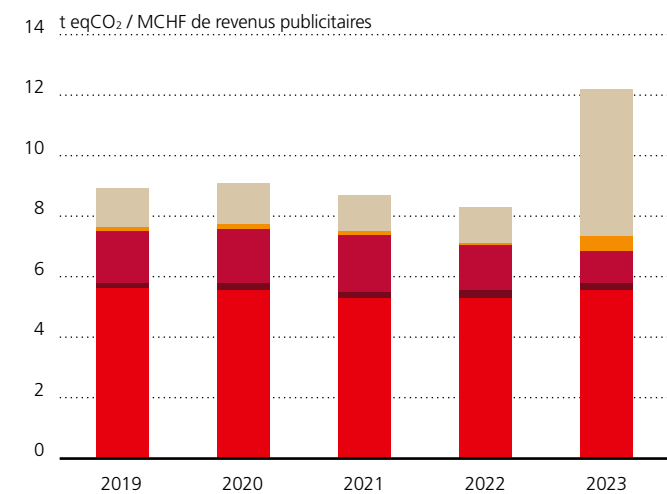
Intensité de la pollution environnementale 2019–2023  
(APG|SGA<sup>1</sup>, Société Générale d’Affichage SA)



Émissions de gaz à effet de serre 2019–2023  
(APG|SGA<sup>1</sup>, Société Générale d’Affichage SA)



Intensité des émissions de gaz à effet de serre 2019–2023  
(APG|SGA<sup>1</sup>, Société Générale d’Affichage SA)



■ Matières<sup>2</sup> ■ Élimination des déchets ■ Chauffage ■ Électricité ■ Trafic

<sup>1</sup> Comprend tout le personnel direct de la holding et leurs activités opérationnelles quotidiennes

<sup>2</sup> Y compris les biens d’équipement et la consommation d’énergie pour le chauffage des surfaces louées



## Planet



### Extension géographique des limites du système

Dans le cadre de l'extension des limites du système spécifique à l'analyse du bilan écologique, qui est conforme aux exigences de la SBTi, toutes les entreprises du groupe sous le contrôle opérationnel complet d'APG|SGA et les processus en amont sont désormais entièrement pris en compte. Alors que la société du groupe active en Serbie, Alma Quattro, assure un peu plus de 4% des recettes publicitaires, elle est responsable de plus de 50% de l'impact environnemental et des émissions de gaz à effet de serre. Cela s'explique d'une part par le fait que, contrairement à la société suisse, elle ne pratique pas de gestion environnementale systématique, mais se contente de respecter les prescriptions légales. D'autre part, en examinant de plus près le bilan écologique établi pour la première fois, on remarque deux vecteurs : l'électricité et l'élimination des déchets.

La société serbe du groupe a une consommation d'électricité disproportionnée, car les supports publicitaires numériques et rétroéclairés sont généralement de plus grand format qu'en Suisse. On sait que 40% de l'électricité achetée provient de l'énergie hydraulique. Pour les 60% restants, il n'existe pas de données fiables. Aussi, le bilan écologique a été établi sur la base de la composition du courant résiduel en Serbie, dominé par la production d'électricité à partir de charbon (en 2022 : 72.8% d'électricité produite par des centrales au lignite et au charbon).<sup>1</sup>

<sup>1</sup> <https://www.aib-net.org/facts/European-residual-mix/2022>, consulté pour la dernière fois le 05.04.2024

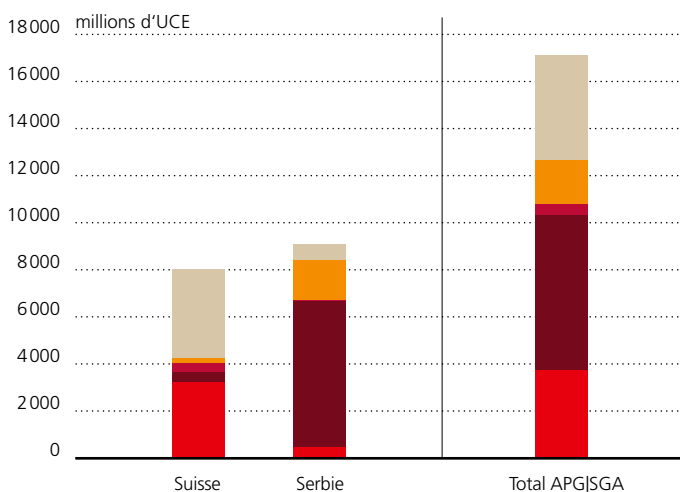
En ce qui concerne l'élimination, seules les quantités de déchets produites étaient connues en Serbie. Aucune information n'était disponible sur les modes d'élimination. Pour cette raison, l'analyse du bilan écologique se base sur les scénarios les plus défavorables, à savoir l'élimination du papier d'affiche et des bâches publicitaires contenant du PVC dans des décharges et/ou par incinération incontrôlée. Dès lors que les modes d'élimination seront connus ou que ceux qui sont très polluants seront supprimés, il est possible que l'impact environnemental diminue considérablement.

Les circonstances mentionnées se reflètent aussi dans les émissions de gaz à effet de serre, bien que l'élimination soit beaucoup moins importante.

Outre les mesures déjà prises pour réduire les émissions de gaz à effet de serre, le bilan écologique fait ressortir deux domaines d'action dans le secteur de la protection de l'environnement au sein de la société serbe du groupe :

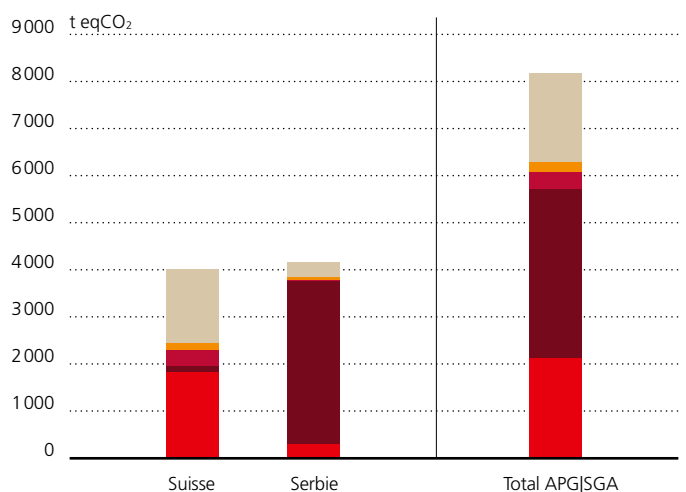
- l'approvisionnement ciblé en électricité provenant de sources renouvelables (énergie hydraulique et éolienne)
- l'instauration de la transparence quant aux modes d'élimination des déchets en étroite coopération avec l'entreprise mandatée et la suppression des modes d'élimination très polluants.

### Impact environnemental 2023 des activités suisses et internationales ainsi que du groupe APG|SGA



■ Matières<sup>1</sup> ■ Élimination des déchets ■ Chauffage ■ Électricité ■ Trafic

### Émissions de gaz à effet de serre en 2023 des activités suisses et internationales ainsi que du groupe APG|SGA



<sup>1</sup> Y compris les biens d'équipement et la consommation d'énergie pour le chauffage des surfaces louées

Planet



Les détails suivants sur la performance environnementale se rapportent exclusivement à APG|SGA SA<sup>1</sup> et à la Société Générale d’Affichage SA.

Énergie

La consommation totale d’énergie en kWh a diminué de 2% par rapport à 2022. Compte tenu de l’augmentation des recettes publicitaires et de la légère hausse de la consommation de carburant et d’électricité, il s’agit d’une évolution très positive, permise par une réduction significative de la consommation d’énergie de chauffage.

Électricité

La consommation d’électricité a diminué de 3% par rapport à 2022. L’électricité achetée était à 100% de l’éco-courant portant le label « naturemade star ». Alors que diverses mesures d’efficacité, telles que la conversion des supports publicitaires électriques, ont entraîné des réductions dans certains domaines, l’offre élargie de supports publicitaires numériques a nécessité davantage d’électricité (7% de spots en plus par rapport à 2022, sans les « Elevator ePanels »). Ces supports publicitaires numériques sont responsables de près de 50% de la consommation d’électricité..

Une installation photovoltaïque a été mise en service sur le site de Zurich, tandis que d’autres sont en construction sur les sites de Lausanne et de Wallisellen et seront achevées en 2024. Des analyses de faisabilité sont en cours pour les sites de Lugano et de Sion.

Énergie de chauffage

Grâce à des mesures d’économie ciblées, à l’optimisation des systèmes de chauffage et aux rénovations de certains bâtiments, la consommation d’énergie de chauffage a pu être réduite de 21% par rapport à 2022. D’autres rénovations sont à l’étude pour 2024 afin d’accroître l’efficacité des bâtiments sur les sites de Zurich et de Lugano.

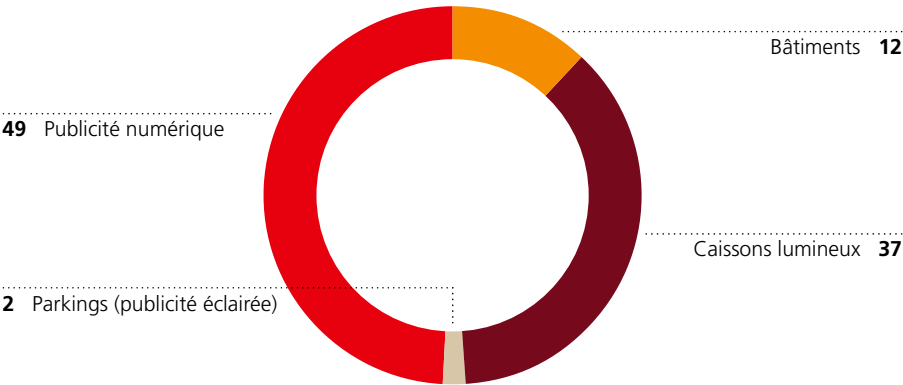
Trafic

La consommation de carburant pour l’ensemble de la flotte de véhicules a augmenté de 4%<sup>2</sup>. L’acquisition de véhicules électriques et efficaces sur le plan énergétique ainsi que l’optimisation continue des itinéraires d’affichage devraient conduire à de futures réductions dans ce domaine.

Le trafic pendulaire en Suisse est resté constant. La part des trajets effectués avec des voitures à essence/diesel a baissé de 7%. Les modèles flexibles et le travail numérique simple devraient à l’avenir conduire à une réduction du trafic pendulaire.

<sup>1</sup> Comprend tout le personnel direct de la holding et ses activités opérationnelles quotidiennes.  
<sup>2</sup> Dans le rapport annuel 2023, la même valeur était indiquée à la page 42, soit 3%. La correction est effectuée sur la base d’une vérification et d’un ajustement de la méthode utilisée pour mesurer la consommation de carburant.

Parts des activités dans la consommation d’électricité en pourcentage



## Planet



### Économie circulaire

Par rapport à l'année précédente, les déchets totaux ont augmenté de 1 %, soit 4 tonnes en 2023. Le taux de recyclage des déchets d'affiches est de 79 %. L'élimination de tous les matériaux se fait conformément aux normes élevées en vigueur dans le pays et est encadrée par des partenaires de recyclage locaux. L'objectif est d'atteindre un taux de recyclage de 90 % pour les déchets d'affiches. Dans la mesure du possible, le cycle de vie des produits qui ne sont plus utilisés est prolongé par une remise en état ou une réutilisation.

### Matières

Avec ses fournisseurs, APG|SGA s'efforce d'accroître la durabilité des matériaux et d'optimiser les processus de sorte à utiliser moins de matériaux d'entrée. Par rapport à 2022, APG|SGA AG a pu réduire la quantité utilisée pour les grands formats et a collé moins d'affiches classiques. En parallèle, elle a confectionné davantage de produits publicitaires pour le secteur Transport Advertising.

### Approvisionnement durable – aspects écologiques

APG|SGA a à cœur de travailler avec des fournisseurs qui respectent toutes les lois et ordonnances environnementales, pratiquent une gestion environnementale systématique et s'efforcent d'améliorer en permanence leurs performances environnementales et de réduire leurs émissions de gaz à effet de serre jusqu'au zéro net. Pour APG|SGA, ce dernier point est la clé de la réduction de ses propres émissions de gaz à effet de serre relevant du scope 3. Les critères mentionnés font partie de l'évaluation régulière des fournisseurs.

En outre, les fournisseurs joueront à l'avenir un rôle important dans l'amélioration de la qualité des données pour le calcul du bilan écologique et des émissions de gaz à effet de serre. Ce faisant, ils bénéficieront d'une aide afin de déterminer l'impact environnemental et les émissions de gaz à effet de serre des produits livrés et de mettre les résultats à la disposition d'APG|SGA. Ces données dites primaires donnent une image plus réaliste que les données secondaires issues des bases de données.

## Planet



## Aperçu des indicateurs de performances

| GRI        | EPIs <sup>1</sup>                    |                | APG SGA Groupe | APG SGA SA <sup>2</sup> & Société Générale d’Affichage SA |       |       |       |        |
|------------|--------------------------------------|----------------|----------------|-----------------------------------------------------------|-------|-------|-------|--------|
|            |                                      |                | 2023           | 2023                                                      | 2022  | 2021  | 2020  | 2019   |
| <b>302</b> | <b>Énergie</b>                       |                |                |                                                           |       |       |       |        |
|            | Total                                | MWh            | 14 771         | 9 369                                                     | 9 563 | 9 703 | 9 683 | 10 422 |
|            | renouvelable                         | %              | 49             | 57                                                        | 55    | 55    | 52    | 47     |
|            | Électricité achetée                  | MWh            | 9 401          | 4 715                                                     | 4 503 | 4 545 | 4 449 | 4 427  |
|            | renouvelable                         | %              | 70             | 100                                                       | 100   | 100   | 100   | 100    |
|            | Chaleur achetée <sup>3</sup>         | MWh            | 255            | 178                                                       | 195   | 168   | 162   | 71     |
|            | renouvelable                         | %              | 46             | 67                                                        | 62    | 82    | 69    | 71     |
|            | Électricité autoproduction           | MWh            | 5              | 5                                                         | –     | –     | –     | –      |
|            | renouvelable                         | %              | 100            | 100                                                       | –     | –     | –     | –      |
|            | Total combustibles et carburant      | MWh            | 5 109          | 4 471                                                     | 4 864 | 4 990 | 5 071 | 5 924  |
|            | renouvelable                         | %              | 11             | 12                                                        | 12    | 13    | 9     | 7      |
|            | Gaz naturel                          | MWh            | 1 972          | 1 954                                                     | 2 093 | 2 227 | 2 346 | 2 681  |
|            | Biogaz                               | MWh            | 545            | 545                                                       | 595   | 630   | 464   | 401    |
|            | Mazout                               | MWh            | 255            | 255                                                       | 495   | 560   | 525   | 671    |
|            | Diesel                               | MWh            | 1 585          | 1 177                                                     | 1 278 | 1 255 | 1 453 | 1 802  |
|            | Essence                              | MWh            | 753            | 540                                                       | 403   | 319   | 283   | 369    |
| <b>303</b> | <b>Eau</b>                           |                |                |                                                           |       |       |       |        |
|            | Eau potable                          | m <sup>3</sup> | 6 434          | 6 102                                                     | 7 180 | 7 822 | 7 809 | 8 729  |
| <b>301</b> | <b>Matières</b>                      |                |                |                                                           |       |       |       |        |
|            | Total                                | t              | 429            | 350                                                       | 285   | 260   | 298   | 348    |
|            | renouvelable                         | %              | 77             | 83                                                        | 99    | 99    | 99    | 99     |
|            | Papier                               | t              | 294            | 255                                                       | 257   | 242   | 276   | 318    |
|            | Colle, y compris les additifs        | t              | 31             | 30                                                        | 24    | 17    | 18    | 23     |
|            | Autre matériel publicitaire          | t              | 100            | 61                                                        | –     | –     | –     | –      |
|            | Autres matières                      | t              | 4.5            | 4.2                                                       | 3.9   | 0.6   | 4.5   | 6.6    |
| <b>306</b> | <b>Déchets</b>                       |                |                |                                                           |       |       |       |        |
|            | Total                                | t              | 566            | 484                                                       | 403   | 407   | 418   | 442    |
|            | Déchets urbains (incinération)       | t              | 86             | 84                                                        | 40    | 66    | 76    | 69     |
|            | Matériel publicitaire (incinération) | t              | 50             | 50                                                        | –     | –     | –     | –      |
|            | Matériel publicitaire (non connu)    | t              | 78             | –                                                         | –     | –     | –     | –      |
|            | Déchets inertes (décharge CH)        | t              | 2.3            | 2.3                                                       | –     | –     | –     | –      |
|            | Papier (recyclage)                   | t              | 333            | 333                                                       | 363   | 341   | 342   | 372    |
|            | Métaux (recyclage)                   | t              | 14             | 14                                                        | –     | –     | –     | –      |
|            | Électronique (recyclage)             | t              | 0.7            | 0.7                                                       | –     | –     | –     | –      |
|            | Bannières (recyclage)                | t              | 1.6            | 1.6                                                       | –     | –     | –     | –      |

## Planet



| GRI          | EPIs <sup>1</sup>                                                                |                                          | APG SGA Groupe | APG SGA SA <sup>2</sup> & Société Générale d'affichage SA |         |         |         |         |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|----------------|-----------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|
|              |                                                                                  |                                          | 2023           | 2023                                                      | 2022    | 2021    | 2020    | 2019    |
| <b>302</b>   | <b>Trafic professionnel<sup>4</sup></b>                                          |                                          |                |                                                           |         |         |         |         |
|              | Total                                                                            | km                                       | 406 786        | 403 088                                                   | 530 959 | 350 427 | 476 449 | 626 450 |
|              | Voiture                                                                          | %                                        | 11             | 11                                                        | 10      | 11      | 16      | 19      |
|              | Avion                                                                            | %                                        | 7              | 6                                                         | 5       | –       | –       | –       |
|              | Train                                                                            | %                                        | 82             | 83                                                        | 85      | 89      | 84      | 81      |
| <b>302</b>   | <b>Trafic pendulaire<sup>5</sup></b>                                             |                                          |                |                                                           |         |         |         |         |
|              | Total                                                                            | millions km                              | 1.9            | 1.6                                                       | 1.5     | 0.6     | 0.4     | 0.5     |
|              | Voiture                                                                          | %                                        | 44             | 39                                                        | 37      | 100     | 100     | 100     |
|              | Transport public                                                                 | %                                        | 54             | 60                                                        | 62      | –       | –       | –       |
|              | <b>Emissions de gaz à effet de serre (équivalent CO<sub>2</sub>)<sup>5</sup></b> |                                          |                |                                                           |         |         |         |         |
|              | Total                                                                            |                                          | 8 178          | 3 811                                                     | 2 686   | 2 197   | 2 287   | 2 719   |
| <b>305-1</b> | Scope 1                                                                          | teqCO <sub>2</sub>                       | 1 134          | 959                                                       | 1 007   | 1 013   | 1 072   | 1 285   |
| <b>305-2</b> | Scope 2 <sup>7</sup>                                                             | teqCO <sub>2</sub>                       | 2 920          | 17                                                        | 19      | 16      | 14      | 6       |
| <b>305-3</b> | Scope 3                                                                          | teqCO <sub>2</sub>                       | 4 123          | 2 835                                                     | 1 660   | 1 168   | 1 201   | 1 428   |
| <b>305-4</b> | Intensité Scope 1+2 .                                                            | kgeqCO <sub>2</sub> / kCHF<br>Revenu net | 12.5           | 3.1                                                       | 3.4     | 4.1     | 4.3     | 4.2     |
|              | <b>Impact environnemental<sup>8</sup></b>                                        |                                          |                |                                                           |         |         |         |         |
|              | Bilan principal                                                                  | millions UCE                             | 10 696         | 2 389                                                     | 2 347   | 2 724   | 2 800   | 3 120   |
|              | Bilan global                                                                     | millions UCE                             | 17 097         | 7 687                                                     | 5 130   | 5 132   | 5 373   | 6 108   |
|              | <b>Valeurs de référence</b>                                                      |                                          |                |                                                           |         |         |         |         |
|              | Revenu net                                                                       | millions UCE                             | 326            | 311                                                       | 297     | 252     | 251     | 304     |

<sup>1</sup> Entreprises enregistrées : jusqu'en 2022 APG|SGA SA & APG|SGA Société Générale d'Affichage SA, à partir de 2023 l'ensemble du groupe APG|SGA

<sup>2</sup> Comprend tout le personnel direct de la holding et leurs activités opérationnelles quotidiennes

<sup>3</sup> Depuis 2019 chauffage à distance sur les sites de Lausanne et Bâle

<sup>4</sup> Avec des véhicules externes (kilomètres de véhicules propres non compris)

<sup>5</sup> Depuis 2022, nouveau relevé du trafic pendulaire, TP inclus

<sup>6</sup> Calcul des émissions de gaz à effet de serre : 2019 v3.6, 2020 v3.7.1, 2021 v3.8, 2022 v3.9.1, 2023 v3.10.

Méthoden : 2018–2021 IPCC2013, ab 2022 IPCC2021

<sup>7</sup> Fondées sur le marché (fondées sur la localisation : 50 t CO<sub>2</sub>eq)

<sup>8</sup> Calcul de l'impact environnemental : 2019–2021 v3.8, 2022 v3.9.1, 2023 v3.10;

Méthode UCE2021. Mio. UCE = 1'000'000 unités de charge écologique (UCE)



## Catégories du scope 3

Comme condition préalable à la définition de nouveaux objectifs de réduction basés sur la science, APG|SGA a posé des jalons importants en élargissant les limites du système spécifique au bilan écologique et en améliorant la saisie des données pour les processus en amont et en aval.

### Répartition des émissions du scope 3 par catégorie du Greenhouse Gas Protocol (GHGP)

Parmi les prestations primaires d’APG|SGA, on trouve l’acquisition, l’installation et l’entretien des surfaces publicitaires analogiques et numériques dans les espaces publics ainsi que la commercialisation et la location de ces surfaces. Tous les processus de ses services le long de la chaîne de création de valeur sont intégrés à cet inventaire des gaz à effet de serre (GES). L’inventaire étant ainsi complet, aucun autre contrôle n’est nécessaire.

Dans le tableau ci-dessous, les chiffres pour 2022 se rapportent aux activités en Suisse, tandis que les chiffres pour 2023 prennent en compte l’ensemble du groupe.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Base de données utilisée pour le calcul :  
- 2022, ecoinvent v3.9.1  
- 2023, ecoinvent v3.10.

## Planet



| Catégories du scope 3 |                                                                                                        | 2022<br>t CO <sub>2</sub> eq | 2023<br>t CO <sub>2</sub> eq | Commentaires                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                     | Biens et services achetés                                                                              | 1 216                        | 464                          | Principale source d'émission : matériel publicitaire (p. ex. affiches pour collage humide)                                                                                                               |
| 2                     | Biens d'investissement                                                                                 | 951                          | 452                          | Sources d'émissions : véhicules commerciaux et infrastructure publicitaire (p. ex. ePanels)                                                                                                              |
| 3                     | Activités relevant des secteurs des combustibles et de l'énergie (non incluses dans les scopes 1 et 2) | 1 108                        | 426                          | Les carburants pour les véhicules commerciaux sont le principal vecteur d'émissions, suivis par le chauffage et l'électricité                                                                            |
| 4                     | Transport et distribution en amont                                                                     | 58                           | 22                           | Principale source d'émission : transports par camion                                                                                                                                                     |
| 5                     | Déchets produits lors de l'exploitation                                                                | 228                          | 22                           | Principale source d'émission : élimination du matériel publicitaire                                                                                                                                      |
| 6                     | Voyages d'affaires                                                                                     | 21                           | 25                           | Principale source d'émission : voiture                                                                                                                                                                   |
| 7                     | Déplacements domicile-travail des salariés                                                             | 307                          | 208                          | Principale source d'émission : trajets pendulaires en voiture                                                                                                                                            |
| 8                     | Actifs loués en amont                                                                                  | –                            | –                            | Tous les flux d'énergie pertinents (notamment ceux provenant de bâtiments loués ou d'espaces publicitaires) sont inclus dans les scopes 1 et 2                                                           |
| 9                     | Acheminement en aval                                                                                   | –                            | –                            | L'affichage est réalisé avec des véhicules commerciaux ; les émissions correspondantes sont donc comprises dans le scope 1                                                                               |
| 10                    | Transformation des produits vendus                                                                     | –                            | –                            | APG SGA est une entreprise de services et ne vend pas de produits                                                                                                                                        |
| 11                    | Utilisation des produits vendus                                                                        | –                            | –                            | APG SGA est une entreprise de services et ne vend pas de produits. La consommation d'électricité des supports publicitaires tels que les écrans pour la publicité numérique est comprise dans le scope 2 |
| 12                    | Traitement en fin de vie des produits vendus                                                           | –                            | –                            | Non applicable ; APG SGA est une entreprise de services et ne vend pas de produits.                                                                                                                      |
| 13                    | Actifs loués en aval                                                                                   | 176                          | –                            | Énergie de chauffage des surfaces louées. Principale source d'émission : Gaz naturel                                                                                                                     |
| 14                    | Franchises                                                                                             | –                            | –                            | Non applicable ; pas de franchises                                                                                                                                                                       |
| 15                    | Investissements                                                                                        | –                            | –                            | Non applicable ; APG SGA n'est pas une société d'investissement et n'offre pas de services financiers                                                                                                    |
|                       | Autres (en amont)                                                                                      | 59                           | 41                           | Infrastructure routière prise en compte ; pas de collecte de données séparée (incluse dans les données de bilan écologique ecoinvent utilisées).                                                         |

Répartition des émissions de GES du scope 3 par catégorie de GES en 2022 et 2023. Les chiffres pour 2022 se rapportent aux activités d'APG|SGA SA<sup>1</sup> et de la Société Générale d'Affichage SA, tandis que les chiffres pour 2023 prennent en compte l'ensemble du groupe APG|SGA.

<sup>1</sup> Comprend tout le personnel direct de la holding et leurs activités opérationnelles quotidiennes



Profit



## Résultats économiques

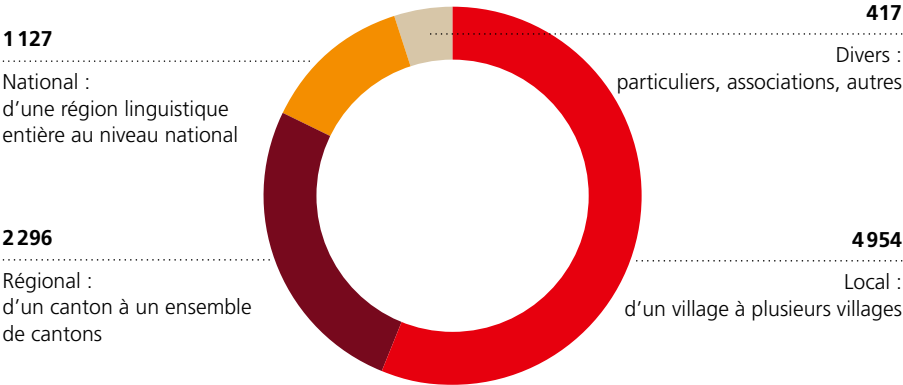
Une rentabilité optimale ainsi que des relations de long terme avec les partenaires et la clientèle sont le fondement de la pérennité et de la compétitivité de l’entreprise.

### Relations fructueuses avec les partenaires et la clientèle

Forte de près de 125 ans d’histoire, APG|SGA est fière de sa longue existence et de son modèle commercial qui génère des revenus pour les particuliers, les entreprises et les pouvoirs publics grâce à 7160 contrats et partenariats.

En Suisse, 8800 annonceurs/-euses, du niveau local au niveau national, ont réussi à attirer l’attention sur leur entreprise, leur organisation, leurs services ou leurs produits en 2023.

Nombre de clients par catégorie en 2023



## Profit



### Chiffres clés

Le rapport de durabilité ne publie pas de chiffres financiers qui n'ont pas déjà été publiés dans le rapport de gestion ou financier, et ceux-ci ne sont pas non plus répartis par pays. Il convient malgré tout de souligner la valeur ajoutée économique générée par APG|SGA pour diverses parties prenantes. Parmi les prestations les plus importantes, on trouve les salaires versés au personnel, les activités d'achat de matériaux et de prestations de service, les redevances versées aux pouvoirs publics sous forme de paiements de concession et d'impôts, les prestations gratuites fournies aux organisations d'utilité publique, au sport et à la culture sous forme de rabais et d'avantages ainsi que les paiements aux bailleurs de fonds.

### Amélioration continue

Les processus visant à améliorer l'efficacité des méthodes de travail et du flux de matériel sont ajustés de manière continue. Parmi les grandes réalisations de l'année 2023 figurent l'extension du Customer Relationship Management, l'introduction du Lean Project Management ainsi que la révision entamée de tous les itinéraires d'affichage afin de réduire le nombre de kilomètres parcourus et de permettre une gestion plus efficace des surfaces d'affichage.

En 2024, l'objectif est d'obtenir la certification d'un label de développement durable renommé, sur la base de la norme ISO 26000 – Guide de responsabilité sociétale.

### Valeur économique immédiatement produite et distribuée en milliers de CHF

| Position en milliers de CHF                                                                     | 2023    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Revenus                                                                                         | 325 632 |
| Coûts d'exploitation                                                                            | s.o.    |
| Salaires et prestations pour le personnel                                                       |         |
| – Masse salariale brute                                                                         | 47 147  |
| – Cotisations de l'employeur à la caisse de pension                                             | 5 576   |
| – Cotisations sociales à l'AVS, aux indemnités journalières de maladie, à l'assurance-accidents | 4 277   |
| – Frais de personnel autres                                                                     | 941     |
| Paiements aux investisseurs                                                                     | 32 948  |
| Impôts sur les bénéfices                                                                        | 5 073   |
| Redevances et commissions                                                                       | 196 826 |
| Investissements au niveau communal                                                              | s.o.    |
| Cash flow disponible                                                                            | 31 325  |



## Prévention de la corruption

Pour APG|SGA, il est important que tout le personnel sans exception respecte l'ensemble des dispositions légales et des règles internes de l'entreprise qui s'appliquent. Il s'agit notamment des directives anticorruption et antifraude.

### Approche managériale

Le comité de conformité est l'organe central de la lutte contre la corruption. Il est responsable de tous les processus pertinents. Il veille au bon respect des directives, les met à jour et se tient à disposition pour toute question ou conseil. Il autorise toutes les invitations envoyées par APG|SGA à ses clients/-es, partenaires et autres parties prenantes externes qui dépassent la valeur monétaire définie dans les directives. En outre, le comité de conformité organise des formations et coopère directement avec le service externe d'alerte en cas de signalements et d'enquêtes.

Les directives antifraude et anticorruption contiennent toutes les informations et règles pertinentes et s'appliquent à l'ensemble du personnel. Celles-ci sont mises à jour et révisées périodiquement.

### Risques liés à la corruption

Les risques de corruption sont plus fréquents dans le secteur administratif et ne concernent pas les afficheurs/-euses ou les personnes exerçant des activités de construction. Les risques sont particulièrement élevés dans la gestion des partenaires, chez les personnes qui travaillent directement avec les responsables des concessions publiques ou dans la vente et chez celles en contact direct avec la clientèle.

### Formation et service d'alerte externe

Tous les membres du personnel d'APG|SGA en Suisse qui occupent des fonctions administratives doivent suivre une formation obligatoire en matière de conformité au cours des trois premiers mois de travail. Les afficheurs/-euses, qui constituent environ un tiers du personnel, sont exemptés/-es de cette obligation. Tous les deux ans, comme en 2023, la formation basée sur l'apprentissage en ligne fait l'objet d'une révision et tous les membres du personnel concernés sont tenus de réussir à nouveau la formation.

Depuis 2022, il existe un service d'alerte externe qui recueille notamment les violations de la conformité, mais qui se tient également à disposition pour tous les autres types de signalements. Le service de signalement reçoit les informations par téléphone ou par e-mail et, sur demande, de manière anonyme. Elle est habilitée à lancer et à mener des enquêtes. Tout le personnel d'APG|SGA est tenu de coopérer sans réserve. Sur les canaux internes, des rappels réguliers sont faits quant à l'existence et au fonctionnement du service de signalement.

### Cas concrets

Aucun signalement n'a été reçu depuis la mise en service du service d'alerte. Il n'y a pas de procédures internes ou publiques en cours ni de cas de corruption confirmés.

Profit



## Activités commerciales conformes à la loi

Afin de préserver la confiance en l'intégrité de l'entreprise, APG|SGA s'engage à adopter un comportement conforme à la loi et à respecter les directives et règles de conduite éthiques qu'elle s'est imposées.

### Procédures en cours

APG|SGA respecte systématiquement les lois en vigueur au niveau national, cantonal et communal, le droit de la concurrence, les lois sur le personnel ainsi que les réglementations applicables aux appels d'offres et aux soumissions. Avec ses concurrents, APG|SGA se livre à une concurrence loyale pour les parts de marché et respecte les lois sur les cartels et le droit de la concurrence en vigueur dans le pays. APG|SGA est membre de diverses associations professionnelles, mais aucun accord n'a été conclu concernant les prix, les secteurs ou les produits.

En 2021, APG|SGA a engagé une procédure en Serbie contre les autorités locales de Belgrade concernant un éventuel non-respect d'un contrat d'exclusivité. La procédure était en instance au moment de la rédaction du rapport.

Pendant la période sous revue et à l'heure actuelle, APG|SGA n'a été impliquée dans aucune autre procédure juridique pour comportement anticoncurrentiel ou violation du droit des cartels et des monopoles. En outre, APG|SGA n'a pas commis d'autres infractions importantes aux lois et ordonnances.

# Indice de contenu GRI

APG|SGA a publié les informations mentionnées dans le présent index GRI pour la période allant du 1<sup>er</sup> janvier 2023 au 31 décembre 2023 en se référant aux normes du GRI.  
GRI parent : GRI 1 : Base 2021

## Informations générales

| Norme GRI                                                                                  | Éléments d'information                                                                           | Localisation <sup>1</sup>            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| <b>L'organisation et ses pratiques de reporting</b><br>GRI 2 : Informations générales 2021 | 2-1 Détails sur l'organisation                                                                   | RG, p. 18–21                         |
|                                                                                            | 2-2 Entités incluses dans le reporting de durabilité de l'organisation                           | FR, p. 26<br>RD, p. 7                |
|                                                                                            | 2-3 Période, fréquence et point de contact du reporting                                          | RD, p. 7, 42                         |
|                                                                                            | 2-4 Reformulations d'informations                                                                | RD, p. 7                             |
|                                                                                            | 2-5 Assurance externe                                                                            | RD, p. 7                             |
| <b>Activités et travailleurs</b><br>GRI 2 : Informations générales 2021                    | 2-6 Activités, chaîne de valeur et autres relations d'affaires                                   | RG, p. 4–19 / RD, p. 5–7             |
|                                                                                            | 2-7 Employés                                                                                     | RG, p. 40 / RD, p. 12–13             |
|                                                                                            | 2-8 Travailleurs qui ne sont pas des employés                                                    | RD, p. 13                            |
| <b>Gouvernance</b><br>GRI 2 : Informations générales 2021                                  | 2-9 Structure et composition de la gouvernance                                                   | RG, p. 22–28                         |
|                                                                                            | 2-10 Nomination et sélection des membres de l'organe de gouvernance le plus élevé                | RG, p. 24                            |
|                                                                                            | 2-11 Présidence de l'organe de gouvernance le plus élevé                                         | RG, p. 22                            |
|                                                                                            | 2-12 Rôle de l'organe de gouvernance le plus élevé dans la supervision de la gestion des impacts | RG, p. 24–25<br>RD, p. 6–8, 24       |
|                                                                                            | 2-13 Délégation de la responsabilité de la gestion des impacts                                   | RG, p. 25<br>RD, p. 6–8, 24          |
|                                                                                            | 2-14 Rôle de l'organe de gouvernance le plus élevé dans le reporting de durabilité               | RD, p. 7–8                           |
|                                                                                            | 2-15 Conflits d'intérêts                                                                         | FR, p. 39 / RG, p. 21–23 / RE, S. 12 |
|                                                                                            | 2-16 Communication des préoccupations majeures                                                   | RG, p. 25 / RE, p. 11                |
|                                                                                            | 2-19 Politiques de rémunération                                                                  | RG, p. 31–32                         |
|                                                                                            | 2-20 Processus de détermination de la rémunération                                               | RG, p. 24, 30–31                     |
|                                                                                            | 2-22 Déclaration sur la stratégie de développement durable                                       | RD, p. 4                             |
| <b>Stratégie, politiques et pratiques</b><br>GRI 2 : Informations générales 2021           | 2-23 Engagements politiques                                                                      | RG, p. 29<br>RD, p. 5, 7–8, 18       |
|                                                                                            | 2-25 Processus de remédiation des impacts négatifs                                               | RG, p. 29                            |
|                                                                                            | 2-26 Mécanismes permettant de demander conseil et de soulever des préoccupations                 | RG, p. 29<br>RD, p. 9, 20, 36        |
|                                                                                            | 2-27 Conformité aux législations et aux réglementations                                          | RD p. 37                             |
|                                                                                            | 2-28 Adhésions à des associations                                                                | RD, p. 7                             |
|                                                                                            | 2-29 Approche de l'engagement des parties prenantes                                              | RD, p. 9                             |
| <b>Engagement des parties prenantes</b><br>GRI 2 : Informations générales 2021             | 2-30 Négociations collectives                                                                    | RD, p. 13                            |

<sup>1</sup> Localisation : RG = Rapport de gestion, FR = Financial Report, RD = Rapport de durabilité, RE = Règlement de l'entreprise

## Thèmes pertinents

| Norme GRI                                              | Éléments d'information |                                                                                                                      | Localisation <sup>1</sup> |
|--------------------------------------------------------|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| <b>Thèmes pertinents</b>                               | 3-1                    | Processus pour déterminer les thèmes pertinents                                                                      | RD, p. 8                  |
| GRI 3 : Thèmes pertinents 2021                         | 3-2                    | Liste des thèmes pertinents                                                                                          | RD, p. 8                  |
| <b>Performance économique</b>                          | 3-3                    | Gestion des thèmes pertinents                                                                                        | RG, p. 10–18              |
| GRI 3 : Thèmes pertinents 2021                         |                        | Relations fructueuses avec les partenaires et la clientèle                                                           | RD, p. 34                 |
| GRI 201 : Performance économique 2016                  | 201-1                  | Valeur économique directe générée et distribuée                                                                      | RD, p. 35                 |
| <b>Prévention de la corruption</b>                     | 3-3                    | Gestion des thèmes pertinents                                                                                        | RD, p. 36                 |
| GRI 3 : Thèmes pertinents 2021                         |                        |                                                                                                                      |                           |
| GRI 205 : Lutte contre la corruption 2016              | 205-1                  | Activités évaluées en termes de risque lié à la corruption                                                           | RD, p. 36                 |
|                                                        | 205-2                  | Communication et formation relatives aux politiques et procédures de lutte contre la corruption                      | RD, p. 36                 |
|                                                        | 205-3                  | Cas avérés de corruption et mesures prises                                                                           | RD, p. 36                 |
| <b>Activités commerciales conformes à la loi</b>       | 3-3                    | Gestion des thèmes pertinents                                                                                        | RD, p. 37                 |
| GRI 3 : Thèmes pertinents 2021                         |                        |                                                                                                                      |                           |
| GRI 206 : Comportement anticoncurrentiel 2016          | 206-1                  | Actions en justice contre le comportement anticoncurrentiel et les pratiques antitrust                               | RD, p. 37                 |
| <b>Climat et énergie</b>                               | 3-3                    | Gestion des thèmes pertinents                                                                                        | RD, p. 24                 |
| GRI 3 : Thèmes pertinents 2021                         |                        |                                                                                                                      |                           |
| GRI 302 : Énergie 2016                                 | 302-1                  | Consommation énergétique au sein de l'organisation                                                                   | RD, p. 31                 |
| <b>Économie circulaire – ressources et déchets</b>     | 3-3                    | Gestion des thèmes pertinents                                                                                        | RD, p. 27, 29             |
| GRI 3 : Thèmes pertinents 2021                         | 303-3                  | Prélèvement d'eau                                                                                                    | RD, p. 30                 |
| GRI 303 : Eau et effluents 2018                        | 303-4                  | Rejet d'eau                                                                                                          | RD, p. 30                 |
|                                                        | 303-5                  | Consommation d'eau                                                                                                   | RD, p. 30                 |
| GRI 305 : Émissions 2016                               | 305-1                  | Émissions directes de GES (Scope 1)                                                                                  | RD, p. 31                 |
|                                                        | 305-2                  | Émissions indirectes de GES (Scope 2)                                                                                | RD, p. 31                 |
|                                                        | 305-3                  | Autres émissions indirectes de GES (Scope 3)                                                                         | RD, p. 31                 |
|                                                        | 305-4                  | Intensité des émissions de GES                                                                                       | RD, p. 31                 |
|                                                        | 305-5                  | Réduction des émissions de GES                                                                                       | RD, p. 31                 |
| GRI 306 : Déchets 2020                                 | 306-3                  | Déchets générés                                                                                                      | RD, p. 30                 |
|                                                        | 306-4                  | Déchets non destinés à l'élimination                                                                                 | RD, p. 30                 |
|                                                        | 306-5                  | Réduction des émissions de GES                                                                                       | RD, p. 27, 30             |
|                                                        |                        | Approvisionnement durable – aspects écologiques                                                                      | RD, p. 29                 |
| <b>Conditions d'embauche et de travail attrayantes</b> | 3-3                    | Gestion des thèmes pertinents                                                                                        | RD, p. 12                 |
| GRI 3 : Thèmes pertinents 2021                         |                        | Personnel d'APG SGA                                                                                                  | RD, p. 12                 |
|                                                        |                        | Structure des âges                                                                                                   | RD, p. 13                 |
|                                                        |                        | Accomplissements et avantages accessoires                                                                            | RD, p. 13                 |
|                                                        |                        | Satisfaction du personnel                                                                                            | RD, p. 13                 |
| <b>Sécurité au travail et santé</b>                    | 3-3                    | Gestion des thèmes pertinents                                                                                        | RD, p. 15                 |
| GRI 3 : Thèmes pertinents 2021                         | 403-1                  | Système de gestion de la santé et de la sécurité au travail                                                          | RD, p. 15                 |
| GRI 403 : Santé et sécurité au travail 2018            | 403-2                  | Identification des dangers, évaluation des risques et investigation des événements indésirables                      | RD, p. 15–16              |
|                                                        | 403-5                  | Formation des travailleurs à la santé et à la sécurité au travail                                                    | RD, p. 16                 |
|                                                        | 403-6                  | Promotion de la santé des travailleurs                                                                               | RD, p. 16–17              |
|                                                        | 403-7                  | Prévention et réduction des impacts sur la santé et la sécurité au travail directement liés aux relations d'affaires | RD, p. 16                 |

<sup>1</sup> Localisation : RG = Rapport de gestion, FR = Financial Report, RD = Rapport de durabilité, RE = Règlement de l'entreprise

## Thèmes pertinents

| Norme GRI                                                                                | Éléments d'information |                                                                                          | Localisation <sup>1</sup> |
|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
|                                                                                          | 403-8                  | Travailleurs couverts par un système de gestion de la santé et de la sécurité au travail | RD, p. 16                 |
|                                                                                          | 403-9                  | Accidents du travail                                                                     | RD, p. 17                 |
|                                                                                          | 403-10                 | Maladies professionnelles                                                                | RD, p. 17                 |
| <b>Égalité des sexes</b><br>GRI 3 : Thèmes pertinents 2021                               | 3-3                    | Gestion des thèmes pertinents                                                            | RD, p. 14                 |
| GRI 405 : Diversité et égalité des chances 2016                                          | 405-1                  | Diversité des organes de gouvernance et des employés                                     | RG, p. 23 / RD, p. 13–14  |
| <b>Approvisionnement durable – aspects sociaux</b><br>GRI 3 : Thèmes pertinents 2021     | 3-3                    | Gestion des thèmes pertinents                                                            | RD, p. 18                 |
|                                                                                          |                        | Évaluation des fournisseurs                                                              | RD, p. 18                 |
| GRI 408 : Travail des enfants 2016                                                       | 408-1                  | Opérations et fournisseurs présentant un risque significatif lié au travail des enfants  | RD, p. 18–19              |
| <b>Contribution sociale de la publicité extérieure</b><br>GRI 3 : Thèmes pertinents 2021 | 3-3                    | Gestion des thèmes pertinents                                                            | RD, p. 20–21              |
|                                                                                          |                        | Vérifications juridiques et éthiques                                                     | RD, p. 20                 |
|                                                                                          |                        | Commission suisse pour la loyauté                                                        | RD, p. 20                 |
|                                                                                          |                        | Contribution à l'information politique et démocratique                                   | RD, p. 20–21              |
|                                                                                          |                        | Sponsoring d'affichage et dons                                                           | RD, p. 21                 |
|                                                                                          |                        | Collaboration avec les institutions sociales                                             | RD, p. 21                 |

<sup>1</sup> Localisation : RG = Rapport de gestion, FR = Financial Report, RD = Rapport de durabilité, RE = Règlement de l'entreprise

# Liste des abréviations

| Abréviation       | Signification                                                                                                                                                     |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| AELE              | Association européenne de libre-échange                                                                                                                           |
| APG SGA           | APG SGA SA (comprend toutes les entreprises du groupe)                                                                                                            |
| CFST              | Commission fédérale de coordination pour la sécurité au travail                                                                                                   |
| CH                | Suisse                                                                                                                                                            |
| CO                | Code des obligations                                                                                                                                              |
| CSL               | Commission suisse pour la loyauté                                                                                                                                 |
| EGS               | Émissions de gaz à effet de serre                                                                                                                                 |
| eqCO <sub>2</sub> | Équivalent CO <sub>2</sub>                                                                                                                                        |
| ESRS              | Normes européennes d'information en matière de durabilité                                                                                                         |
| GRI               | Global Reporting Initiative                                                                                                                                       |
| ISO               | Organisation internationale de normalisation                                                                                                                      |
| MSST              | Appel à des médecins et autres spécialistes de la sécurité au travail                                                                                             |
| OBNL              | Organisation à but non lucratif                                                                                                                                   |
| ODD               | Objectifs de développement durable de l'ONU                                                                                                                       |
| ODiTr             | Ordonnance sur les devoirs de diligence et de transparence en matière de minerais et de métaux provenant de zones de conflit et en matière de travail des enfants |
| ONU               | Organisation des Nations unies                                                                                                                                    |
| PET               | Polyéthylène téréphtalate                                                                                                                                         |
| PVC               | Polychlorure de vinyle                                                                                                                                            |
| RS                | Serbie                                                                                                                                                            |
| RSE               | Responsabilité sociale de l'entreprise                                                                                                                            |
| SBTi              | Science Based Targets initiative                                                                                                                                  |
| sdbu              | Services sociaux du district d'Uster                                                                                                                              |
| SECO              | Secrétariat d'État à l'économie                                                                                                                                   |
| SPR+              | Swiss Poster Research Plus SA                                                                                                                                     |
| SUVA              | Établissement suisse d'assurances-accidents                                                                                                                       |
| UE                | Union européenne                                                                                                                                                  |
| UNICEF            | United Nations Children's Fund/Fonds des Nations unies pour l'enfance                                                                                             |



## Textes de référence et autres informations

### Rapport financier/Financial Report

Rapport financier complet :  
**[www.apgsga.ch/rapport](http://www.apgsga.ch/rapport)**

### Rapport de gestion

Rapport de gestion complet :  
**[www.apgsga.ch/rapport](http://www.apgsga.ch/rapport)**

### Mission d'entreprise

Les textes complets de la mission d'entreprise et du code de conduite peuvent être consultés sous :  
**[www.apgsga.ch/mission-dentreprise](http://www.apgsga.ch/mission-dentreprise)**

### Rapport de durabilité

Rapport de durabilité complet et rapport d'audit indépendant du bilan des gaz à effet de serre :  
**[www.apgsga.ch/durabilite](http://www.apgsga.ch/durabilite)**

### Contact relatif au rapport de durabilité

Andres Trautmann, Chef de la durabilité  
Tél. +41 58 220 77 54  
E-mail : [andres.trautmann@apgsga.ch](mailto:andres.trautmann@apgsga.ch)





[www.apgsga.ch](http://www.apgsga.ch)  
APG|SGA SA  
Carrefour de Rive 1  
CH-1207 Genève  
[investors@apgsga.ch](mailto:investors@apgsga.ch)

La société APG|SGA SA est l'entreprise de médias Out of Home leader en Suisse. Cotée à la bourse SIX Swiss Exchange de Zurich, elle couvre tous les domaines de la publicité extérieure en étant présente dans les rues et sur les places, dans les gares, les aéroports, les centres commerciaux, en montagne ainsi que dans et sur les transports publics. Son offre va des campagnes d'affichage de grande ampleur aux grands formats, en passant par les surfaces publicitaires numériques ultramodernes, les formes publicitaires spéciales et la publicité mobile. En relation avec les clients, les autorités et le secteur de la publicité, APG|SGA est synonyme de durabilité et d'innovation. Elle veut séduire la population avec les meilleures solutions de communication dans l'espace public.

