

# Rapport de durabilité 2022



# Table des matières

<b>Pages d'introduction</b>	<b>1</b>
Table des matières	2
Introduction	3
Préambule	4
<b>Orientation éthique</b>	<b>5</b>
Notre stratégie de durabilité	6
Nos objectifs de durabilité – agir avec clairvoyance	10
Notre organisation – Livesystems live	14
Nos parties prenantes – promouvoir le dialogue	18
Thèmes essentiels – notre focalisation sur l'action	21
<b>Responsabilité écologique</b>	<b>23</b>
Responsabilité écologique – notre voie vers l'efficacité des ressources et la protection du climat	24
Energie et émissions	27
Approvisionnement	29
Matériaux	30
Recyclage	31
<b>Employeur attrayant</b>	<b>32</b>
Responsabilité sociale – bien-être et engagement social	33
Santé et sécurité au travail	35
Egalité des chances, inclusion et diversité	36
Formation initiale et continue	38
Communication sur la durabilité	38
Implication et satisfaction des collaborateurs	39
Entrevue : notre gestion de la santé en entreprise	40

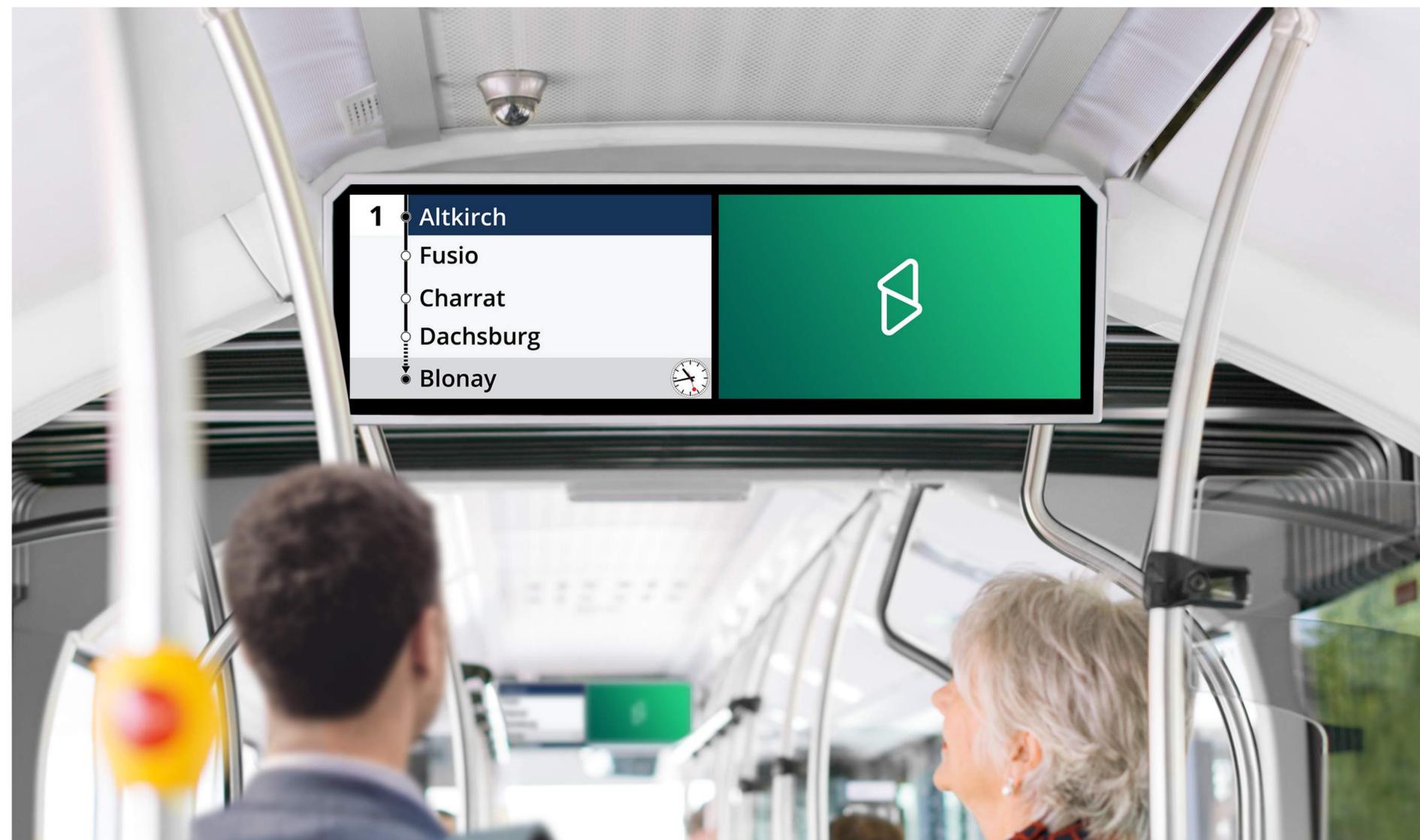
<b>Gouvernance</b>	<b>42</b>
Direction d'entreprise responsable	43
Conformité	46
Sécurité informatique et des données	46
Transition numérique, innovation et technologie	47
Entrevue : transition numérique, compétence en matière d'innovation et nouvelles technologies comme vecteurs de durabilité	48
<b>Index GRI</b>	<b>50</b>
Index GRI – informations générales	51
Index GRI – informations spécifiques – thèmes essentiels	52
Mentions légales	55

Le présent rapport constitue le premier rapport de durabilité officiel de Livesystems. Il documente les activités en matière de durabilité et les indicateurs non financiers de l'entreprise en adéquation avec la stratégie de durabilité pour la période du 1<sup>er</sup> janvier 2022 au 31 décembre 2022. Le rapport et la collecte de données y afférente incluent tous les sites de Livesystems, ainsi que les deux entrepôts de Flamatt et Spreitenbach.

Le coup d'envoi de l'intégration stratégique de la durabilité dans notre organisation, nos processus et nos produits a été donné en 2022. L'analyse de l'importance relative, la collecte rétroactive de données pertinentes pour l'année de référence 2021 et la définition d'objectifs et de mesures à moyen et long terme nous ont permis de poser les jalons de la feuille de route des prochaines années.

Dans les divers chapitres thématiques du rapport, nous montrons la manière dont nous avons développé notre programme de durabilité avec nos groupes d'intérêt internes et externes ainsi qu'avec notre maison mère, La Poste Suisse, et comment nous l'avons fait progresser de manière conséquente au cours des mois passés dans le cadre des champs d'action définis.

L'engagement en faveur de la durabilité de Livesystems est intégré dans la stratégie de croissance dont la pierre angulaire repose sur le développement de l'offre numérique. En tant que moteur de la transition numérique en Suisse, nous adoptons également des approches durables quant aux propriétés des produits, à l'approvisionnement en énergie et à la valeur ajoutée sociale.



Le thème de la durabilité a marqué plus que tout autre les dernières années. Les conséquences du changement climatique, des crises et malheureusement aussi des guerres sont des défis omniprésents : la pénurie de ressources, les interruptions de la chaîne d'approvisionnement ou les catastrophes naturelles n'en sont que quelques exemples. Elles nous signalent qu'il est impératif d'agir de manière responsable pour assurer la pérennité de l'environnement, de la société et des entreprises.

Chez Livesystems également, nous nous sommes donc affairés au cours des 24 derniers mois à harmoniser davantage nos intérêts économiques avec les aspects sociaux et environnementaux, et à ancrer les principes de la durabilité d'un point de vue stratégique dans notre organisation, nos processus et nos produits.

La reprise de notre entreprise par La Poste Suisse en juin 2021 a sans aucun doute été un catalyseur significatif. La Poste Suisse joue résolument un rôle d'exemple et de pionnière du développement durable ; elle nous offre donc un précieux soutien sur la voie d'un avenir durable. En outre, nous avons aligné notre orientation stratégique et les champs d'action de notre programme de durabilité sur les objectifs mondiaux des Nations unies (ODD). Nous garantissons ainsi un cadre d'action harmonisé et valable à l'échelle internationale.

**« Nous considérons avant tout la durabilité comme un processus d'amélioration continue »**

Les ordonnances, les prescriptions et les directives sont des mots vides de sens s'ils ne sont pas ancrés dans la culture d'entreprise et ne sont pas vécus naturellement par toutes les parties prenantes dans leur travail quotidien. Je suis d'autant plus fier de pouvoir affirmer que ce sont avant tout nos collaborateurs qui font progresser la mise en œuvre de nos objectifs de durabilité grâce à leurs idées novatrices. Lors de la plateforme d'échange du CEO qui a lieu régulièrement, lors de divers ateliers Kaizen et via notre boîte aux lettres numérique « Green Box », ils ont la possibilité de soumettre des propositions directement et de participer à leur mise en œuvre au sein de groupes de projet.

Le succès de tous nos projets revient aux collègues motivés et qualifiés qui travaillent pour Livesystems avec un objectif commun en ligne de mire. Pour la direction commerciale, la santé, les formations continues et l'optimisation de l'environnement de travail font donc partie des aspects sociaux les plus importants. Nous souhaitons ainsi qualifier et aider tous nos collègues à développer leur sens des responsabilités et leurs compétences, afin qu'ils nous accompagnent durablement et soient des collaboratrices et collaborateurs satisfaits.

Nous travaillons à faire progresser de manière décisive la transition numérique en Suisse et voulons offrir une véritable valeur ajoutée à nos clients et partenaires locaux. Outre le développement stratégique de nos prestations de service et de nos solutions clients individuelles, cela implique notamment l'extension de notre inventaire publicitaire numérique avec la technologie LED à haute efficacité énergétique.

C'est un fait : les écrans numériques ont besoin d'électricité et

les défis actuels en matière d'approvisionnement énergétique ne nous ont pas non plus épargnés. Il est donc d'autant plus important pour nous d'utiliser du matériel informatique économe en énergie et à longue durée de vie. Dans le contexte d'une éventuelle pénurie d'énergie, nous avons réduit en octobre 2022 les heures de fonctionnement de nos écrans de manière permanente à 6 – 23 heures, voire à des périodes encore plus courtes sur certains sites Retail. Dans le même temps, nous avons rejoint l'Alliance pour les économies d'énergie de la Confédération (DETEC et DEFR) et lancé une campagne de sensibilisation interne à ce sujet.

Pour nous, l'important est que notre entreprise conserve sa flexibilité, afin de pouvoir réagir rapidement aux défis à venir sans perdre de vue son orientation stratégique. Au cours des mois et années à venir, nous suivrons sciemment, à petits et grands pas, la réalisation de nos mesures d'optimisation et de nos objectifs fixés en matière de gestion de la durabilité.



**Olivier Chuard**  
CEO Livesystems AG

# Orientation éthique

**6**

Notre stratégie de durabilité

**10**

Nos objectifs de durabilité – agir avec clairvoyance

**14**

Notre organisation – Livesystems live

**18**

Nos parties prenantes – promouvoir le dialogue

**21**

Thèmes essentiels – notre focalisation sur l'action

## Notre stratégie de durabilité

Le rachat de notre société par La Poste Suisse en 2021 a marqué une étape importante dans l'histoire de notre entreprise. En 2022, nous avons alors appréhendé de manière intensive l'orientation future et la voie que nous aimerions emprunter. Il en est ressorti notre charte de durabilité, qui a été consolidée par une stratégie de durabilité globale, complémentaire de la stratégie commerciale existante. En effet, nous visons non seulement une réussite économique à long terme pour le développement de notre activité commerciale, mais souhaitons également être plus attentifs à l'impact de nos actions sur la nature, l'environnement et la société. La responsabilité de notre entreprise envers notre clientèle, nos partenaires, notre personnel et les personnes que nous côtoyons chaque jour nous impose de penser dès aujourd'hui à demain.

**« Notre ambition est que la notion de durabilité accompagne toutes nos décisions importantes. »**

La stratégie repose d'une part sur le positionnement et la vision de notre entreprise. Grâce à une focalisation claire sur des formats publicitaires numériques et des solutions techniques innovantes et économes en énergie, nous voulons promouvoir la transition numérique en Suisse et créer une véritable valeur ajoutée pour nos parties prenantes. Nous voulons garder les conséquences écologiques et sociales à l'esprit en permanence. Concernant les facteurs de durabilité, nous nous sommes fixé pour objectif d'intégrer systématiquement et stratégiquement les mesures jusqu'ici plutôt isolées dans un système de gestion harmonisé, ce qui nous a permis, par exemple, de réduire massivement la consommation de bouteilles en plastique en 2021 en mettant des bouteilles d'eau en aluminium à la disposition de tout le personnel. D'autre part, notre mission de Customer Excellence repose sur nos six

valeurs d'entreprise. Elles décrivent le comportement fondamental à adopter les uns envers les autres et envers nos groupes d'intérêt et constituent la base de nos actions quotidiennes : confiance, environnement favorable, collégialité, communication ouverte, fierté et orientation vers l'avenir.

Notre volonté est d'intégrer la notion de durabilité dans l'ensemble de nos décisions importantes. Elle s'exprime dans l'attitude que nous adoptons à l'égard de notre clientèle, de nos fournisseurs et de notre personnel, et par rapport à nos produits et processus. Sur le plan formel, elle se retrouve dans les différentes directives et codes que nous avons formulés au cours de l'année en tenant compte des directives du groupe La Poste Suisse et en les rendant accessibles aux groupes cibles concernés.



Tout au long de notre chaîne de création de valeur, nous concentrons nos activités de développement durable au sein des trois dimensions : environnement, société et gouvernance. Nous avons concrétisé celles-ci dans le cadre d'une analyse de l'importance relative en impliquant les parties prenantes concernées et avons défini des champs d'action stratégiques :

pour chacun des thèmes prioritaires, des indicateurs et des objectifs ont été définis et approfondis par des mesures concrètes dans notre programme de durabilité. En mettant en

corrélation nos objectifs avec les indicateurs des Objectifs de Développement Durable (ODD) définis par les Nations unies, nous inscrivons notre orientation stratégique pour le développement durable dans un cadre international.

Dans l'esprit du devoir de diligence et d'un rapport transparent, y compris les effets que notre organisation a ou pourrait avoir sur l'économie, l'environnement et la population, nous établissons pour la première fois en 2022 un rapport de durabilité en nous alignant sur les exigences des normes GRI. N'étant pas

soumise à l'obligation d'établir un rapport RSE, notre entreprise suit un engagement volontaire motivé par La Poste Suisse et les efforts de notre branche.



## Environnement

Notre objectif est d'éviter, dans toute la mesure du possible, que nos activités aient des répercussions négatives sur la nature et l'environnement. La réalisation d'objectifs climatiques à l'échelle nationale et mondiale, de même que l'amélioration de notre efficacité énergétique et de notre gestion responsable des ressources constituent pour nous une mission stratégique. A cette fin, nous accordons une attention particulière à la thématique de l'énergie et des émissions, de l'approvisionnement, des matériaux et du recyclage.



## Société

Nous attachons une grande importance au bien-être de notre personnel et des personnes faisant partie de notre environnement social. Dans notre travail et notre collaboration de tous les jours, nous voulons favoriser l'égalité, le développement d'une culture d'entreprise saine et motivante, et enraciner une culture de l'apprentissage adaptée aux collaborateurs et collaboratrices. Les principaux thèmes de développement dont nous nous préoccupons sont la santé, la diversité, l'égalité des chances, ainsi que la formation initiale et continue.



## Gouvernance

Accomplir notre objectif de développement durable exige de la confiance et de l'équité, une réflexion portée vers l'avenir, et sans cesse de nouvelles solutions innovantes. Etre un moteur et un précurseur de la transition numérique est dans notre ADN. Cela va de pair avec les thèmes prioritaires que sont la conformité, la sécurité informatique et des données, l'innovation et la technologie.

## Les valeurs d'entreprise que nous défendons

Les valeurs de notre entreprise contribuent à un développement durable. Nous nous créons une identité pleinement vécue et perçue à l'extérieur.



### Confiance

Nous faisons confiance à notre personnel et permettons à la confiance de prospérer. C'est le fondement de toute création.



### Communication ouverte

Nous communiquons avec circonspection, respect et transparence. Nous veillons à nous exprimer clairement et sans détour.



### Orientation vers l'avenir

L'évolution constitue pour nous un état naturel. Les changements s'opèrent toujours dans le sens d'un développement positif de Livesystems.



### Environnement favorable

Nous créons un environnement sûr qui encourage le personnel à tenter de nouvelles choses, à prendre des décisions et à assumer des responsabilités.



### Collégialité

Livesystems est plus qu'un employeur pour le personnel, nous avons le sentiment d'être une communauté. Nous sommes solidaires dans nos actions.



### Fierté

Nous sommes fiers de notre culture constructive du feedback, nous reconnaissons nos erreurs, et nous essayons de moins juger et de comprendre davantage. Nous célébrons les succès.

## Notre mission – la voie qui mène à l'objectif

La réflexion sur la durabilité accompagne toutes nos décisions importantes. Elle s'exprime dans l'attitude que nous adoptons à l'égard de notre clientèle, de notre personnel, et par rapport à nos produits et processus :

### Customer Excellence

Nous voulons connaître parfaitement les besoins de notre clientèle et la satisfaire le mieux possible. Ainsi, nos prestations de services s'améliorent lorsque nous sommes capables d'identifier de façon individuelle et ciblée les besoins de notre clientèle. Pour cela, nous faisons preuve de savoir-faire en matière de produits, d'offres, ainsi que sur le plan des processus internes.

### Product Excellence

Nous fixons des exigences de qualité élevées pour nos produits, technologies et prestations de services. Nos solutions sur mesure aident notre clientèle à réaliser au mieux ses objectifs.

### Process Excellence

Nous adaptons nos processus pour répondre exactement aux besoins de notre clientèle et éliminons les obstacles internes afin d'agir efficacement dans son intérêt. Nous travaillons dans et avec des structures constamment optimisées. Partout où cela est possible, nous nous efforçons d'automatiser et de visualiser les processus et les opérations.

### People Excellence

Nous voulons offrir à notre communauté et à notre personnel un cadre de travail bénéfique, sain et stimulant. Nous pratiquons l'autoréflexion et en tirons des enseignements pour optimiser ce que nous réalisons. Notre clientèle ressent aussi cette motivation dans notre collaboration quotidienne.

## Nos objectifs de durabilité – agir avec clairvoyance

Pour les thèmes prioritaires résultant de notre analyse de l'importance relative, nous avons défini pour la première fois en 2022 des objectifs de durabilité stratégiques et opérationnels. L'année 2021 a été fixée comme année de référence car la collecte rétroactive de données pertinentes a pu être réalisée sans problèmes pour cette année. Dans le cadre du rapport annuel prévu, nous informerons désormais sur les progrès réalisés dans l'atteinte des objectifs à intervalles réguliers.

Les objectifs de durabilité sont élaborés par le service de ges-

tion de la durabilité et sont évalués et entérinés communément par la direction générale et le conseil d'administration. Lors de la définition des objectifs et des valeurs cibles, en particulier pour les objectifs climatiques et environnementaux, nous nous sommes en outre inspirés des objectifs de La Poste Suisse. Ils jouissent d'une priorité absolue dans notre démarche d'amélioration constante de notre performance écologique.

Dans le programme de durabilité, les objectifs sociaux, environnementaux et de gouvernance définis ont été assortis de mesures spécifiques, de responsables et d'un calendrier à moyen et long terme. En parallèle, un système de contrôle a été mis en place, lequel examine la progression du développement à intervalles réguliers et présente les progrès réalisés à la direction générale dans le cadre de rapports. La respon-

sabilité de l'établissement des rapports incombe aux différents départements de l'entreprise : la gestion de la durabilité détermine les objectifs environnementaux et les fournisseurs, les ressources humaines définissent les objectifs sociaux, et la direction générale et le service de contrôle de gestion fixent les objectifs économiques. Pour y parvenir, nous nous basons sur les indicateurs et chiffres clés des normes GRI. Ils nous garantissent une comparabilité parfaite sur les années suivantes.

Sur la base des résultats du bilan écologique de l'année 2022, nous procéderons en 2023 à un nouvel examen des objectifs fixés et affinerons en particulier les objectifs d'émissions en définissant des objectifs annuels de l'initiative SBTi (Science Based Targets Initiative).



### Environnement

- Réalisation d'objectifs climatiques à l'échelle nationale et internationale
- Amélioration de l'efficacité énergétique et des ressources



### Société

- Création d'une culture d'entreprise saine et stimulante
- Promotion de l'égalité et de la participation
- Développement d'une culture de l'apprentissage axée sur le personnel



### Gouvernance

- Renforcement du rôle de pionnier de la publicité numérique extérieure grâce à des innovations technologiques efficaces
- Réduction des risques
- Amélioration de la confidentialité et de la concurrence loyale

## Objectifs de durabilité opérationnels à l'horizon 2040

### Environnement



Champ d'action	Objectifs	Compétence	Calendrier
Energie	Augmentation de la part d'électricité verte dans les bureaux et des écrans propres à l'entreprise à 100%	Direction générale ; gestion de la durabilité	2023
	Réduction de la consommation d'énergie totale des sites de bureaux et des écrans propres à l'entreprise de 5% par an (année de référence 2021)	Direction générale ; gestion de la durabilité	2030
	Réduction de 15% par an du nombre de km parcourus par chaque collaborateur dans le cadre de ses déplacements professionnels motorisés	RH ; Operations ; gestion de la durabilité	2023
	Réduction de la consommation de carburant de 15% par an	RH ; Operations ; gestion de la durabilité	2023
Emissions	Réduction des émissions des scopes 1 à 3 de 5% par an	Direction générale ; gestion de la durabilité	2023 ss.
	Electrification du parc automobile jusqu'en 2030	RH	2030
	Neutralité climatique du scope 2 à l'horizon 2030	Direction générale ; gestion de la durabilité	2030
	Neutralité climatique du scope 3 à l'horizon 2040	Direction générale ; gestion de la durabilité	2040
Approvisionnement	La part des fournisseurs provenant de la Suisse et de l'UE reste supérieure à 90%	Direction générale ; informatique ; administration ; Finance	2023
	90% des fournisseurs ont paraphé le code des fournisseurs	Gestion de la durabilité	2023
	100% des fournisseurs présentant un volume d'achat supérieur à 50 kCHF sont contrôlés selon des critères de durabilité	Gestion de la durabilité	2023
	60% du volume d'achat répondent à des exigences sociales et écologiques	Gestion de la durabilité ; Finance	2024
Matériaux	La part du papier recyclé certifié par rapport à la consommation totale de papier est de 95%	RH ; administration	2023
	Réduction de la consommation de papier de 15% par an	RH ; administration ; Sales ; Finance	2023 ss.
Recyclage	Part du taux de recyclage de 80% pour le matériel informatique	Informatique ; Operations	2023
	Réduction du volume de déchets de 5% par an et par collaborateur	Gestion de la durabilité	2023 ss.
	Taux de collecte sélective de l'entreprise supérieur à 60%	Gestion de la durabilité	2023
	Réduction des emballages en plastique pour le transport des stèles de 80%	Gestion de la durabilité ; Operations	2023

## Objectifs de durabilité opérationnels à l'horizon 2040

### Société



Champ d'action	Objectifs	Compétence	Calendrier
Santé et sécurité au travail	Taux de participation aux formations des collaborateurs sur la sécurité au travail et la santé supérieur à 95%	RH ; gestion de la durabilité	2023
	Augmentation de la satisfaction du personnel de 5% par rapport à 2022	RH	2023
	Réduction des jours d'absence annuels pour raisons de santé de 15% par collaborateur	RH	2023 ss.
	Réduction du taux de fluctuation de 10% par an	RH	2023 ss.
	Amélioration de la notoriété de l'entreprise en tant qu'employeur attrayant	RH ; marketing	2030
Formation initiale et continue	Plus de 40% des collaborateurs participent à des formations continues internes/externes	RH ; Sales ; gestion de la durabilité	2023 ss.
	Plus de 10% des collaborateurs participent à des programmes de rotation des emplois par an	RH	2023 ss.
	Création d'un poste de formation sur les sites de BE et ZH	RH	2025
Égalité des chances et participation	augmentation de l'engagement des collaborateurs de 10%	RH ; marketing	2024
	Augmentation de la part des femmes cadres à 25%	Direction générale ; RH	2030
	Différence de salaire entre hommes et femmes inférieure à 4%	Direction générale ; RH	2024
Diversité et inclusion	Création de deux postes de travail entièrement accessibles sur les sites de BE et ZH	RH	2024
	Une mesure de coopération mise en œuvre avec un établissement d'inclusion par an	Gestion de la durabilité	2023 ss.

## Objectifs de durabilité opérationnels à l’horizon 2040

### Gouvernance



Champ d'action	Objectifs	Compétence	Calendrier
Transition numérique	Extension de la gamme d'écrans numériques à 1700 grands formats et à 2200 petits formats	Operations ; informatique ; Sales	2024
Innovation et technologie	Atteindre 10% du chiffre d'affaires avec des produits et offres durables spécifiques	Marketing ; gestion de la durabilité	2024
	Extension des sites équipés de la technologie LED	Operations ; informatique ; Sales	2024
Conformité et lutte contre la corruption	Taux de réalisation des exigences de conformité internes au groupe de 100%	Direction générale	2023 ss.
	100% des collaborateurs sont formés aux thèmes relatifs à la conformité et connaissent les directives	Direction générale ; RH	2023
	Nous maintenons à 0 le nombre de cas de violation de la conformité	Direction générale	2023 ss.
Sécurité informatique et des données	Certification selon la norme ISO 27001	Informatique	2025
	Taux de réalisation des exigences d'audit internes au groupe de 100%	Informatique ; direction générale	2023

## Notre organisation – Livesystems live

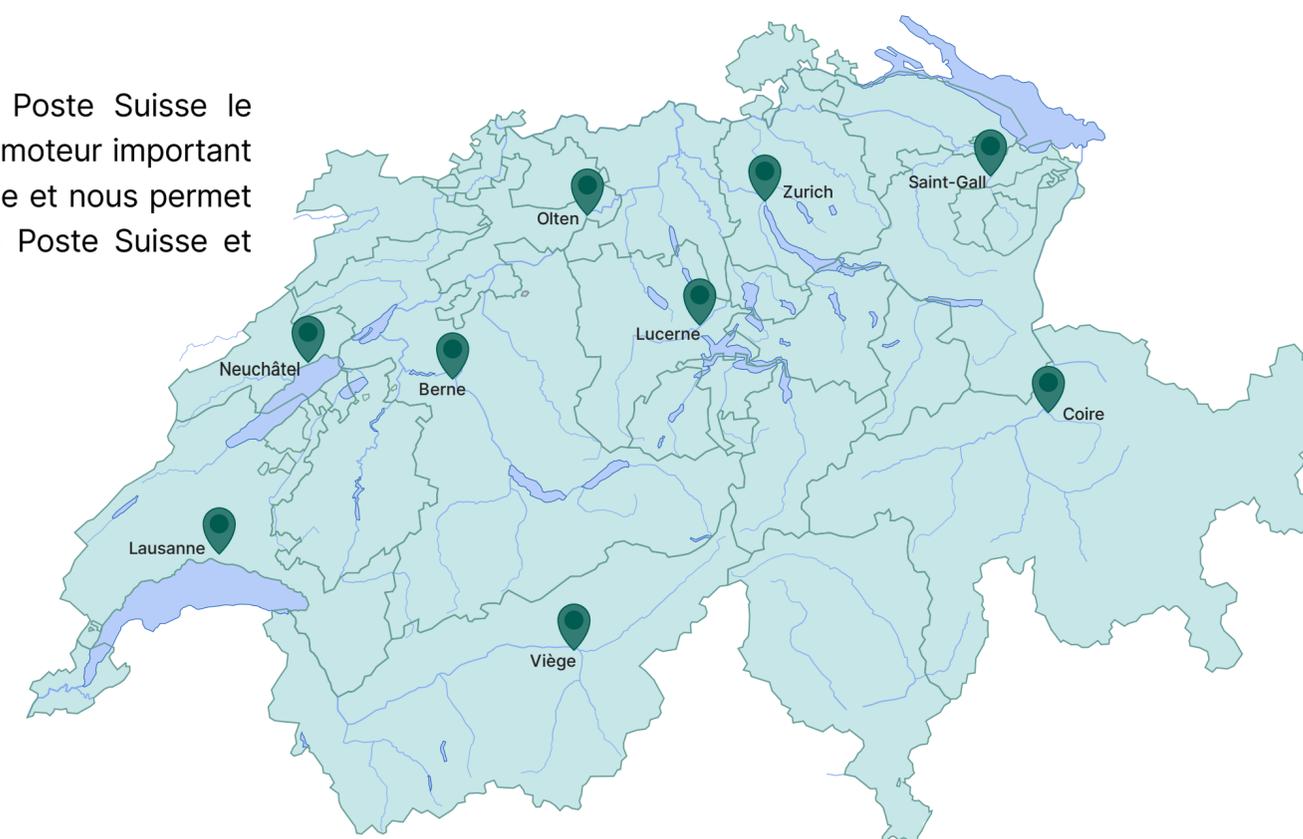
**Livesystems Holding SA et ses filiales Livesystems SA et Livesystems dooh SA constituent ensemble le leader mondial des espaces publicitaires numériques dans l'espace public. L'entreprise a été fondée en 2007 et a depuis son siège principal à Liebefeld (BE). Aujourd'hui, Livesystems compte environ 80 collaborateurs et est représentée sur neuf sites répartis dans toute la Suisse.**

Livesystems a quitté la phase de start-up depuis quelques années déjà et s'est établie en tant que moyenne entreprise sur le marché publicitaire. Depuis 2019, nous avons pu accroître notre portefeuille d'espaces publicitaires de manière significative en remportant des appels d'offres importants et des mandats de commercialisation attribués bilatéralement. L'inventaire publicitaire actuel comprend plus de 10 000 supports publicitaires numériques, répartis sur plus de 5000 sites en Suisse. L'installation, la maintenance et la commercialisation des espaces publicitaires font également partie de notre gamme de prestations.

L'aménagement des sites nouvellement acquis qui seront ensuite commercialisés est actuellement en cours. Dans le cadre de ce développement, nous avons également diversifié notre gamme de produits, et en plus des produits phares Public Transport (espaces publicitaires numériques dans les transports publics) et Gas Station (espaces publicitaires numériques aux pompes à essence et devant l'entrée des boutiques de stations-service), nous avons également intégré dans notre gamme les produits Retail (espaces publicitaires numériques dans les filiales de La

Poste Suisse et les sites de proximité migrolino), City (écrans publicitaires numériques au format portrait dans l'espace public), Rail (espaces publicitaires numériques dans les gares ferroviaires) et des variantes de produits similaires dans les espaces intérieur et extérieur des tramways en collaboration avec la VBZ et l'AVA (Iimmattalbahn). Livesystems commercialise également des espaces publicitaires en ligne du portail d'actualités Nau.ch. Jusqu'au rachat de Livesystems par La Poste Suisse, la société Nau media SA faisait partie intégrante de Livesystems Holding SA. Elle a été séparée avant l'opération de rachat. Un contrat de coopération a été conclu avec la société Nau media SA, qui régit d'une part la commercialisation des espaces publicitaires par Livesystems et d'autre part la fourniture de contenus d'actualités par Nau media SA à Livesystems.

Livesystems a été reprise à 100% par la Poste Suisse le 1<sup>er</sup> juillet 2021. Ce rachat a été pour nous un moteur important dans notre phase actuelle de forte croissance et nous permet d'exploiter d'importantes synergies entre La Poste Suisse et Livesystems.



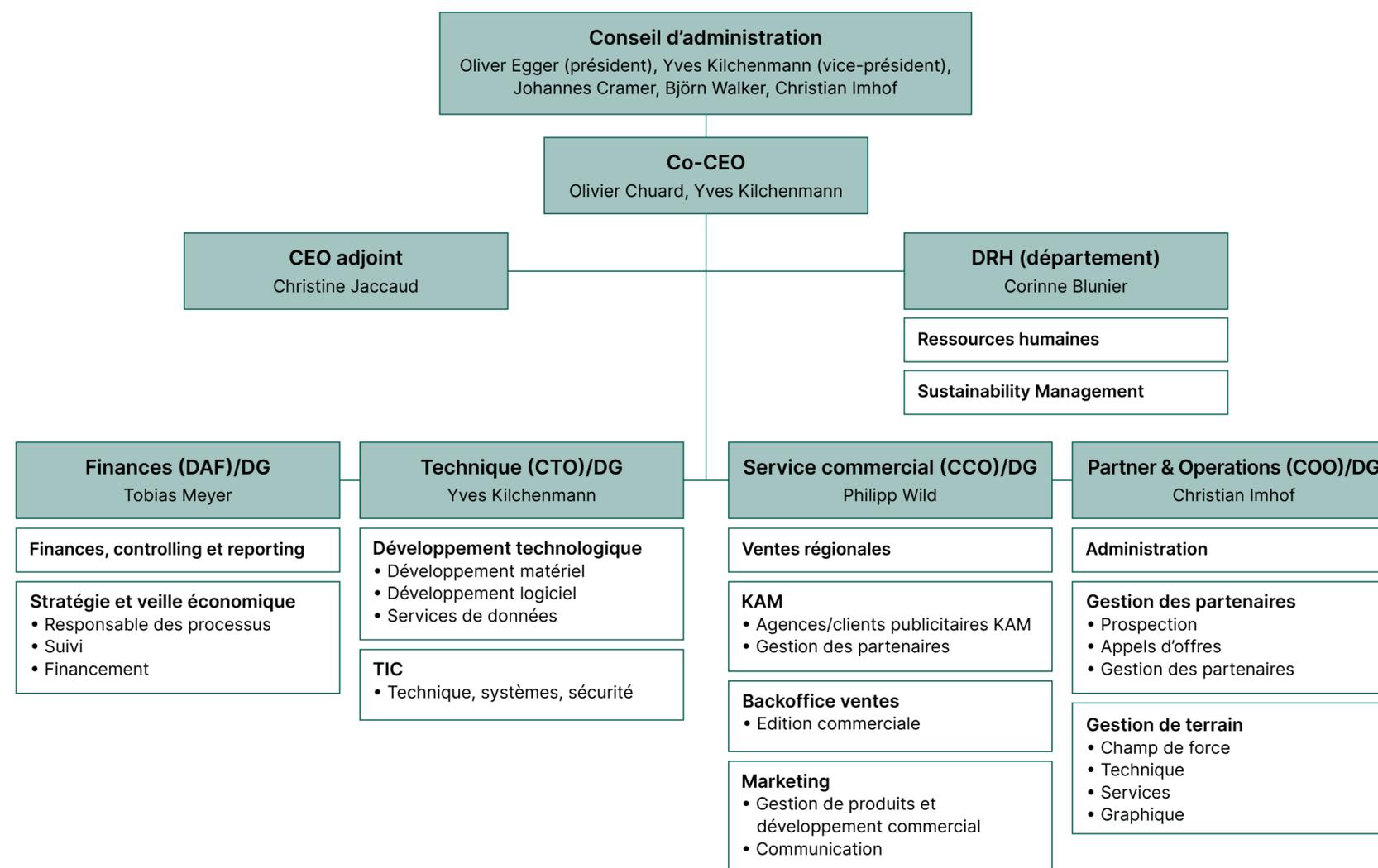
## Structures de direction et management

Depuis son intégration à La Poste Suisse en 2021, Livesystems est surveillée par le conseil d'administration, qui est la plus haute instance de contrôle. Ce conseil se compose de représentants de la maison mère et de la direction générale de Livesystems, et accueille deux des trois fondateurs : Yves Kilchenmann et Christian Imhof. Le président du conseil d'administration est Oliver Egger, directeur général de l'unité d'affaires « Marché des médias et de la publicité » à La Poste Suisse et membre de la direction du département des services logistiques. La direction de Livesystems est entre les mains des deux fondateurs Olivier Chuard (CEO) et Yves Kilchenmann (co-CEO). Ils dirigent l'entreprise et sont responsables de la stratégie de durabilité et de sa mise en œuvre opérationnelle. Font également partie du comité de direction les cadres dirigeants de l'exploitation opérationnelle des secteurs Technique, Partenaires et Operations, Commercial et Finance.

Bien que la filiale Livesystems compte parmi les plus grandes entreprises de Suisse, sa structure managériale se caractérise par des hiérarchies plates et une grande proximité avec la direction. Outre le premier niveau de direction stratégique et le deuxième niveau de direction opérationnelle, il n'existe qu'un seul autre niveau de direction d'équipe. Les décisions opérationnelles sont prises par les cadres dirigeants, qui font régulièrement le point avec les collaborateurs, leur équipe ou l'ensemble du service spécialisé lors de bilans, de réunions hebdomadaires ou de stand-ups par secteur. Les décisions ayant un fort impact ou une grande ampleur d'un point de vue financier sont prises exclusivement après concertation de la direction générale. Une plateforme virtuelle est organisée tous les deux mois afin d'échanger avec le CEO, plateforme sur laquelle les collaborateurs peuvent lui poser leurs questions directement.

En cas de manque de personnel, notamment au niveau de l'encadrement et

de la direction, des règles internes de suppléance et de procurement sont appliquées. Au même titre que la procurement de la direction, cela permet de garantir notre capacité d'action en matière de personnel.



## La gestion de la durabilité est une affaire sérieuse

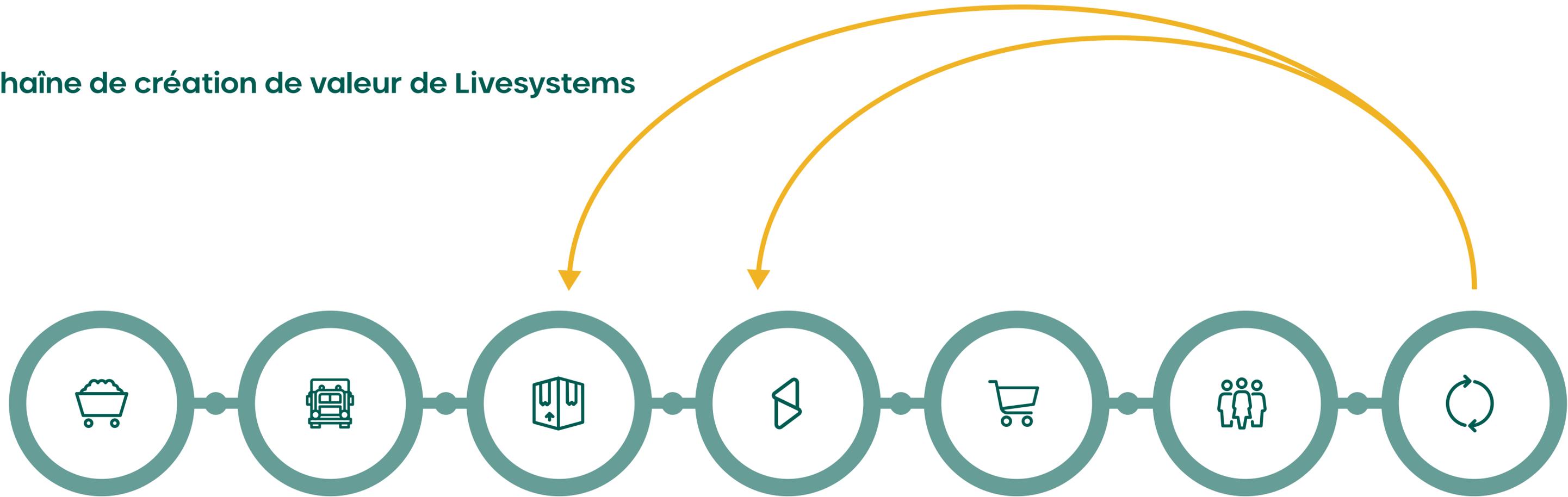
Depuis mars 2022, le service de gestion de la durabilité est ancré dans notre structure opérationnelle avec un poste à 60%. Il a tout d'abord fait partie de l'équipe de marketing puis, après une réorganisation interne, a été intégré au service RH, qui est directement subordonné au CEO. Cela permet de garantir que les décisions relatives au développement durable de l'entreprise jouissent de l'attention prioritaire nécessaire de la direction.

Des thèmes liés à la durabilité sont régulièrement mis à l'ordre du jour de la réunion mensuelle de l'équipe de direction et sont présentés par la responsable du service de gestion de la durabilité. Les modèles de décision sont examinés et adoptés par le conseil d'administration et la direction élargie en tenant compte de la sauvegarde des intérêts de La Poste Suisse. Sur le plan opérationnel, les projets issus de l'engagement de Livesystems en matière de durabilité sont actuellement réalisés par des groupes de projet spécialisés. L'instauration d'un comité de durabilité permanent comprenant des représentants de divers services spécialisés est prévue pour 2023 afin de pouvoir mettre en place les mesures planifiées de manière plus ciblée et d'atteindre les objectifs plus rapidement.

La fonction de gestion de la durabilité de Livesystems collabore en outre activement au sein des comités de durabilité de La Poste Suisse. Elle y représente les intérêts de l'organisation et garantit l'obligation d'établir des rapports, la transmission des informations et la mise à disposition des données de la filiale vis-à-vis de la maison mère.



## Chaîne de création de valeur de Livesystems



### Extraction des matières premières

- Métaux et métaux précieux
- Métaux lourds (mercure etm similaires)
- Terres rares
- Pétrole

### Fournisseurs indirects

- Extraction des matières premières
- Production d'équipements
- Transport

### Fournisseurs directs

- Fabrication de boîtiers
- Intégration d'appareils
- Logistique
- Travaux préparatoires à l'installation
- Hébergement de technologies de l'information

### Livesystems

- Stockage
- Logistique
- Installation
- Développement logiciel
- Distribution et service
- Maintenance

### Clients/-es

- Partenaire de site :
- Entreprises de transport
- Communes
- Ecoles
- Propriétaire privé
- Clients publicitaires :
- Clients professionnels
- Agences
- ONG, clubs, associations
- Organisateur

### Utilisateurs/-trices

- Passants
- Navetteurs
- Résidents
- Touristes
- Partenaires
- Police/autorités

### Elimination

- Livesystems
- Fournisseurs directs

Activités en amont

Activités directes

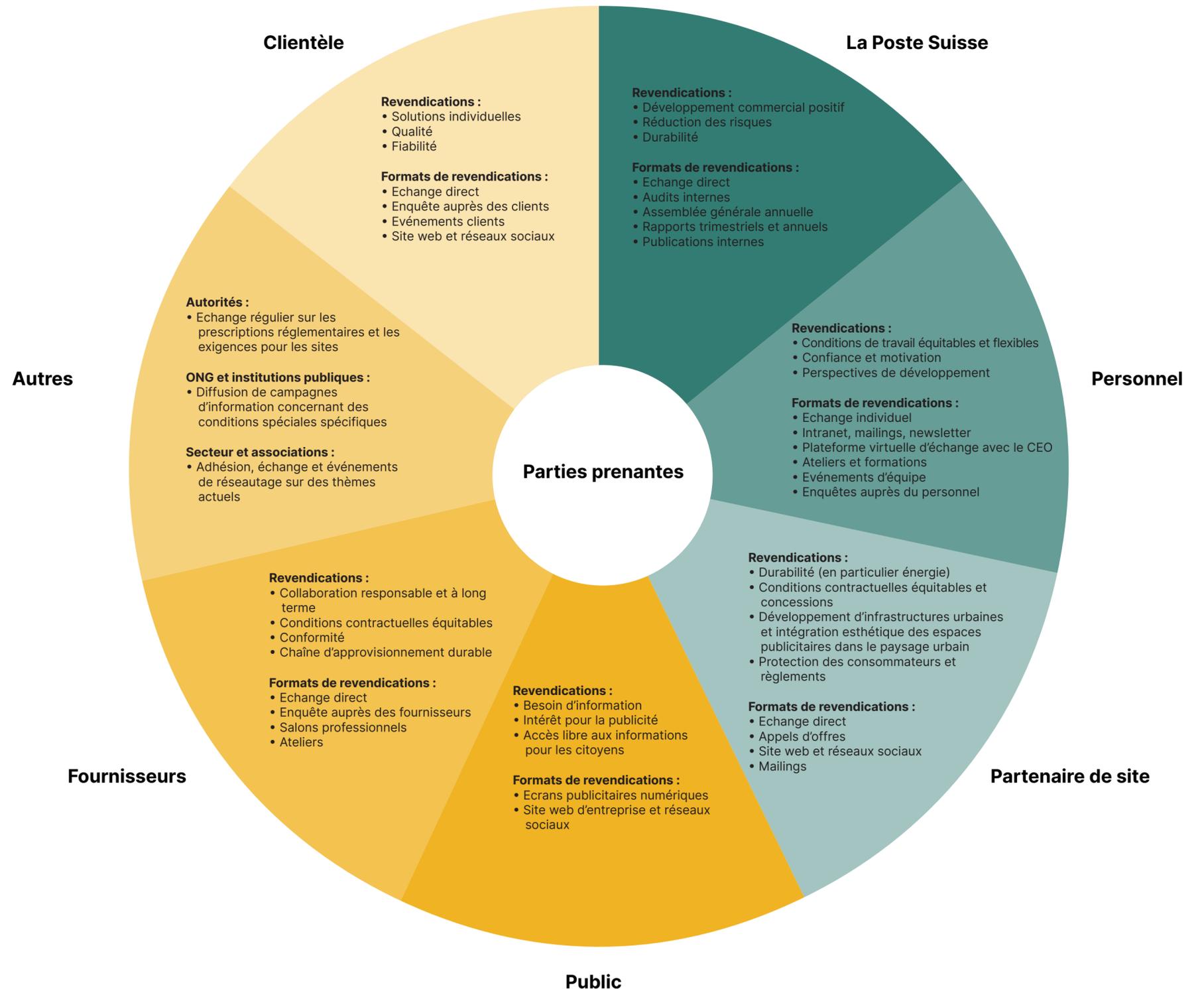
Utilisation

Elimination

## Nos parties prenantes – promouvoir le dialogue

Grâce à un échange permanent avec nos groupes d'intérêt internes et externes, nous souhaitons nous assurer que les intérêts de chacun d'entre eux seront pris en compte dans le cadre d'un développement sain à long terme de Livesystems. Nous avons à cœur de connaître nos parties prenantes, d'agir avec elles et d'identifier leurs besoins. Dans le cadre du développement de la stratégie de durabilité, l'identification et l'analyse des groupes de parties prenantes ont donné le coup d'envoi de l'analyse de l'importance relative.

Parmi tous les groupes de parties prenantes identifiés, la direction en a défini les principaux sur concertation du service de gestion de la durabilité. L'objectif était de les questionner par le biais de divers canaux sur leurs attentes en matière de responsabilité sociale, écologique et économique. Les résultats sont venus alimenter directement l'analyse de l'importance relative. Un mécanisme d'échange intensif avec les différents groupes d'intérêt a été mis en place. L'analyse des parties prenantes ainsi que le retour des résultats de l'enquête a toutefois montré qu'il existe parfois un grand potentiel d'optimisation. Alors que nos collaborateurs et notre maison mère sont régulièrement sollicités au moyen de divers instruments et canaux – enquêtes auprès du personnel, plateformes d'échange, événements d'entreprise, intranet et mailings – et sont incités à rendre un feedback actif, notre clientèle et nos fournisseurs étaient jusqu'ici à peine intégrés dans les mécanismes d'échange, à l'exception des affaires courantes. Cer-



tains groupes d'intérêt potentiellement intéressants n'ont pas été abordés concrètement dans le passé, dont des ONG, des associations professionnelles et de branches ou des partenaires de coopération issus de la science et de la recherche, du monde politique et des médias.

Avec la collaboration des services de communication, de durabilité et des ventes, nous élaborons des solutions afin de mieux impliquer les parties prenantes, de renforcer les relations et de mieux répondre aux diverses exigences des différents groupes.



## Le personnel

est par exemple régulièrement informé des activités de développement durable, de la planification des objectifs annuels et des mesures dans le cadre d'enquêtes réalisées auprès des collaborateurs, de la plateforme d'échange virtuelle avec notre CEO, des stand-ups d'équipe regroupant les responsables de secteur, d'entretiens de feedback individuels, de la boîte à idées « Green Box » et des ateliers Kaizen, ou via l'intranet, les canaux d'équipe et les newsletter. En fonction du format, des possibilités de dialogue actif et d'engagement sont également proposées. Le feedback et les requêtes des collaborateurs sont pris très au sérieux par la hiérarchie et le service du personnel et sont traités dans des processus ultérieurs afin que des mesures d'optimisation adaptées puissent être mises en place. Notre excursion commune à l'Europa Park Rust est un moment fort de l'année qui permet de rapprocher nos équipes dans un environnement décontracté.

## Fournisseurs

Nous sommes en contact régulier avec eux pour les affaires courantes. En outre, l'instauration des exigences de qualité et de durabilité pour nos fournisseurs de matériel informatique nationaux fut l'une des premières mesures mises en place par le service de gestion de la durabilité. Sur la base d'une enquête menée auprès des fournisseurs, nous avons pu nous forger une première impression des thèmes sociaux et écologiques prioritaires. D'autres entretiens téléphoniques, e-mails et rendez-vous personnels en ligne nous ont permis de clarifier des questions spécifiques et d'affirmer nos exigences. Nous avons également obtenu rapidement de précieuses informations pour le calcul des émissions du scope 3 grâce à

des échanges intenses. Dans une prochaine étape, tous les autres fournisseurs, y compris les fournisseurs internationaux, seront placés au centre de nos préoccupations. Nous aimerions apporter la coopération et le dialogue à ce niveau avec eux également.

## Clientèle

Connaître et comprendre les besoins de notre clientèle et les intégrer dans notre travail quotidien constitue la base de notre activité et de notre réussite. Le terme « Clientèle » englobe pour nous aussi bien nos clients publicitaires (PME, agences, organisations) que nos partenaires locaux (p. ex. les entreprises de transport, les communes, les propriétaires de terrains privés et commerciaux), les institutions culturelles, les partis politiques et les ONG. Nous aimerions être pour vous un partenaire fiable, d'égal à égal. Grâce à notre flexibilité, notre qualité haut de gamme et notre orientation constante vers le marché, nous entendons tenir compte de vos besoins et les intégrer dans le développement de nos innovations. Bien que notre personnel de vente échange quotidiennement avec ses clients, nous avons clairement identifié un besoin d'optimisation de la communication directe et avons immédiatement développé des solutions adaptées. Les premiers moments forts furent notre fête estivale, ainsi que des invitations à des événements exclusifs tels que le Festival du film de Zurich ou l'Allianz Cinema, ainsi que des manifestations sportives organisées par nos divers partenaires. L'enquête menée auprès des clients sur la durabilité a constitué un autre moment fort. En 2023, nous insufflerons des impulsions motivantes afin d'améliorer le taux de retours. Le retour d'environ 10% ne nous a pas satisfaits et devrait être amélioré-

## Associations et réseaux

En 2022, nous nous sommes davantage focalisés sur l'adhésion à des associations sectorielles et à des organisations en réseau, notamment pour des raisons de durabilité. Elles nous apportent des informations importantes en matière de bonnes pratiques, de formation de l'opinion et de promotion de l'innovation. Elles sont toutefois peu présentes dans les affaires courantes. Nous sommes membre fondateur de la Green Media Initiative, membre de l'Alliance pour les économies d'énergie (DETEC) et fiers de faire partie du Sustainable Entrepreneurs Club. Ces trois initiatives promeuvent un développement intersectoriel et orienté vers l'avenir en Suisse et permettent, grâce à des manifestations de réseautage, un échange ciblé avec des personnes partageant les mêmes idées, l'accès à des connaissances d'experts et à des cas de bonnes pratiques. L'adhésion à des associations professionnelles telles que IG DOOH, IAB, IAA Swiss Chapter est importante pour nous,

en particulier pour les possibilités d'échanges professionnels et sectoriels qu'elles offrent. Là aussi, nous sentons que le thème de la durabilité sous ses diverses facettes gagne en importance et que des solutions et règlements avant-gardistes peuvent être mis en place grâce à une action coopérative.

## Public

Nous tirons profit de notre grande portée dans toute la Suisse pour offrir une valeur ajoutée essentielle aux citoyennes et citoyens actifs et mobiles. Nous y parvenons notamment en diffusant des informations locales et régionales, en particulier dans les environnements de transport urbain (Public Transport, Gas Station) et dans les lieux publics (Cityscreens). Outre les rapports météorologiques et sur les transports et les actualités quotidiennes, le format « Good News » a également été lancé à cet effet en 2022. Les contenus positifs de la rubrique sont prélevés de la plateforme médiatique avec la collaboration de Nau.ch. Ils doivent contrebalancer le négativisme médiatique régnant en temps de crise, d'inflation et de catastrophes naturelles et diffuser une dose quotidienne de bonne humeur et d'espoir. De plus, tous nos écrans sont connectés au système d'alarme Polyalert de la Confédération (Alertswiss). Les alarmes, les avertissements, les informations d'événements (telles que les enlèvements d'enfants) et les consignes de comportement à adopter en cas de danger pour la population fournies par les autorités publiques sont ainsi diffusés immédiatement là où ils touchent un maximum de personnes. Cela sauve des vies en cas d'urgence.



La rubrique « Good News » diffusée sur un écran de Livesystems dans les transports publics.

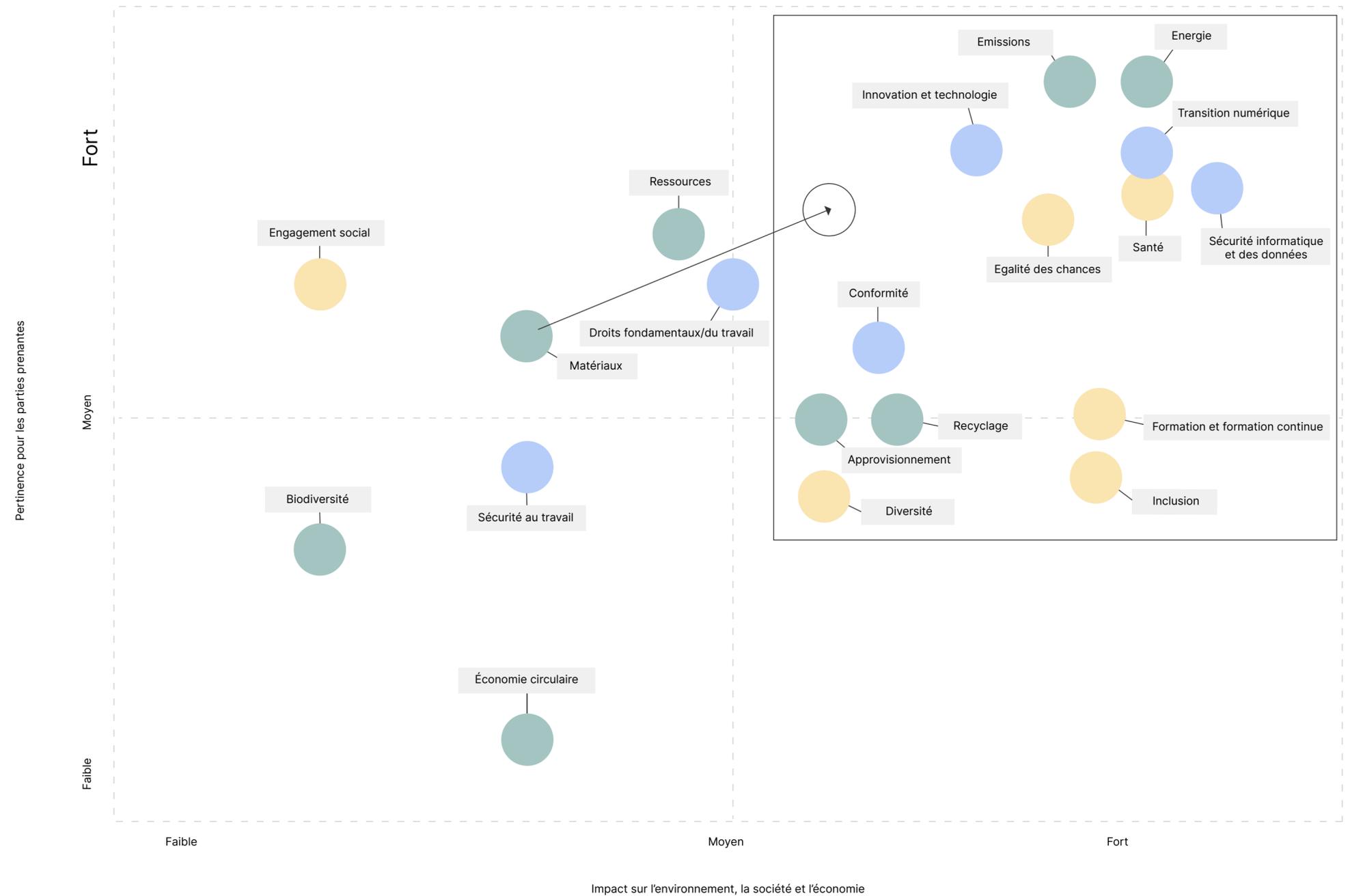
## Thèmes essentiels – notre focalisation sur l’action

### Procédure de définition des thèmes essentiels

Notre première analyse de l’importance relative a été réalisée au second trimestre 2022. Dans un premier temps, Livesystems a identifié les thèmes stratégiques essentiels, les moteurs et les facteurs de risque dans le cadre d’entrevues menées avec la direction. Parallèlement, ceux-ci ont été complétés et comparés aux thèmes de la maison mère La Poste Suisse dans le cadre de dialogues. Sur la base de ces résultats et des 17 ODD, 13 champs d’action comprenant 39 thèmes prioritaires spécifiques ont été identifiés. Les domaines d’intérêt et d’influence de groupes d’intérêts internes et externes ont été évalués à l’aide d’un questionnaire standardisé :

- Nos 500 plus grands clients actifs
- Nos 3 fournisseurs de matériel informatique principaux
- Nos 79 collaborateurs

Pour pouvoir identifier et tenir compte des exigences, opportunités et risques de la branche, nous avons procédé à l’analyse d’une sélection de rapports de durabilité de nos concurrents dans la région DACH. La pertinence sociale et politique des thèmes essentiels liés à la durabilité en Suisse et en Europe a été déduite des standards, normes, directives et rapports généraux. En outre, les priorités législatives et réglementaires au niveau fédéral ont été prises en compte dans l’évaluation. En



raison des exigences des appels d'offres, nous connaissions déjà les préoccupations principales de nos partenaires locaux issus du domaine public (notamment les entreprises de transport et les communes).

Les groupes d'intérêt que sont les partenaires marketing, les ONG et les organisations sociales et culturelles de notre milieu n'ont pas été pris en compte dans cette première analyse des parties prenantes. Cela est principalement dû au temps disponible et à la complexité accrue. En 2023, ils jouiront d'une plus grande attention, notamment dans le cadre de projets de coopération éventuels.

Lors de l'analyse, nous avons veillé à tenir compte dans les mêmes proportions de la perspective « inside-out » – l'impact des systèmes de vie sur l'environnement et le milieu – et de la perspective « outside-in » – l'effet des influences extérieures du milieu et de l'environnement sur notre activité (double matérialité). Nous avons pu ressentir intensément quelques-uns des risques identifiés et leurs incidences directes sur notre chaîne de création de valeur dans les années 2021 et 2022. Nous avons perdu un fournisseur potentiel en raison de la guerre en Ukraine, des goulots d'étranglement dans la logistique internationale ont incontestablement retardé l'approvisionnement de nos écrans numériques et la menace d'une pénurie d'énergie a nécessité une autorégulation importante des durées de fonctionnement de nos écrans publicitaires. En tant que fournisseur numérique, le facteur « énergie » revêt pour nous une priorité particulièrement élevée et se classe tout en haut de la matrice de l'importance relative.

L'évaluation des enquêtes et des analyses a généré 20 thèmes prioritaires majeurs. Différents facteurs de pondération ont été attribués aux groupes d'intérêt, puis les thèmes ont été évalués au moyen d'un système de points. A partir de l'analyse de l'importance relative, 13 thèmes prioritaires ont été définis en tant que champs d'action principaux des trois dimensions environnement, société et gouvernance, en référence à 8 ODD. Ils constituent les piliers de notre programme de durabilité et mettent en lumière les champs d'activité stratégiques. Nous aborderons les différents thèmes prioritaires dans les prochaines pages du rapport.

**Analyse de matérialité selon la double importance relative**

A consulter sous [livesystems.ch/sustainability](https://livesystems.ch/sustainability)



# Responsabilité

## 24

Responsabilité écologique – notre voie vers l'efficacité des ressources et la protection du climat

## 27

Energie et émissions

## 29

Approvisionnement

## 30

Matériaux

## 31

Recyclage

## Responsabilité écologique – notre voie vers l’efficacité des ressources et la protection du climat

Pour nous, l’année 2022 fut placée sous le signe de la collecte de données et de la mise en œuvre de notre stratégie de durabilité.

Notre objectif est d’éviter, dans toute la mesure du possible, que nos activités aient des répercussions négatives sur la nature et l’environnement. La réalisation d’objectifs climatiques à l’échelle nationale et mondiale, de même que l’amélioration de notre efficacité énergétique et de notre gestion responsable des ressources constituent pour nous une mission stratégique. A cette fin, nous accordons une attention particulière aux domaines de l’énergie et des émissions, de l’approvisionnement, des matériaux et du recyclage.



**Energie et émissions**

Objectifs partiellement atteints



**Recyclage**

Objectifs non atteints



**Approvisionnement**

Objectifs atteints



**Matériaux**

Objectifs atteints



Objectifs

**Energie et émissions**

- Réduction de la consommation d'énergie totale des sites de bureaux par m<sup>2</sup>
- Réduction de la consommation d'énergie totale des espaces publicitaires DOOH par écran
- Réduction de la consommation de chaleur des bureaux par m<sup>2</sup>
- Achat d'énergie 100% renouvelable sur les sites de bureaux
- Réduction des émissions de CO<sub>2</sub>e dans le domaine d'influence de l'entreprise (scopes 1 et 2) de 3%
- Promotion de la protection du climat

Mesures réalisées

- Réduction de la durée de fonctionnement des écrans DOOH jusqu'à huit heures par jour (à partir d'octobre 2022)
- Détermination des équivalents CO<sub>2</sub> émis dans les scopes 1 et 2 comme valeur de base pour les décisions relatives aux activités et aux objectifs
- Passage des tarifs d'électricité aux énergies renouvelables sur tous les sites
- Installation de capteurs de lumière (détecteurs de mouvement) dans les pièces fréquentées (p. ex. WC, cuisine)
- Calcul des émissions de CO<sub>2</sub>e des campagnes numériques de tous les clients directs au moyen du modèle de calcul Green GRP et compensation par des projets de protection du climat de ClimatePartner
- Organisation d'une campagne de sensibilisation sur les économies d'énergie
- Analyse de faisabilité concernant l'électrification de notre parc automobile

Etat

**Sites de bureaux :** après une longue période de travail à domicile en 2021, les collaborateurs ont été de nouveau régulièrement présents dans les bureaux en 2022. Malgré les mesures d'économie d'énergie instaurées, cela a engendré une hausse de la consommation d'énergie et de chaleur d'environ 18% par rapport à l'année précédente. Tous les tarifs électriques ont été passés aux énergies renouvelables, à part le site de Saint-Gall où la convention collective ne le permettait pas ; nous continuons d'utiliser du courant mixte sur ce site.

**Ecrans :** à partir d'octobre 2022, la durée de fonctionnement de nos écrans numériques a été réduite à 15 ou 16 heures par jour. Cela a permis de réduire la consommation d'énergie annuelle d'environ 13% par écran. En raison de l'extension de la gamme, le nombre d'écrans publicitaires numériques a été dans le même temps augmenté de 10% par rapport à 2021, de sorte que la consommation d'électricité totale des écrans a augmenté d'environ 7% dans notre entreprise en 2022.

**Emissions :** les émissions de CO<sub>2</sub>e dans le domaine d'influence de l'entreprise (scopes 1 et 2) ont augmenté de 8% par rapport à 2021. Nous le devons avant tout à l'augmentation de l'activité commerciale après la pandémie. Si l'on considère le scope 3, on constate une augmentation des émissions totales de 32%, principalement due à la catégorie « Biens et services achetés », conséquence directe de l'augmentation de l'activité commerciale.



Objectifs

**Recyclage**

- Amélioration de la gestion des déchets
- Réduction du volume de déchets

Mesures réalisées

- Lancement d'un système de recyclage optimisé sur tous les sites, séparation du plastique incluse
- Enregistrement des volumes de déchets par type
- Organisation d'une campagne de sensibilisation
- Détermination des parts actuelles d'emballages jetables et réutilisables et des parts de matériaux recyclés pour le matériel informatique chez trois fournisseurs principaux
- Elaboration de possibilités d'emballage avec une part de film réduite par les fournisseurs de matériel informatique
- Mise en place d'un programme de transfert et d'utilisation des écrans inutilisés

Etat

Objectif non atteint. Concernant le tri par type de déchet, nous faisons déjà preuve d'une grande précision dans nos bureaux. A Liebefeld et Schlieren, nous trions également depuis 2022 les emballages plastiques et les retournons aux centres de collecte de Mr. Green. Nous n'avons toutefois pas constaté de réduction significative par rapport à l'année précédente. Une majeure partie du matériel d'emballage, en particulier le film de transport nécessaire pour la sécurisation des palettes, est utilisée pour les transports de nos stèles de plein air. Dans ce domaine, nous collaborons avec nos fournisseurs pour trouver des solutions permettant d'utiliser du matériel d'emballage réutilisable.



**Approvisionnement**

- Optimisation d'un approvisionnement durable

- Elaboration et instauration d'une directive d'approvisionnement durable, comprenant un catalogue de critères/d'exigences
- Création d'un code des fournisseurs
- Réalisation d'une première enquête auprès des principaux fournisseurs nationaux de matériel informatique
- Sensibilisation des collaborateurs et fournisseurs aux comportements économes en énergie et en matériel
- Recherche de nouveaux fournisseurs de matériel informatique dans l'UE

Tous les objectifs ont été atteints.



**Matériaux**

- Réduction de la consommation de papier

- Numérisation de processus dans les domaines administratif, financier et des ressources humaines
- Passage systématique au papier recyclé certifié
- Analyse du matériel et détermination de la part du matériel informatique recyclé

Objectifs atteints. Le passage à la facturation numérique et à d'autres procédures administratives nous a permis de réduire notre consommation de papier de 30 kg par rapport à 2021. A l'exception des documents et contrats officiels et importants, nous utilisons systématiquement du papier recyclé certifié pour l'ensemble des documents. Une analyse du matériel des stèles de plein air a été réalisée et constitue la base pour la mise en place d'autres mesures en 2023.

## Energie et émissions

En accord avec la stratégie climatique de la Suisse et les objectifs de l'Accord de Paris sur le climat, la réduction des besoins énergétiques et des émissions de gaz à effet de serre est une priorité dans nos efforts environnementaux. Avec La Poste Suisse, nous avons pris l'engagement de passer aux modes de propulsion alternatifs pour notre flotte de véhicules et de rendre notre entreprise climatiquement neutre d'ici 2030, et à l'horizon 2040 dans toute notre chaîne de création de valeur. Le principal levier d'économie possible réside dans l'achat et dans l'utilisation de notre inventaire de matériel informatique ainsi que dans notre parc automobile.

### Consommation d'énergie

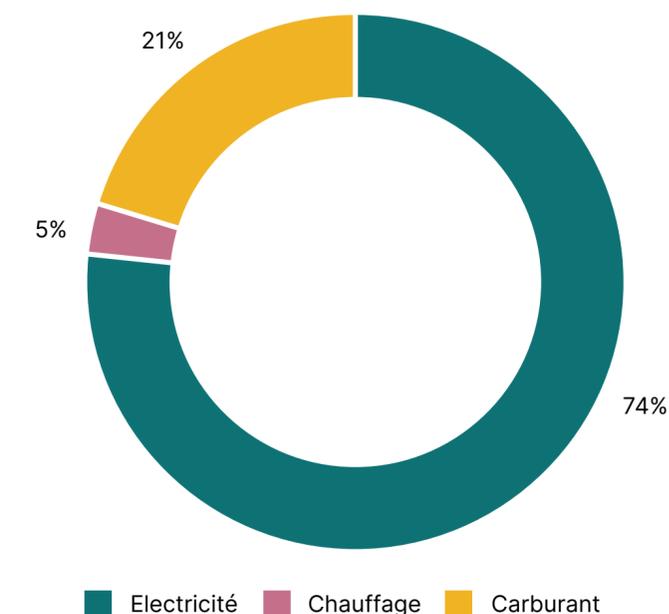
En 2022, la consommation d'énergie totale de Livesystems s'élevait à environ 3300 mégawattheures (MWh), ce qui représente une augmentation de 6% par rapport à 2021. Avec environ 74%, l'achat d'électricité constitue la part la plus importante, suivi par les carburants et l'achat d'énergie pour le chauffage. La consommation d'énergie des écrans DOOH, en particulier, se répercute sur le bilan à hauteur d'environ 2400 MWh. L'utilisation accrue de la technologie LED à haute efficacité énergétique et surtout les temps de veille sensiblement prolongés pendant la nuit devraient permettre d'atteindre dans le futur les objectifs de réduction de la consommation dans un contexte de croissance commerciale.

### Emissions de gaz à effet de serre par scope

La saisie des données spécifiques nécessaires au premier calcul de notre bilan écologique d'entreprise dans les scopes 1 à 3 (cf. page suivante) pour 2021 (année de référence) et pour

Bilan énergétique (MWh)	Année préc.	2022	2021
<b>Consommation d'énergie – total</b>	6%	<b>3329</b>	<b>3137</b>
• Consommation d'énergie par m <sup>2</sup> dans les bureaux (MWh/m <sup>2</sup> )	36%	1,47	1,08
<b>Consommation d'électricité – Total</b>	5%	<b>2466</b>	<b>2342</b>
• Consommation d'électricité des immeubles		59	92
• Consommation d'électricité des écrans		2407	2250
• Consommation d'électricité des véhicules		0,00	0,00
• Diesel (groupe électrogène de secours)		0,00	0,00
• Consommation d'énergie par écran (MWh/#)	-13%	1,21	1,38
<b>Combustibles</b>	-15%	<b>153</b>	<b>181</b>
• Fioul		78	71
• Gaz naturel		76	110
<b>Chauffage urbain</b>	44%	<b>23</b>	<b>16</b>
<b>Carburants</b>	15%	<b>686</b>	<b>598</b>
• Essence		525	460
• Diesel		161	138

### Consommation d'énergie par activité – 2022



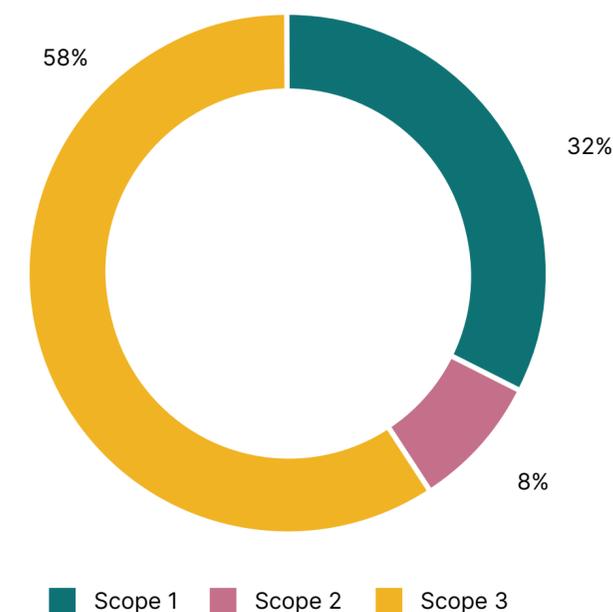
l'année en cours était notre priorité en 2022. L'analyse indique où se situent pour nous les plus grands leviers de réduction des émissions de gaz à effet de serre tout au long de la chaîne de création de valeur. Sur la base de cette analyse, nous définirons les valeurs cibles de l'initiative SBTi pour la trajectoire de réduction nécessaire pour atteindre les objectifs de neutralité climatique à l'échelle du groupe.

En 2022, les émissions totales pour les scopes 1 et 2 étaient de 8% supérieures à l'année de référence, ce qui peut être dû à l'augmentation de l'activité commerciale par rapport à 2021, comme ce fut le cas pour l'augmentation de la consommation d'énergie. Les calculs montrent clairement qu'un levier essentiel dans le domaine des activités directes de l'entreprise réside dans l'électrification du parc automobile.

L'extension des activités commerciales menées dans le cadre de la stratégie de croissance produit également des effets significatifs sur les émissions de scope 3, en particulier scope 3.1 Produits et services achetés, et scope 3.4 Transport et distribution. Livesystems se voit confrontée à une dépendance due au marché vis-à-vis des livraisons de matériel informatique de la région asiatique, lesquelles, faute d'alternative, ont jusqu'à présent entraîné une empreinte carbone inévitable et élevée en pourcentage. Des mesures adaptées visant toutefois à réduire cette dépendance au maximum seront définies en 2023.

Bilan gaz à effet de serre (tCO2e)	Année préc.	2022	2021
<b>Scope 1 (émissions directes)</b>	<b>9%</b>	<b>213</b>	<b>196</b>
• Combustion stationnaire		36	41
• Combustion mobile		177	154
<b>Scope 2 (émissions indirectes)</b>	<b>5%</b>	<b>48</b>	<b>46</b>
• Electricité		48	45
• Chauffage urbain		0	1
<b>Scope 3 (émissions indirectes)</b>	<b>58%</b>	<b>353</b>	<b>223</b>
• Scope 3.1 Produits et services achetés		232	171
• Scope 3.3 Emissions liées aux combustibles et à l'énergie		56	51
• Scope 3.4 Transport et distribution (en amont)		25	indisponible
• Scope 3.5 Déchets		1	1
• Scope 3.6 Voyages d'affaires		0,4	0
• Scope 3.7 Trafic pendulaire		39	indisponible
<b>Emissions totales scopes 1 et 2</b>	<b>8%</b>	<b>261</b>	<b>242</b>
<b>Emissions totales scopes 1, 2 et 3</b>	<b>32%</b>	<b>614</b>	<b>464</b>

Bilan carbone selon le scope (2022)



## Premières étapes capitales pour réduire la consommation d'énergie et les émissions de gaz à effet de serre

### Electricité verte

En juillet 2022, Livesystems a passé les tarifs d'électricité des neuf sites de bureaux sur de l'électricité verte certifiée ou de l'électricité issue de sources d'énergie renouvelables. Cette opération n'a pas été possible sur le site de Saint-Gall en raison d'une convention collective existante de l'immeuble dans lequel Livesystems est locataire. De plus, La Poste Suisse achète des certificats d'origine pour l'ensemble de la consommation d'électricité de Livesystems, y compris pour les bureaux et les écrans DOOH exploités par l'entreprise. Nous couvrons ainsi 100% de nos besoins en électricité grâce à de l'énergie solaire, éolienne et hydraulique.

### Durées de fonctionnement

Depuis octobre 2022, nous avons fortement réduit les durées de fonctionnement de toutes nos surfaces publicitaires numériques. Grâce à l'arrêt automatique de nuit dans tous les environnements, les temps de veille ont été étendus à 7 ou 8 heures, ce qui a permis de réduire la consommation d'électricité jusqu'à 30% selon les sites.

### Luminosité des écrans

La luminosité de nos écrans numériques est réduite par défaut dans les espaces extérieur et intérieur. De plus, nous réglons la luminosité des écrans en fonction de la lumière et des conditions météorologiques grâce à un système de mesure de la lumière commandé par des capteurs. Cela permet d'optimiser la consommation d'électricité et de prolonger la durée de vie des produits de manière significative.

### Personnel

En tant que membre de l'Alliance pour les économies d'énergie (DETEC), nous avons mené des campagnes de sensibilisation internes et mis en œuvre des mesures permettant de réduire la consommation calorifique et électrique.

### Compensation carbone des campagnes publicitaires numériques

Nous sommes membre fondateur de l'initiative suisse Green Media et soutenons des projets de protection de l'environnement de ClimatePartner. Au moyen de l'outil Green GRP, nous calculons les émissions de gaz à effet de serre générées par les campagnes publicitaires numériques de notre clientèle directe et les compensons via ClimatePartner dans des projets de promotion d'énergies propres en Afrique.



## Approvisionnement

Aujourd'hui déjà, 95% de nos fournisseurs et prestataires sont des entreprises suisses. Nous promovons ainsi l'économie locale et n'achetons que quelques produits directement à l'étranger. Nos écrans publicitaires DOOH sont achetés par des fournisseurs suisses en Chine et sont transformés en Suisse en des solutions outdoor et indoor. Pour des raisons de technologie et de politique de prix, il est pour le moment impossible de trouver des fabricants en dehors de l'Asie pour l'achat d'écrans, de matériel informatique et d'autres technologies.

En 2022, le début de la guerre opposant l'Ukraine à la Russie, qui a causé la perte d'un fournisseur potentiel, a eu des effets

tangibles sur notre approvisionnement. En outre, les difficultés existantes et croissantes concernant la disponibilité des matières premières et les livraisons de matériel en provenance d'Asie, ainsi que les retards de transport le long des chaînes d'approvisionnement internationales représentent également des défis importants. Les problèmes de disponibilité et de livraison de notre inventaire publicitaire numérique représentent en particulier un risque direct pour notre modèle commercial.

Les exigences des fournisseurs, les critères d'achat et les audits relatifs à des aspects sociaux et écologiques augmentent la sensibilisation et la demande de solutions résilientes de la part des fournisseurs et encouragent une économie durable en Suisse et dans les organisations, entreprises et secteurs d'activité concernés.



## Premières étapes essentielles pour l'optimisation d'un approvisionnement durable

### Enquête réalisée auprès des fournisseurs

Dans le cadre de notre analyse des parties prenantes, nous avons évalué nos trois fournisseurs de matériel informatique nationaux au moyen d'un questionnaire sur leurs engagements en termes de durabilité. Cette analyse constitue la base pour intensifier encore les efforts réalisés dans la mise en place d'une gestion durable de l'approvisionnement de Livesystems.

### Code des fournisseurs

Nous avons élaboré un code des fournisseurs spécifique en nous basant sur les directives du groupe en vigueur et sur les exigences formulées à l'égard des prestataires et des fournisseurs. Ce code s'applique à tous les fournisseurs et leur est envoyé dès la phase de sélection. Tous les fournisseurs s'engagent à respecter les dispositions de ce code et l'attestent par écrit.

### Directive pour un approvisionnement durable

Les décisions d'achat ont une influence directe sur nos ressources naturelles. Pour intégrer sciemment les facteurs écologiques, sociaux et économiques dans les décisions d'achat de Livesystems, nous avons rédigé un guide pour le domaine Office, qui formule des exigences envers les produits et la qualité. Les trois principes qui sont la « suffisance », la « consistance » et « l'efficacité » constituent la base de tous les processus d'achat.

## Matériaux

L'extraction des matières premières, la fabrication, l'approvisionnement, l'utilisation et l'élimination du matériel informatique destiné aux bureaux et à la publicité DOOH ont un impact conséquent sur l'environnement et comportent des risques à la fois sociaux et écologiques. Des produits durables et particulièrement efficaces sur le plan énergétique, des structures modulaires et une grande réparabilité de l'inventaire constituent donc pour nous des critères importants lors de l'achat.

Autant l'inventaire numérique (écrans) que les stèles de plein air (boîtiers) renferment des centaines de matières premières différentes : de l'or, du cobalt et du lithium pour les piles, du platine pour les disques durs et des terres rares pour les composants électroniques, du verre et de la céramique pour les écrans, du pétrole pour les pièces en plastique, des minerais pour l'acier et de l'aluminium pour les boîtiers. La part de la consommation d'énergie et de ressources pour la production des appareils informatiques est très élevée. Une utilisation à long terme, une grande réparabilité et un concept de recyclage judicieux pour l'élimination ou la réutilisation du matériel nous permettent d'améliorer l'efficacité des matériaux et d'économiser les ressources.

La phase d'utilisation du matériel informatique et des logiciels est énergivore et se répercute sur les besoins en ressources. L'efficacité énergétique et la durée de vie sont des critères primordiaux pour réduire l'empreinte carbone des produits.

## Premières étapes essentielles dans le domaine des matériaux

### Certificats et labels

Nous attachons une valeur particulière au fait que tous les appareils techniques que nous achetons et utilisons, tant dans nos bureaux que pour nos espaces publicitaires DOOH, présentent une efficacité énergétique élevée et nous privilégions les produits labellisés et certifiés (par exemple Energy Star).

### Structure modulaire

Nous veillons à obtenir une pureté des variétés maximale et une structure modulaire qui nous permet d'atteindre un haut degré de recyclabilité de nos supports publicitaires numériques. Bien que nous n'ayons pas d'influence directe sur la fabrication et la structure des écrans, nous collaborons étroitement avec des fournisseurs locaux pour la construction de nos stèles, afin de prioriser la réparabilité et la recyclabilité futures dès le développement des produits.

Bilan matériel	Année préc.	2022	2021
<b>Consommation de papier</b>	<b>-10%</b>	<b>270</b>	<b>300</b>
• Fibres fraîches		243	300
• Papier recyclé		27	0

## Recyclage

Nos efforts visant à réduire notre propre volume de déchets, à trier les matériaux en fonction de leur type et à encourager les progrès réalisés en ce sens le long de la chaîne de création de valeur ont un impact sur la disponibilité à long terme des ressources précieuses. Nous misons sur une utilisation économe des ressources et un recyclage conscient et adapté aux matériaux. Nos stèles de plein air sont conçues de telle manière que toutes les pièces individuelles et tous les composants peuvent être intégralement démontés et recyclés par nos fournisseurs à hauteur de 90%. Le matériel restant est trié et envoyé à des fins de récupération à des prestataires de recyclage.

Nos activités commerciales étant spécialisées presque intégralement sur les supports publicitaires numériques, les affiches classiques représentent une part si infime qu'elles ne sont pas comptabilisées séparément. Les quantités de déchets papier produites par les affiches analogiques s'élevaient en 2022 à environ 41 kilogrammes. Pour la comptabilisation des quantités de déchets produites dans nos bureaux, nous utilisons les statistiques de consommation de l'Office fédéral de l'environnement suisse (400 kilogrammes par ETP).

Malgré diverses mesures, la quantité de déchets a globalement légèrement augmenté par rapport à 2021 – cela est notamment dû à la location de sites de bureaux supplémentaires et à l'augmentation des activités commerciales.

### Premières étapes essentielles dans le domaine du recyclage

#### Tri des déchets

Depuis 2022 par exemple, les emballages plastiques sont également triés à Liebefeld et Schlieren et retournés aux centres de dépôt de Mr. Green.

#### Facturation numérique

Le passage à la facturation numérique et à d'autres procédures administratives dans les domaines de l'administration, des ressources humaines et des finances a permis à Livesystems de réduire la consommation de papier de 10%, à savoir 30 kilogrammes par rapport à 2021. À l'exception des documents et contrats importants, nous utilisons systématiquement du papier recyclé certifié depuis 2022.

#### Matériel de transport réutilisable

Une majeure partie du matériel d'emballage, en particulier le film de transport nécessaire à la sécurisation des palettes, est utilisée pour les transports des stèles de plein air. Pour ce faire, Livesystems travaille activement avec les fournisseurs à des solutions pour un matériel d'emballage réutilisable et examine des possibilités d'emballage sans utilisation de film. Cette approche est prioritaire en 2023.

Nous mettrons un accent particulier sur la réutilisation de nos écrans LED et LCD à la fin de leur cycle de vie (d'environ sept ans). Pour y parvenir, nous sommes en quête de solutions avec la collaboration de partenaires tiers, afin de pouvoir offrir une seconde vie à nos écrans, par exemple en les remettant à des écoles, des institutions sociales ou d'autres organismes nationaux et internationaux.

# Employeur attrayant



**33**

Responsabilité sociale – bien-être et engagement social

**35**

Santé et sécurité au travail

**36**

Egalité des chances, inclusion et diversité

**38**

Formation initiale et continue  
Communication sur la durabilité

**39**

Intégration et satisfaction  
des collaborateurs

**40**

Entrevue : notre gestion de la santé en entreprise

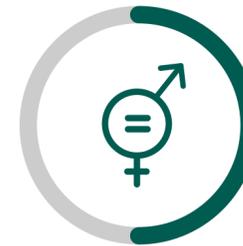
## Responsabilité sociale – bien-être et engagement social

Livesystems est représentée par neuf sites répartis dans toute la Suisse. Nous attachons une grande importance au bien-être de nos quelques 80 collaborateurs, de notre clientèle et des personnes faisant partie de notre environnement social. Dans nos travaux et nos collaborations de tous les jours, nous voulons favoriser l'égalité et la participation, le développement d'une culture d'entreprise saine et motivante, et enraciner au sein de Livesystems une culture de l'apprentissage adaptée aux collaborateurs et collaboratrices. Les principaux thèmes de développement dont nous nous préoccupons sont la santé et la sécurité au travail, l'égalité des chances, l'inclusion, la diversité, ainsi que la formation initiale et continue.



**Santé et sécurité au travail**

Objectifs atteints



**Egalité des chances**

Objectifs partiellement atteints



**Inclusion et diversité**

Objectifs non atteints



**Formation initiale et continue**

Objectifs partiellement atteints

Objectifs	Mesures réalisées	Etat	
	<b>Santé et sécurité au travail</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instauration d'un système de gestion de la santé</li> <li>• Amélioration de la satisfaction du personnel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nomination de responsables de la sécurité</li> <li>• Réalisation de formations aux premiers secours pour tous les collaborateurs</li> <li>• Elaboration de plans d'alarme et d'urgence pour tous les bureaux, y compris la communication dans les situations de crise</li> <li>• Audits externes concernant le concept de sécurité</li> <li>• Création de nouvelles offres dans le programme de santé (p. ex. Healthy Snacks, avantages pour les employés)</li> </ul>	Tous les objectifs ont été atteints.
	<b>Egalité des chances</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Augmentation de la part des femmes dans les fonctions de direction à 25%</li> <li>• Egalité salariale entre les sexes</li> <li>• Différence de salaire entre hommes et femmes inférieure à 4%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Occupation par une femme d'une fonction de cadre moyen</li> </ul>	<p>Nous sommes sur la bonne voie.</p> <p>Les bases pour le calcul interne des écarts de salaire ont été analysées. Les valeurs moyennes sur les salaires sont certes régulièrement communiquées aux organismes de collecte suisses, mais nous n'avons pas effectué notre propre saisie et calcul complet de l'égalité salariale ou des écarts de salaires en 2022.</p>
	<b>Inclusion et diversité</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise en place d'une coopération avec une institution en charge de personnes en situation de handicap</li> <li>• Signature de l'Advance Diversity Charta</li> <li>• Campagne de sensibilisation</li> </ul>	Aucune mesure n'a été mise en place en 2022.	<p>Objectif non atteint.</p> <p>Le thème prioritaire « Inclusion et diversité » n'a pas encore été traité en 2022 pour des raisons de manque de capacités.</p>
	<b>Formation initiale et continue</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tous les collaborateurs participent à au moins une formation interne ou externe</li> <li>• 40% des collaborateurs utilisent les offres de formation continue</li> <li>• Mise en place d'un programme interne de mentorat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Communication active des possibilités de formation continue, y compris sur le financement via des canaux internes</li> <li>• Budget de formation continue d'un montant de 6000 CHF pour tous les collaborateurs à partir de la deuxième année d'ancienneté</li> <li>• Développement de la plateforme de formation en ligne interne (Sales Academy)</li> <li>• Réalisation de formations internes sur divers sujets (p. ex. Sales, durabilité, compétences personnelles)</li> <li>• Réalisation d'entretiens annuels avec les collaborateurs, y compris une enquête active sur les intérêts, les intentions et les besoins en matière de formation continue</li> </ul>	<p>Nous sommes sur la bonne voie.</p> <p>Le transfert de connaissances interne, les possibilités de mentorat et la formation tout au long de la vie sont des approches importantes que nous suivons actuellement dans l'entreprise et que nous abordons de manière proactive dans les entretiens individuels annuels. Après le thème « Santé et sécurité au travail » en 2022, c'est au tour du thème « Formation initiale et continue » d'être prioritaire en 2023.</p>

De par notre identité, nous respectons pleinement les normes légales nationales et internationales telles que les dispositions de la Constitution fédérale, de la loi sur la protection du travail et du droit du travail. Dans l'esprit de notre responsabilité sociale en tant qu'employeur, nos exigences et nos mesures vont cependant, dans certains domaines, bien au-delà de ce qui est légalement requis.



## Santé et sécurité au travail

La promotion de la santé du personnel et de la sécurité sur le lieu de travail conduit à un équilibre harmonieux entre vie professionnelle et vie privée et à une satisfaction accrue de nos collaborateurs. En tant que PME, nous offrons à notre personnel un environnement de travail convivial et motivant, dans lequel toutes et tous doivent pouvoir maintenir leur capacité de performance sur le long terme.

En raison des installations et des travaux d'entretien dans des environnements présentant un potentiel de risque particulier (par exemple les gares et les stations-service), notre entreprise est tenue de garantir des exigences de sécurité plus élevées. En 2022, cela nous a incités à instaurer un système de gestion de la santé en entreprise. Les progrès et les taux de réalisation des objectifs sont évalués et des mesures supplémentaires sont définies dans le cadre d'audits internes et externes annuels.

### Mesures essentielles pour la promotion de la santé

#### Responsabilités

Pour garantir la sécurité sur le lieu de travail dans l'ensemble de l'entreprise, une responsable interne de la sécurité (CS) a été nommée et a reçu une formation spécifique. Elle est responsable de la coordination, de la réalisation et du contrôle de toutes les mesures et collabore étroitement avec des spécialistes externes de la sécurité au travail.

#### Evaluation des risques

Nous avons réalisé pour la première fois des évaluations de risques pour tous les services spécialisés, afin d'identifier et de documenter les risques potentiels existants dans les processus de travail et d'en déduire des mesures ciblées.

#### Concept de cas d'urgence

Des concepts d'alarme et d'urgence ont été élaborés pour tous les bureaux et mis à la disposition de tous les collaborateurs de manière bien visible. Nous pouvons ainsi garantir qu'en cas d'urgence, tous les collaborateurs ont accès aux informations nécessaires.

#### Formations

Tous les collaborateurs ont reçu une formation de premiers secours en entreprise, de sorte qu'en cas d'urgence, tout le monde est en mesure de réagir avec rapidité et compétence. Tous les collaborateurs reçoivent des instructions sur la sécurité au travail lors de leur entrée en fonction ainsi qu'à intervalles réguliers et suivent de manière autonome des formations sur la santé et la prévention. De plus, les collaborateurs du secteur Field Force reçoivent des formations spéciales sur la réalisation conforme de travaux électriques et d'installation dans des environnements exposés à un risque particulier.

#### Prévention et sensibilisation

Un domaine nouvellement créé sur l'intranet informe les collaborateurs sur des thèmes liés à la santé et à la sécurité au travail dans l'entreprise et dispense des connaissances approfondies sur la santé mentale et la forme physique. Les acquis sont évalués à l'aide de tests simples. Les collaborateurs peuvent ainsi suivre leur rythme d'apprentissage individuel et garantir qu'ils ont assimilé les informations et qu'ils peuvent les appliquer.

#### Audits

Des spécialistes de la CFST et de la MSST ont réalisé des audits externes de validation du concept de sécurité en mai et juin 2023.

#### Healthy Snacks

Dans le cadre de notre coopération avec Farmy, nous avons pu mettre en 2022 des fruits frais de qualité bio chaque semaine à la disposition de nos collaborateurs.

## Egalité des chances, inclusion et diversité

En tant qu'employeur prévoyant et agissant à l'échelle nationale, nous voulons attirer les collaborateurs les plus motivés, quel que soit leur âge, origine ethnique, religion, sexe ou identité sexuelle, et travailler dans plusieurs langues, que ce soit en interne ou en externe. Chez Livesystems, le respect mutuel, l'égalité des chances et une rémunération équitable vont de soi. Les principales directives concernant les relations internes sont notre code de conduite, le règlement de l'organisation et la politique du personnel de La Poste Suisse, qui s'applique à l'ensemble du groupe.

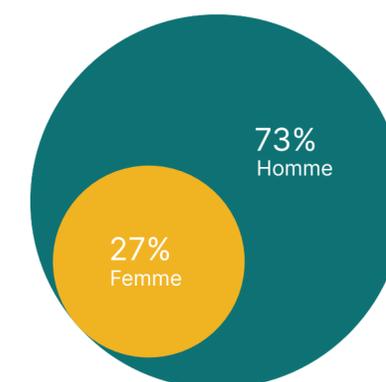
### Structure de l'équipe

En tant que fournisseur DOOH de grande portée, nous employons 78 personnes (57 hommes et 21 femmes) au siège de Liebefeld (BE) ainsi que sur les sites de Schlieren (ZH), Coire, Lausanne, Lucerne, Neuchâtel, Olten, Saint-Gall, Viège et dans nos deux entrepôts de Flamatt et Spreitenbach. 82% des employés travaillent à temps plein et 18% à temps partiel. En équivalent temps plein (ETP), cela représente une valeur de 74,67, soit une augmentation de 15% par rapport à l'année précédente, ce qui reflète la croissance de l'entreprise.

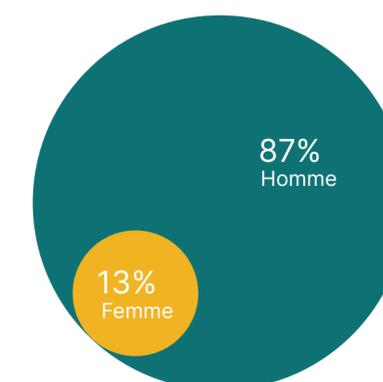
### Part des femmes

La part des femmes dans l'entreprise s'élève à 27% et n'a pas changé par rapport à 2021. La part des femmes à des postes de direction a pu légèrement augmenter (13% contre 9% l'année précédente). Notre objectif est de promouvoir les femmes à des postes de cadre et d'atteindre une part de 25% au cours des prochaines années.

Part des femmes en 2022



Femmes occupant des postes de direction



### Répartition démographique

Avec environ 72%, la classe d'âge des 30-50 ans constitue la majeure partie de l'effectif. 16,7% des employés ont plus de 50 ans, 12,8% des collaborateurs ont moins de 30 ans. On remarque ici un recul des collaborateurs plus jeunes (de 19,2% à 12,8%) par rapport à l'année précédente, alors que la part des plus de 50 ans augmente (de 11% à 16,7%).

Du point de vue de l'évolution démographique et de la pénurie de main-d'œuvre croissante, une gestion adaptée des générations produit dans tous les cas des effets positifs sur le développement de notre entreprise et sur sa performance économique. A l'avenir, nous mettrons principalement l'accent sur l'acquisition de collaborateurs de moins de 30 ans pour lesquels nous subissons actuellement un déficit important.

### Egalité salariale

La rémunération de nos employés constitue un facteur d'hygiène important. Tous les collaborateurs et collaboratrices sont employés directement chez Livesystems et ont un contrat de travail à durée indéterminée, à temps plein ou à temps partiel. Nous garantissons l'égalité salariale contractuelle pour hommes et femmes à formation et travail égaux. Outre leur salaire fixe, les collaborateurs travaillant dans le service Sales ou à un poste de direction bénéficient d'éléments de rémunération variables, lesquels sont liés à l'atteinte des objectifs convenus et représentent au maximum 50% de la rémunération brute.

### Conciliation entre vie privée et professionnelle

La flexibilité des horaires de travail revêt actuellement une grande importance pour la satisfaction des collaborateurs et

l'augmentation de l'attractivité de l'entreprise en tant qu'employeur à des fins d'acquisition de personnel qualifié. Chez Livesystems, nous proposons si possible à nos employés des modèles de temps de travail flexibles, qui tiennent compte de l'organisation du travail et des besoins de chaque collaborateur, de manière à créer une situation gagnant-gagnant pour les deux parties ainsi que pour l'environnement familial et privé. Le travail mobile en est une composante importante. Si le profil du poste le permet, tous les collaborateurs sont équipés de sorte à pouvoir travailler indépendamment du lieu.

### Congé parental

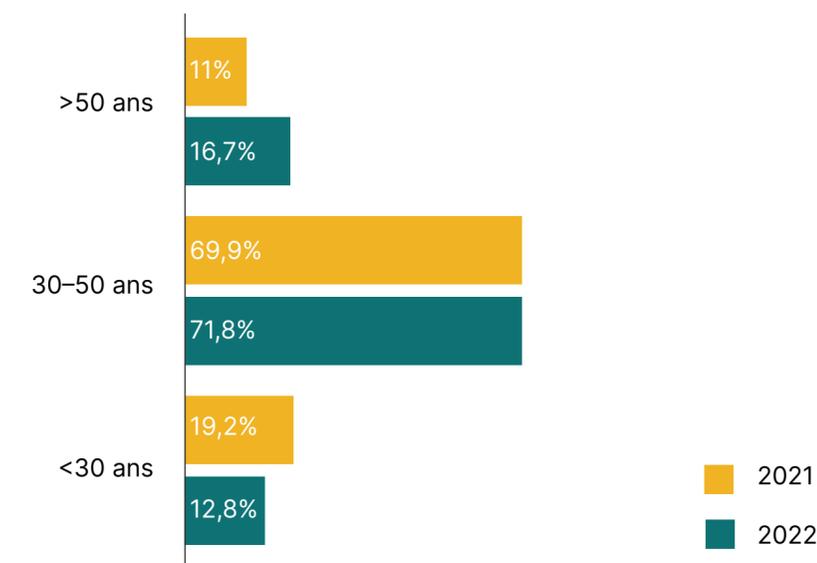
Livesystems a recueilli des chiffres clés sur le congé parental pour la première fois en 2022. Grâce à notre réglementation du congé parental, nous voulons contribuer à un lieu de travail inclusif et diversifié, où l'égalité des chances est totale. Aujourd'hui déjà, nos collaborateurs masculins bénéficient d'un congé parental intégralement rémunéré de 17 jours.

### Fluctuation

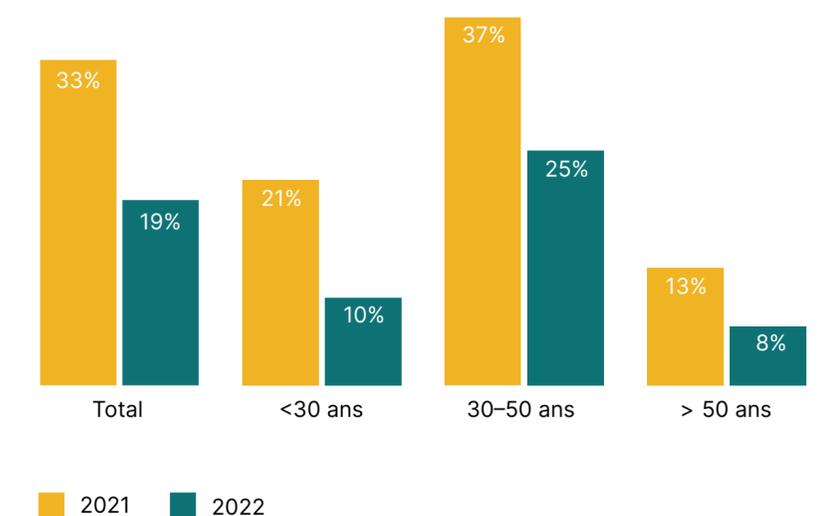
Au total, l'effectif de Livesystems a augmenté en 2022 de 15% en matière de postes et de 30% en termes de personnel par rapport à l'année précédente. Le taux de fluctuation global a diminué de 33% à 19%. Dans toutes les classes d'âge, les changements d'emploi ont fortement diminué, le taux de fluctuation le plus faible étant celui des collaborateurs de plus de 50 ans, avec seulement 8%.

L'ancienneté moyenne de nos collaborateurs (5,5 ans) est légèrement inférieure à celle de l'année précédente (5,9 ans).

### Employés par classe d'âge



### Fluctuation totale et par classe d'âge



Le calcul de la fluctuation est basé sur les travailleurs dont le contrat de travail est à durée indéterminée. Les emplois supprimés en raison des départs en retraite ne sont pas pris en considération ici.

## Inclusion

A l'avenir, nous voulons intégrer activement des personnes en situation de handicap physique ou mental dans notre organisation, et leur offrir des postes adaptés ou créer des partenariats. Nous pouvons ainsi profiter d'un cercle de collaborateurs potentiels plus diversifié et plus important en nombre, et contribuer ainsi à la stabilité sociale de la Suisse.

Notre retard actuel dans ce domaine est dû au manque de ressources opérationnelles, humaines et professionnelles pour l'encadrement des personnes en situation de handicap. Nous nous sommes fixé pour objectif de créer un poste de travail accessible sur les sites de Berne et de Zurich d'ici 2024. Nous visons également à mettre en œuvre une mesure de coopération avec un établissement inclusif à partir de 2023.

## Formation initiale et continue

Chez Livesystems, nous considérons l'apprentissage tout au long de la vie comme une opportunité de développement des connaissances et des compétences personnelles et professionnelles. Nous soutenons les formations continues internes mais également externes de nos collaborateurs d'un point de vue financier et en termes de répartition du temps. A partir de la deuxième année d'ancienneté, chaque collaborateur a droit à un budget de formation continue pouvant atteindre 6000 francs suisses.

Des formations sur des thèmes liés à l'entreprise, tels que la durabilité ou la sécurité au travail, sont proposées à l'ensemble des employés et sont parfois même obligatoires. L'enseignement de méthodes pertinentes et utiles et l'utilisation d'ou-

tils spécifiques ou de techniques d'application sont souvent assurés par des mentors internes qui se portent volontaires. Cela permet de transmettre efficacement des compétences professionnelles. De plus, ces informations sont consignées par écrit afin de garantir que tous les conseils et astuces importants soient prodigués aux nouveaux collaborateurs.

Pour acquérir les connaissances professionnelles et liées au service, nous travaillons intensivement au développement de notre gestion interne des connaissances. A titre d'exemple, la Sales Academy sert à la formation de nos collaborateurs de vente, et comprend un espace intranet et des formations régulières dispensées en ligne ou sur place sur des thèmes définis.

En 2022, la durée moyenne consacrée par nos collaborateurs aux mesures de formation continue rémunérées et offertes par Livesystems s'élevait à 8,4 heures. La participation à des ateliers entrant dans le cadre de réunions, les formations continues payées à titre privé et les mesures individuelles (telles que des cours de langue) ne sont pas comptabilisées dans ce chiffre. Livesystems n'emploie actuellement pas d'apprentis.

## Communication sur la durabilité

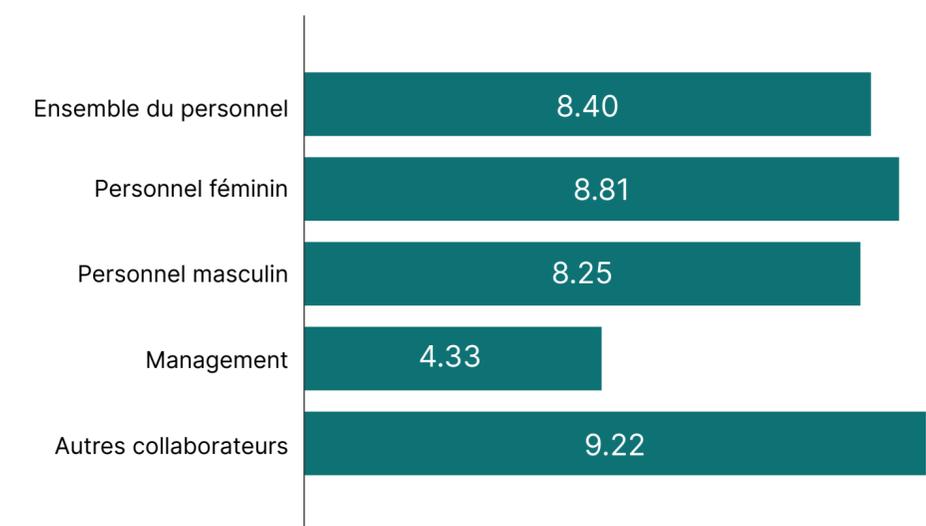
De par nos espaces publicitaires numériques, nous sommes un porte-parole pour la population suisse dans toutes les régions du pays. Nous touchons environ quatre millions de personnes par jour en Suisse à travers nos différents environnements.

Nous aimerions utiliser ce levier important de manière ciblée afin d'informer le grand public des thèmes actuels liés à la du-

rabilité et de communiquer des campagnes de sensibilisation. Nous voulons éveiller les consciences pour un mode de vie durable. En 2022 déjà, nous avons commencé à diffuser des contenus rédactionnels sur le développement durable (chiffres, données, faits) lors de journées d'action internationales. Cette communication avait notamment lieu sur les réseaux sociaux et via nos canaux dans les transports publics et les cityscreens (espaces publicitaires dans l'espace public).

En 2023, nous hisserons cette communication à un niveau supérieur, notamment par le biais de coopérations avec le WWF et la Fondation SOS Villages d'Enfants. Notre objectif est de sensibiliser largement le public et de transmettre des informations sur la durabilité, en se focalisant sur les sujets environnementaux et les aspects sociaux.

### Nombre moyen d'heures de formation par collaborateur et par an



## Intégration et satisfaction Personnel

Nous attachons une grande importance à la satisfaction de nos collaborateurs. Nous voulons atténuer les incertitudes et renforcer la confiance des employés, en particulier en cette période sujette à des bouleversements importants que nous connaissons avec l'intégration dans le groupe de La Poste Suisse depuis 2021.

Nous considérons que l'intégration, la communication, une culture de l'erreur assumée et l'estime sont les clés de la réussite. Notre enquête annuelle réalisée auprès des collaborateurs nous sert de baromètre de l'humeur et de la satisfaction au sein de Livesystems, tout en mettant les points faibles en évidence. Dans l'enquête de 2022, des potentiels d'optimisati-



on ont notamment été identifiés dans la gestion productive et assumée des erreurs et dans la communication des objectifs et des mesures. La direction aimerait les aborder activement. Notre objectif est d'améliorer la satisfaction du personnel de 5% l'année prochaine.

### Premières étapes essentielles pour la promotion de la participation et de la satisfaction du personnel

#### Plateforme d'échange avec le CEO

Une table rond est organisée via Teams environ tous les deux mois. Notre direction générale y informe le personnel sur des sujets d'actualité. Les collaborateurs ont la possibilité d'exprimer leurs questions et leurs requêtes en dialogue direct avec l'équipe de direction. Les sujets spécifiques peuvent être envoyés au préalable par e-mail.

#### Green Box

La boîte aux lettres « verte » virtuelle sert à collecter les propositions d'amélioration et offre aux collaborateurs un moyen d'apporter leurs idées d'amélioration sur divers sujets et d'optimiser et de co-structurer en permanence les processus de l'entreprise.

#### Avantages sociaux

Les employés de Livesystems ont la possibilité de bénéficier de prestations salariales accessoires ou de prestations complémentaires sous la forme d'avantages en nature gratuits ou à prix réduit, par l'intermédiaire de la maison mère La Poste Suisse.

#### Ateliers Kaizen

Dans le cadre du renforcement de l'orientation vers la durabilité au sein de l'entreprise, des ateliers Kaizen ont été organisés avec tous les col-

laborateurs et les services spécialisés. Ils avaient pour objectif d'inciter les collaborateurs à élaborer des propositions et solutions d'optimisation communes en ce qui concerne les structures, les processus, le produits et la communication interne. Les résultats ont donné lieu à des mesures de mise en œuvre, qui ont été réalisées. Les trois meilleures idées ont en outre été sélectionnées et récompensées par un comité composé de la direction et de collaborateurs. Dans le même temps, les ateliers ont offert un cadre idéal pour ancrer plus fortement le thème de la durabilité dans tous les esprits.

#### Événements d'équipe

Depuis 2022, chaque responsable d'équipe dispose d'un budget par personne pour l'organisation d'activités communes et de mesures de renforcement de l'équipe. Ce budget peut être utilisé sans accord préalable de la direction générale. En outre, Livesystems invite une fois par an tous les collaborateurs à une excursion en équipe de deux jours. En 2022, ce moment fort en commun a de nouveau eu lieu à l'Europa Park et a été une formidable occasion de rencontrer et de faire plus ample connaissance avec les collègues des autres sites dans un environnement relaxant.

#### Comité de durabilité

Pour ancrer plus fortement la gestion de la durabilité d'un point de vue structurel au sein de l'entreprise, un comité de durabilité composé de représentants de tous les services spécialisés sera formé à partir de 2023. Sous l'égide de la responsable de la gestion de la durabilité, il sert de prolongement aussi bien de l'état-major vers les équipes que des équipes et du comité vers la direction.

## Santé et sécurité au travail – notre gestion de la santé en entreprise

### Entrevue avec Corinne Blunier

Responsable du personnel de Livesystems Group AG

**Les thèmes de la santé et de la sécurité au travail sont des thèmes majeurs de la stratégie de durabilité de Livesystems. Pourquoi ces thèmes sont-ils si importants selon la direction générale et les RH ?**

La sécurité et la santé sont des besoins fondamentaux et revêtent donc une importance particulière pour nous. Notre personnel est notre principale ressource et son bien-être représente le fondement et la garantie du succès de notre activité commerciale. Mais c'est aussi notre responsabilité sociale qui nous motive à éviter tout effet néfaste sur la santé des personnes qui nous entourent.

En conséquence, nous voulons non seulement remplir les exigences légales minimales en tant qu'employeur, mais également créer de manière proactive des offres qui ont un impact bénéfique et préventif sur l'ensemble du personnel et sur le bien commun. Nous voulons ainsi garantir que nos collaborateurs restent chez nous le plus d'années possible. En raison de l'installation de nos écrans dans des environnements tels que les gares ferroviaires, les stations-service et les espaces publics, nous sommes en outre exposés en tant qu'entreprise à des risques et à des exigences de sécurité particuliers, ce qui nous oblige à mettre en place des structures et processus internes

adéquats en matière de sécurité au travail.

La responsabilité principale nous incombe en tant qu'employeur. Bien sûr, cela nous aide lorsque nos collaborateurs prennent soin de leur santé. Pour ce faire, nous les inspirons en permanence en leur proposant des conseils simples à mettre en pratique au quotidien. Nous misons en outre sur des campagnes de prévention, des initiatives de sensibilisation, des guides et des formations. Cela représente un levier important pour transmettre des connaissances et soutenir les collaborateurs.

**Livesystems a décidé d'instaurer un système de gestion de la santé dans l'entreprise (en abrégé : « GSE »). Qu'est-ce que cela signifie concrètement ?**

Cela signifie que nous avons fait de la santé de nos collaborateurs une mission de la direction. Outre l'intégration organisationnelle – la GSE est rattachée au service du personnel – et la nomination d'une responsable de la sécurité (CS), nous répondons systématiquement aux divers besoins des différents services et mettons des ressources adaptées à leur disposition. En externe, nous recourons en cas de besoin à des spécialistes de la sécurité au travail (en abrégé : « MSST »).

Notre équipe Field Force se déplace par exemple au quotidien dans toute la Suisse et gère l'inventaire DOOH. Les collègues travaillent souvent dans des environnements qui présentent des risques potentiels particuliers. Ceux-ci ont besoin d'autres mesures de prévention des accidents du travail et des maladies professionnelles que les collaborateurs exerçant une activité de bureau.

Notre objectif est de familiariser au mieux tous les collaborateurs au thème « Sécurité au travail et protection de la santé ».



Corinne Blunier, responsable du personnel de Livesystems Group AG

Nous souhaitons réduire le taux d'absentéisme pour cause de maladie et d'accident et éviter avec succès les accidents qui entraînent de graves séquelles.

**Quelles mesures ont déjà été mises en œuvre en 2022 ?**

En 2022, l'accent a été mis sur la mise en place des structures nécessaires et sur l'évaluation de la situation actuelle au sein de l'entreprise. À l'aide des instructions et informations détaillées de la solution modulaire MSST de Qualitätswerk, nous avons tout d'abord procédé à une évaluation de l'entreprise et défini les rôles et les fonctions au sein de l'entreprise qui doivent prendre en charge les tâches relatives à la sécurité au travail et à la protection de la santé.

Nous avons réalisé une évaluation des risques pour un total de 30 domaines de travail au moyen de listes de contrôle détaillées. Cette évaluation nous a aidés à définir toutes les forma-

tions devant être suivies par les collaborateurs des différents services, et à les inscrire dans le plan d'instruction. Ce plan sert de base de travail pour la mise en œuvre de mesures et le transfert de connaissances. Pour le domaine Field Force, nous avons également établi un plan de maintenance pour nos grues et nos machines.

Le lancement de nos mesures a eu lieu avec la formation aux premiers secours obligatoire organisée en décembre. Non seulement cette formation a fourni de précieuses informations sur le comportement à adopter en tant que secouriste, mais a également constitué une excellente activité de cohésion d'équipe. En 2023, l'accent portera sur le thème de la protection de la santé et de la prévention. Une multitude d'idées et de mesures existent également dans ce domaine.

### Tu es notre CS – quelle est ta mission ?

J'apprends à observer l'entreprise sous l'aspect de la sécurité. Ma mission consiste à identifier les risques potentiels et à les éviter ou à éliminer les sources de danger.

**« La santé mentale est encore souvent un sujet tabou dans le milieu professionnel. Une culture d'entreprise saine est primordiale pour des collaborateurs en bonne santé. »**

Les principaux jalons sont la mise en place d'un concept de sécurité pour notre organisation, la contribution à l'évaluation des

risques et la planification de mesures pour différents domaines et groupes d'intérêt.

Lorsque les mesures entérinées sont mises en œuvre, la motivation des collaborateurs à participer à tous les thèmes de prévention et de sécurité joue également un rôle important. Chacun est tenu de s'impliquer et de veiller à sa sécurité et à sa santé personnelles. Parfois, une petite impulsion suffit pour s'intéresser à des aspects tels que les formations à la sécurité ou l'organisation des cas d'urgence en sus des tâches professionnelles quotidiennes. Nous nous engageons à rappeler constamment ces thèmes importants aux collaborateurs et à créer pour tous la meilleure situation de départ possible pour leur santé et leur sécurité, tant sur le plan privé que professionnel.

### Selon toi, quels sont les principaux défis de la santé au travail ?

Deux des principaux défis sont certainement la motivation des collaborateurs et la réalisation des mesures.

Appréhender la prévention, la sécurité et la santé au travail n'est pas toujours compatible avec la routine quotidienne. Sensibiliser les collaborateurs à ces thèmes et les inciter à en prendre davantage conscience fait partie de mes attributions.

Les conditions de mise en œuvre des mesures prévues se distinguent par leur nature et leur complexité. Certaines équipes se déplacent dans toute la Suisse et sont rarement disponibles au bureau. D'autres collègues sont certes régulièrement à leur poste de travail au bureau, mais sont bien moins ouverts aux changements. Convaincre tous les collaborateurs et les intég-

rer dans ce processus évolutif est un grand défi.

La prise en compte et la protection de la santé mentale au travail jouent également un rôle important de nos jours. Ce genre de sujet reste encore souvent un grand tabou dans le milieu professionnel.

### Dans quelle mesure exactement ?

La condition psychique, mentale ou émotionnelle joue un rôle prépondérant. Si le psychisme est atteint, c'est l'individu et la qualité de son travail qui en pâtissent. D'après mon expérience, cela se reflète également dans le manque de motivation. Les collaborateurs parviennent moins à décompresser et à laisser leur journée de travail derrière eux. Ils présentent des symptômes tels que le cynisme, les agressions, voire des états dépressifs. Les problèmes psychiques tels que le stress dû au travail ou les dépressions n'impactent pas uniquement une seule personne mais peuvent entraîner du mécontentement au sein de toute une équipe.

Une culture d'entreprise saine est donc déterminante pour avoir des personnes et une productivité saines au sein de l'entreprise. La détection précoce est également primordiale. Cela implique que nous soyons proches de nos collaborateurs et que nous donnions l'exemple d'une culture du dialogue ouverte et transparente. Notre mission consiste à accompagner les personnes concernées et à instaurer des mesures qui offrent l'aide la plus rapide possible. C'est dans cette optique que nous voulons à l'avenir élaborer des concepts de manière proactive.

# Gouvernance



**43**

Direction d'entreprise responsable

**46**

Conformité

**46**

Sécurité informatique et des données

**47**

Transition numérique, innovation et technologie

## Direction d'entreprise responsable

Accomplir notre vision du développement durable exige de la confiance et de l'équité, une réflexion portée vers l'avenir, et sans cesse de nouvelles solutions innovantes. Sur le plan économique, notre entreprise priorise donc les thèmes de la conformité, de la sécurité informatique et des données, de la transition numérique, de l'innovation et de la technologie.



**Management**  
Objectifs atteints



**Communication**  
Objectifs partiellement atteints



**Conformité**  
Objectifs partiellement atteints



**Sécurité informatique et des données**  
Objectifs atteints

Objectifs	Mesures réalisées	Etat
	<b>Management</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Lancement d'un système de gestion de la durabilité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conception d'une stratégie de durabilité comprenant un système d'objectifs et d'indicateurs</li> <li>Mise en place d'un système de contrôle incluant une plateforme technique</li> <li>Collecte de données pertinentes issues de l'année de référence 2021 définie afin d'établir le bilan écologique de l'entreprise</li> <li>Enquête réalisée auprès des parties prenantes afin d'effectuer une analyse des risques et de l'importance relative</li> </ul>	Tous les objectifs ont été atteints.
	<b>Communication</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Promotion de la durabilité et de la protection du climat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Etablissement de directives et de codes internes spécifiques</li> <li>Organisation de journées d'action et d'ateliers Kaizen sur des thèmes liés à la durabilité à des fins d'analyse des besoins et de contribution active des collaborateurs</li> <li>Mise en place d'un espace durabilité sur l'intranet dédié au transfert de connaissances et à l'information</li> <li>Campagnes de sensibilisation internes et externes concernant des thèmes liés à la durabilité</li> <li>Mise en place d'une gestion des parties prenantes et d'un dialogue actif</li> <li>Adhésion et collaboration active à des réseaux de durabilité et des initiatives</li> <li>Diffusion de campagnes de communication sur des thèmes liés à la durabilité via les espaces publicitaires DOOH</li> <li>Mise en place d'un partenariat avec des ONG pour promouvoir la communication DOOH sur la durabilité</li> </ul>	<p>Des directives et codes pertinents ont été instaurés et sont à la disposition des collaborateurs. Les ateliers Kaizen réalisés et diverses campagnes de communication ont permis de sensibiliser les collaborateurs aux thèmes de la durabilité et ont déjà donné naissance à de nombreuses idées intéressantes. Le dialogue entre parties prenantes a été intensifié avec nos fournisseurs et la maison mère La Poste Suisse, et d'autres mesures sont d'ores et déjà prévues. La diffusion d'informations relatives à la diversité par le biais de nos écrans numériques dans les transports publics a été une étape importante. Nous avons également publié des chiffres, des données et des faits informatifs concernant diverses journées d'action générales dans le News Loop.</p> <p>Parallèlement à cela, nous avons lancé dans ce contexte un partenariat avec des ONG pour 2023.</p>
	<b>Conformité</b>	
Mise en place d'un système de conformité	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instauration des directives de conformité à l'échelle de La Poste Suisse</li> <li>Instauration du processus de visa des factures fournisseurs (principe du double contrôle)</li> <li>Réalisation d'audits internes par La Poste Suisse SA</li> </ul>	Nous sommes sur la bonne voie.

Objectifs	Mesures réalisées	Etat
 <p><b>Sécurité informatique et des données</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Respect de toutes les exigences d'audit interne de La Poste Suisse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nomination d'un responsable de la protection des données</li> <li>• Implémentation de la gestion des risques et des processus selon les dispositions de la norme ISO-27001</li> <li>• Instauration d'une gestion des réclamations</li> </ul>	<p>Tous les objectifs ont été atteints.</p>

## Conformité

En tant que filiale, nous sommes associés au système de gestion de la conformité de La Poste Suisse et soumis aux mécanismes internes de prévention des violations des normes et de l'éthique. Ce système a été lancé chez Livesystems en 2022. Le respect des droits humains sur nos sites et le long de la chaîne de création de valeur fait partie de notre identité. Nous ne tolérons ni le travail forcé, ni le travail des enfants, ni même le travail au noir, et nous reconnaissons la Déclaration universelle des droits de l'homme ainsi que les lois et réglementations nationales et internationales en matière de droit du travail qui nous sont applicables.

Le premier point de contact organisationnel pour les infractions aux règles et les sujets liés au portefeuille de conformité est le service Conformité pour les collaborateurs et les groupes d'intérêt externes. Il rend compte à la commission spécialisée Conformité, laquelle rend compte à son tour à la direction du groupe. Une fonction de conformité autonome n'a pas été instaurée jusqu'ici au sein de Livesystems. Il incombe toutefois aux cadres de rappeler à l'ordre les collaborateurs concernés en cas de comportement manifestement incorrect et de prendre des sanctions en cas de non-respect ultérieur (lesquelles peuvent aller d'un avertissement au licenciement).

Aucune infraction ou cas litigieux concernant Livesystems n'a été signalé en 2022.

## Premières étapes essentielles pour la promotion de la conformité

Les lignes directrices pour gérer l'entreprise de façon pleinement responsable tiennent compte non seulement du cadre réglementaire actuel, mais intègrent aussi les valeurs de notre entreprise, nos principes éthiques et nos règles de conduite, et évidemment aussi les intérêts de nos parties prenantes internes et externes. Nous avons pour cela établi des règles de conformité appropriées, qui garantissent une concurrence loyale et renforcent la confiance à l'égard de notre entreprise :

### Code de conduite

Le code de conduite définit les relations respectueuses et conformes à la loi que tous les collaborateurs doivent entretenir entre eux ainsi qu'avec les clients, les fournisseurs et les autres représentants de groupes d'intérêt. Il fait partie intégrante du contrat de travail.

### Code des fournisseurs

Notre code des fournisseurs définit les exigences minimales en matière de comportement éthique et socialement conforme auxquelles sont soumis les prestataires et les fournisseurs. Il impose également la protection des travailleurs conformément aux normes nationales et internationales, aux droits humains, aux droits fondamentaux et aux droits du travail.

### Lancement du processus de visa

Une procédure de vérification impliquant un double contrôle a été instaurée en 2022 pour les factures fournisseurs dans le service financier.

## Sécurité informatique et des données

En tant que fournisseur de services numériques, notre objectif premier est de garantir une totale confidentialité des données numériques, parfois sensibles, des entreprises, des collaborateurs et des clients dans les systèmes de Livesystems, de la première prise de contact jusqu'à la diffusion des campagnes. Nous voulons donc continuellement développer nos compétences informatiques et investir dans la sécurité des informations et des données. Des mécanismes et processus internes doivent permettre d'identifier et de réduire les risques de sécurité potentiels.

**« Le respect des dispositions légales relatives à la protection des données en Suisse et dans l'UE est pour nous une évidence. »**

Le respect des dispositions légales relatives à la protection des données en Suisse et dans l'UE est pour nous une évidence. L'ensemble de nos données sont hébergées en Suisse par un fournisseur de cloud local situé à proximité immédiate de notre site principal de Liebefeld.

Nous soumettons nos processus internes et nos produits numériques à des tests de stress réguliers, réalisés par les services informatiques de La Poste Suisse. Cela nous permet d'identifier de manière précoce les tentatives d'attaques et de

prendre des contremesures efficaces. Des contrôles de sécurité mensuels au niveau du groupe et des audits trimestriels sont effectués conformément aux exigences de la norme ISO 27001 afin d'analyser les risques.

En 2022, aucune infraction aux exigences de sécurité informatique et des données causée par Livesystems n'a été signalée par des parties prenantes internes ou externes.

## Premières étapes essentielles pour une meilleure sécurité informatique et des données

### Intégration du personnel

Lancement de la fonction de responsable de la protection des données avec responsabilité de rapport directe pour la sécurité du groupe.

### Intégration des processus

Les exigences opérationnelles de protection des données et de sécurité informatique ont été définies et intégrées dans les processus opérationnels.

### Audits internes

Des audits internes réguliers permettent d'identifier les risques pour la protection des données de manière précoce et d'élaborer des contremesures efficaces.

## Transition numérique, innovation et technologie

Grâce à notre compétence numérique, nous nous positionnons comme élément moteur de la transformation numérique dans l'espace public de la Suisse. Par le biais de nos espaces numériques, nous pouvons non seulement diffuser les campagnes publicitaires de nos clients, mais aussi et surtout des informations destinées aux citoyens et des contenus d'actualité sur l'ensemble du territoire suisse, en temps réel, garantissant ainsi aux villes et aux communes une valeur ajoutée efficace pour la communication avec et au sein de la société. Pour ce faire, nous misons sur des technologies innovantes et efficaces et sur des produits dotés d'une longue durée de vie.

## Premières étapes essentielles dans le domaine de la transition numérique, de l'innovation et de la technologie

### Inventory Finder

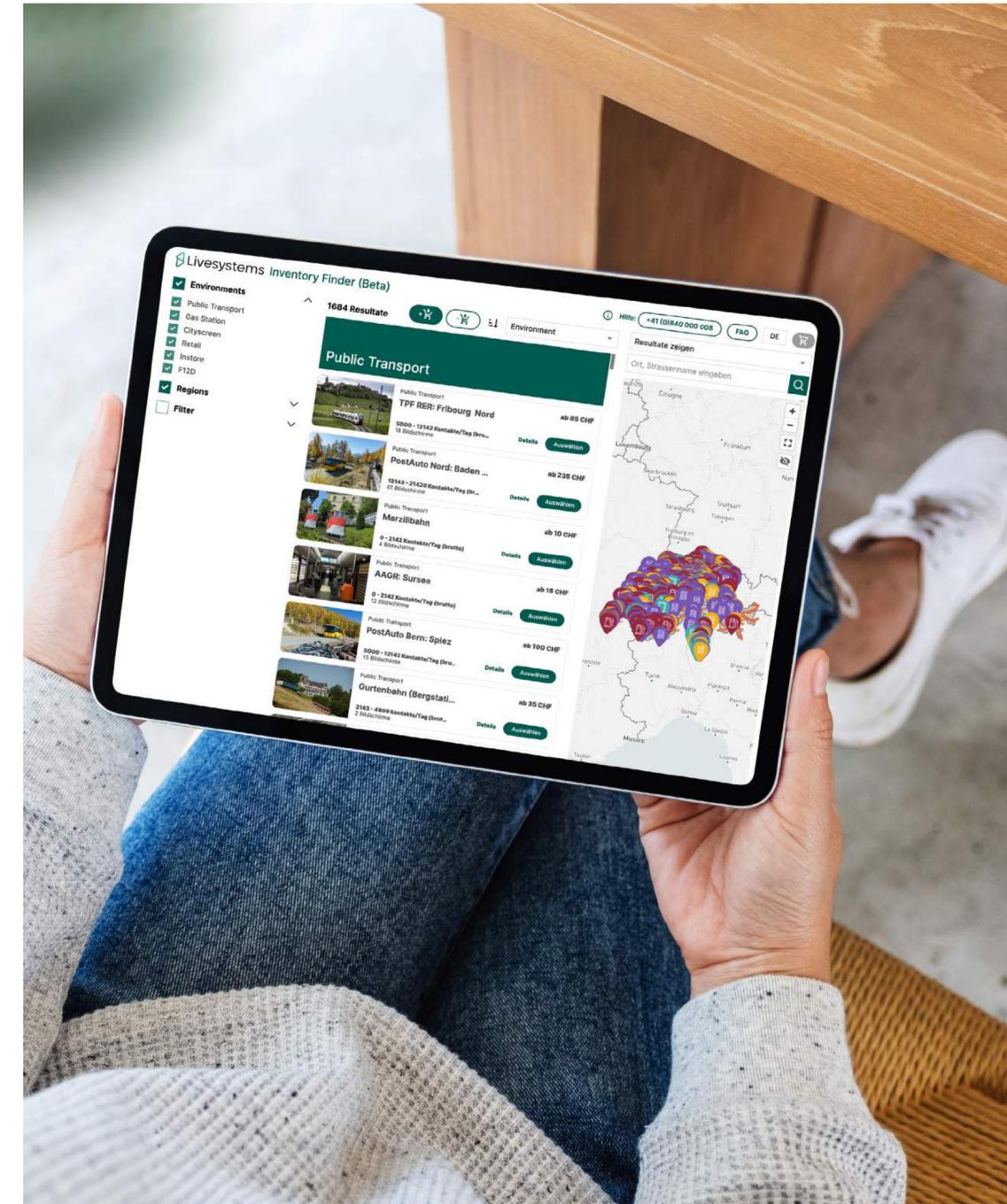
Grâce à notre nouvel outil de planification des campagnes, nous offrons une vraie valeur ajoutée à notre clientèle – transparente, efficace et efficace. Dès la phase de développement, nous avons appliqué des méthodes flexibles et placé la perspective client au centre de nos préoccupations.

### Processus internes

Passage des procédures administratives dans le domaine des finances et de l'administration à des solutions numériques.

### Inventaire DOOH

Investissement dans du nouveau matériel informatique à LED plus économe en énergie.



Le Livesystems Inventory Finder

## Transition numérique, compétence en matière d'innovation et nouvelles technologies comme vecteurs de durabilité

**Yves Kilchenmann**, co-fondateur, co-directeur et Chief Technical Officer, et **Philipp Egli**, Head of Marketing, sont les têtes pensantes de Livesystems en matière d'innovation. Pour eux, durabilité et transition numérique vont de pair.

**Qu'entend Livesystems par « transition numérique » ? S'agit-il exclusivement de développer les espaces publicitaires numériques ? Quels champs d'action stratégiques ont été définis ?**

Nous sommes fournisseur de solutions publicitaires DOOH. La



Yves Kilchenmann, co-fondateur, co-directeur et Chief Technical Officer

transition numérique constitue donc le fondement de notre activité commerciale et est fermement ancrée dans notre stratégie. Toutefois, nous entendons par là non seulement l'offre et le développement d'espaces publicitaires numériques, mais définissons ce sujet de manière beaucoup plus large.

Transition numérique signifie tout d'abord automatisation. La numérisation et l'automatisation des processus nous permettent d'optimiser efficacement les processus dans tous les secteurs d'activité. Nous accompagnons en outre le processus de changement numérique grâce à une gestion des connaissances et des applications spécifique pour nos collaborateurs.

Deuxièmement, transition numérique signifie surtout optimisation de la qualité. Grâce à des offres numérisées destinées à notre clientèle et notre personnel, nous pouvons garantir une accessibilité à nos produits et à nos services sensiblement améliorée et simplifiée. Cela nous rend flexibles, efficaces et accroît la valeur ajoutée pour le client. En plaçant les besoins de la clientèle au centre de nos actions, nous pouvons élaborer les solutions les mieux adaptées à ses besoins.

**« Les mesures Kaizen pénètrent par le biais de l'informatique dans tous les domaines de l'entreprise et permettent de réaliser des économies d'énergie. »**

Enfin, nous considérons la transition numérique comme une opportunité de mieux percevoir le monde des affaires. Nous réinventons les processus existants, utilisons des technologies innovantes et incitons à adopter de nouveaux modes de pensée.

**Quels sont les principaux moteurs de la transition numérique ?**

Naturellement, les exigences de notre marché cible sont déterminantes. En tant que précurseurs de la publicité numérique extérieure, nous sommes en mesure de rester compétitifs et de créer de nouvelles tendances sur tout le marché suisse. Le secteur est soumis à un taux d'innovation élevé et ne dort jamais. Nous voulons être le « best in class » sur le long terme. Les gains d'efficacité liés aux technologies numériques peuvent également avoir des effets positifs sur les coûts, notamment quant à la consommation d'énergie et à la durée de vie des produits.

**Quel rapport ont la transition numérique et l'innovation avec la durabilité ? Quels domaines de l'entreprise sont particulièrement tenus de s'adapter à la transition numérique ?**

Nombreux sont les chemins qui mènent à Rome. La voie la plus directe semble à première vue être l'itinéraire idéal. Mais moins de kilomètres ne signifie pas toujours moins de consommation de carburant. Il en va de même pour la transition numérique. Parmi un grand nombre de solutions potentiellement envisageables, il faut sélectionner la solution la plus adaptée. La durabilité au sens d'efficacité et d'efficacité en est alors la conséquence.

Les aspects de la transition numérique évoqués sont en soi favorables à la durabilité : les optimisations de processus, les méthodes de gestion au plus juste ou le développement Agile trouvent leur voie dans tous les domaines de l'entreprise via l'informatique en tant que « mesures Kaizen » et aident à « économiser de l'énergie » au sens figuré. L'accent est mis en particulier sur la dissolution de la « dette technique ». Des solutions simples, rapides et à faibles coûts occasionnent sou-

vent une hausse des « dettes techniques » par rapport à des solutions durables et plus efficaces sur le long terme.

La transition numérique requiert des changements, donc des innovations. Les dettes techniques peuvent nuire à la capacité d'innovation et à la mise en œuvre de nouvelles idées. Il est difficile d'essayer de nouvelles choses lorsqu'on est occupé à entretenir l'existant. L'implication de tous les secteurs d'activité est donc importante pour nous. Une démarche complexe qui requiert des échanges étroits.



Philipp Egli, Head of Marketing

### Quelles furent en 2022 les étapes les plus importantes pour Livesystems ?

Pour nous, il y a eu trois étapes importantes :

**Infrastructure** : nous avons volontairement investi dans du nouveau matériel informatique de meilleure efficacité énergé-

tique pour notre inventaire DOOH (écrans LED) et également dans l'équipement de notre entreprise. Nous obtenons ainsi plus de puissance pour une consommation comparable, voire plus faible dans le meilleur des cas.

**Processus** : nous avons commencé à numériser nos processus internes. Cela permet de gagner du temps et d'économiser une grande quantité de papier, qui sont tous deux des ressources importantes.

**Produits** : le nouvel outil de planification Inventory Finder nous a permis de créer une immense valeur ajoutée pour nos clients et de nous positionner de manière optimale d'un point de vue économique.

### Quelle est la plus grande valeur ajoutée de l'outil Inventory Finder ? Quel groupe cible en profite ? Les partenaires commerciaux et les clients sont-ils intégrés automatiquement dans les processus de création de valeur ? Si tel est le cas, de quelle manière ?

L'Inventory Finder nous permet de présenter l'ensemble de notre inventaire en ligne sur toutes les spécifications des sites. Les clients peuvent ainsi consulter les valeurs de performance correspondantes en quelques clics et planifier des campagnes en fonction de leurs souhaits. Cet outil rend nos produits plus accessibles, augmente la qualité de nos services pour notre clientèle et permet une meilleure comparabilité avec le marché. D'une manière générale, il accélère sensiblement le processus, autant pour les clients que pour nous en tant que fournisseur.

### Quelle est la suite ? Quels sont les objectifs fixés ? Quels projets doivent être réalisés ?

En 2023 également, nous lancerons des projets porteurs de valeur ajoutée du point de vue du client. Citons par exemple le déploiement d'un nouveau système CRM qui nous offre non seulement une vue client à 360 degrés, mais qui répond également aux exigences accrues en termes de sécurité des données. En outre, nous optimiserons les interactions entre nos systèmes internes afin de raccourcir les distances et d'accélérer les processus.

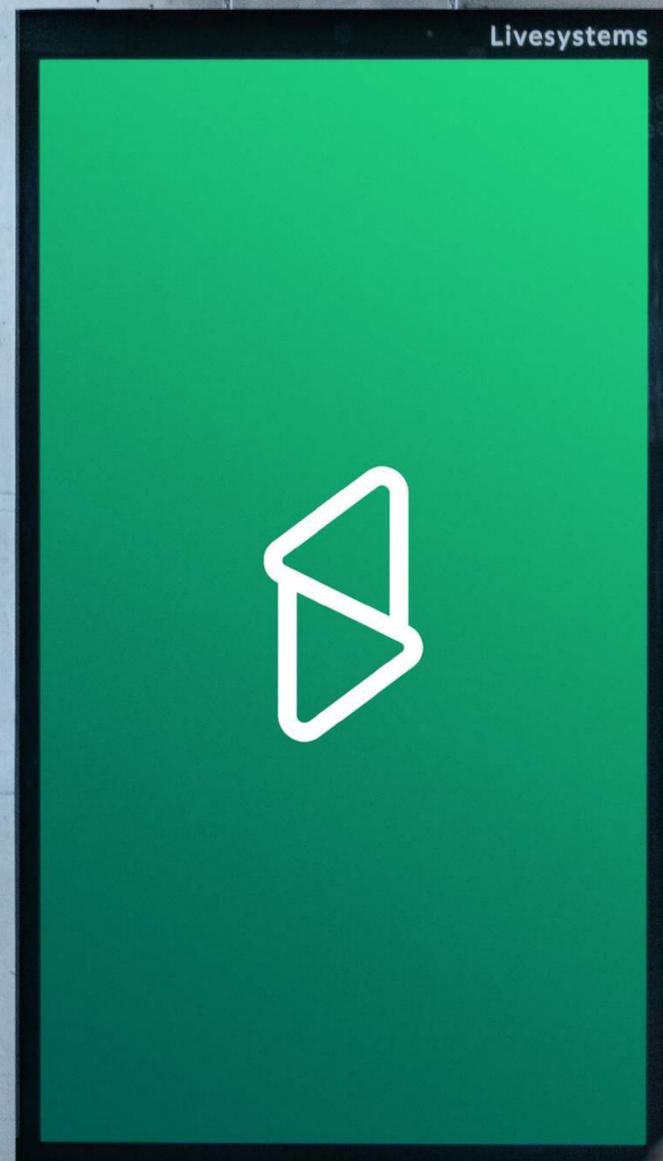
« L'avenir du secteur publicitaire DOOH est rapide, transparent et en temps réel. »

Nous continuerons à étendre et optimiser l'Inventory Finder et l'outil de réservation en ligne. L'un des futurs mots-clés sera « Programmatique » – la publicité programmatique nous permettra de développer de nouveaux canaux de distribution.

### Quel est l'avenir numérique dans le secteur publicitaire Digital Out of Home ?

Rapide, transparent, en temps réel, comparable et différent. Les espaces publicitaires numériques offrent des formats publicitaires totalement inédits ; on pensera par exemple aux formats 3D, 4D, AR ou VR. En principe, tout est possible et il sera intéressant de découvrir les idées créatives qui en découleront pour tirer profit des technologies novatrices. Aujourd'hui, le client a la possibilité de découvrir le produit publicitaire immédiatement, dès qu'il se produit et non pas après la campagne.

# Index GRI



## 51

Index GRI – informations générales

## 52

Index GRI – informations spécifiques – thèmes essentiels

## 55

Mentions légales

## Index GRI

### Informations générales

L'organisation et ses pratiques de reporting			
Norme GRI	Indication		Renvoi/information
GRI 2 : informations générales 2021	2-1	Profil de l'organisation	14
	2-2	« Entités prises en compte dans le rapport de durabilité de l'organisation »	15
	2-3	Période couverte par le rapport, fréquence du rapport et point de contact	3, 52
	2-4	Rectification ou nouvelle présentation des informations. L'index comprend des références aux normes de la Global	52
Activités et collaborateurs/-trices			
Norme GRI	Indication		Renvoi/information
GRI 2 : informations générales 2021	2-6	Activités, chaîne de création de valeur et autres relations commerciales	14, 17
	2-7	Employés	36-37
	2-8	Collaborateurs/-trices qui ne sont pas employé/-es	non applicable
Direction de l'entreprise			
Norme GRI	Indication		Renvoi/information
GRI 2 : informations générales 2021	2-9	Structure et composition de la direction	15
	2-10	Nomination et sélection de l'organe de contrôle suprême	15
	2-11	Président de l'organe de contrôle suprême	15
	2-12	Rôle de l'organe de contrôle suprême dans la supervision de la gestion des conséquences	10, 16
	2-13	Délégation de la responsabilité pour la gestion des conséquences	46
	2-14	Rôle de l'organe de contrôle suprême dans le reporting de durabilité	15-16
	2-15	Conflits d'intérêts	46
	2-16	Transmission des demandes critiques	46
	2-17	Connaissances collectées par l'organe de contrôle suprême	15-16
	2-18	Evaluation de la prestation de l'organe de contrôle suprême	15-16
	2-19	Politique salariale	aucune indication, car société du groupe de La Poste Suisse
	2-20	Procédure de fixation de la rémunération	
2-21	Ratio de la rémunération annuelle totale		

Stratégie, directives et pratiques			
Norme GRI	Indication		Renvoi/information
GRI 2 : informations générales 2021	2-22	Déclaration d'application de la stratégie de développement durable	4
	2-23	Déclaration d'engagement sur les principes et les modes d'action	6-7
	2-24	Instauration d'obligations	46-47
	2-25	Procédure d'élimination des effets négatifs	24-26, 33-34, 43-45
	2-26	Procédure de sollicitation de conseils et de signalement des demandes	46
	2-27	Respect des lois et des ordonnances	46
	2-28	Adhésion à des associations et groupes d'intérêt	19-20
Implication des parties prenantes			
Norme GRI	Indication		Renvoi/information
GRI 2 : informations générales 2021	2-29	Approche pour l'implication des parties prenantes	18-20
	2-30	Conventions collectives	non applicable

## Informations spécifiques – thèmes essentiels

Liste des thèmes essentiels			
Norme GRI	Indication		Renvoi/information
GRI 3 : thèmes essentiels 2021	3-1	Procédure de définition des thèmes essentiels	21-22
	3-2	Liste des thèmes essentiels	21
Pratiques d'achat			
Norme GRI	Indication		Renvoi/information
GRI 3 : thèmes essentiels 2021	3-3	Gestion des thèmes essentiels	10-13
GRI 204 : pratiques d'achat 2016	204-1	Part des dépenses pour les fournisseurs locaux	29

<b>Lutte contre la corruption</b>			
<b>Norme GRI</b>	<b>Indication</b>		<b>Renvoi/information</b>
GRI 3 : thèmes essentiels 2021	3-3	Gestion des thèmes essentiels	10-13
GRI 205 : lutte anticorruption 2016	205-2	Communication et formations sur les directives et procédures de lutte contre la corruption	46
<b>Energie</b>			
<b>Norme GRI</b>	<b>Indication</b>		<b>Renvoi/information</b>
GRI 3 : thèmes essentiels 2021	3-3	Gestion des thèmes essentiels	10-13
GRI 302 : énergie 2016	302-1	Consommation d'énergie au sein de l'organisation	27
	302-4	Réduction de la consommation d'énergie	25, 27, 29
<b>Matériaux</b>			
<b>Norme GRI</b>	<b>Indication</b>		<b>Renvoi/information</b>
GRI 3 : thèmes essentiels 2021	3-3	Gestion des thèmes essentiels	10-13
GRI 301 : matériaux 2016	301-1	Matériaux utilisés par poids ou volume	30-31
	301-3	Produits recyclés et leurs matériaux d'emballage	30-31
<b>Emissions</b>			
<b>Norme GRI</b>	<b>Indication</b>		<b>Renvoi/information</b>
GRI 3 : thèmes essentiels 2021	3-3	Gestion des thèmes essentiels	10-13
GRI 305 : émissions 2016	305-1	Emissions directes de GES (scope 1)	28
	305-2	Emissions indirectes de GES liées à l'énergie (scope 2)	28
	305-3	Autres émissions indirectes de GES (scope 3)	28
	305-5	Réduction des émissions de GES	25, 28, 29
<b>Eaux usées et déchets</b>			
<b>Norme GRI</b>	<b>Indication</b>		<b>Renvoi/information</b>
GRI 3 : thèmes essentiels 2021	3-3	Gestion des thèmes essentiels	10-13
GRI 306 : déchets 2020	306-3	Déchets générés	31

<b>Emploi</b>			
<b>Norme GRI</b>	<b>Indication</b>		<b>Renvoi/information</b>
GRI 3 : thèmes essentiels 2021	3-3	Gestion des thèmes essentiels	10-13
GRI 401 : emploi 2016	401-1	Employés nouvellement embauchés et fluctuation du personnel	37
<b>Protection de la santé et de la sécurité au travail</b>			
<b>Norme GRI</b>	<b>Indication</b>		<b>Renvoi/information</b>
GRI 3 : thèmes essentiels 2021	3-3	Gestion des thèmes essentiels	10-13
GRI 403 : santé et sécurité sur le lieu de travail 2018	403-5	Formations du personnel à la santé et sécurité au travail	35, 40-41
	403-6	Promotion de la santé des collaborateurs	35, 40-41
<b>Formation initiale et continue</b>			
<b>Norme GRI</b>	<b>Indication</b>		<b>Renvoi/information</b>
GRI 3 : thèmes essentiels 2021	3-3	Gestion des thèmes essentiels	10-13
GRI 404 : formation initiale et continue 2016	404-1	« Nombre d'heures moyen pour la formation initiale et continue par employé et par an »	38
	404-2	Programmes d'amélioration des compétences des employés et concernant l'aide à la transition	38
<b>Diversité et égalité des chances</b>			
<b>Norme GRI</b>	<b>Indication</b>		<b>Renvoi/information</b>
GRI 3 : thèmes essentiels 2021	3-3	Gestion des thèmes essentiels	10-13
GRI 405 : diversité et égalité des chances 2016	405-1	Diversité au sein des organes de contrôle et parmi les employés	36-37
<b>Protection des données clients</b>			
<b>Norme GRI</b>	<b>Indication</b>		<b>Renvoi/information</b>
GRI 3 : thèmes essentiels 2021	3-3	Gestion des thèmes essentiels	10-13
GRI 418 : protection des données clients 2016	418-1	« Réclamations justifiées en rapport avec la violation de la protection et la perte de données clients »	46

Le présent rapport de durabilité a été rédigé sur la base des normes GRI. Il est publié une fois par an, au cours du deuxième trimestre. En raison de son ampleur, le rapport de durabilité de l'entreprise est facultatif. L'établissement de ce rapport n'a donc pas été soumis à un contrôle externe des données. Toutefois, Livesystems rapporte également ses données à la maison mère, La Poste Suisse, elle est donc impliquée dans son processus de contrôle interne et externe. Pour toute question relative au présent rapport ou pour obtenir de plus amples informations, vous pouvez nous contacter par e-mail à l'adresse [media@livesystems.ch](mailto:media@livesystems.ch)

Livesystems SA  
Waldeggstrasse 51  
3097 Liebefeld  
+41 840 000 008

### Contact presse

Mirjam Tschachtli  
Head of Communications  
+41 44 205 51 86  
[media@livesystems.ch](mailto:media@livesystems.ch)

### Corporate Sustainability Management

Antje Jurke  
Head of Sustainability-Management  
+41 44 205 51 83  
[antje.jurke@livesystems.ch](mailto:antje.jurke@livesystems.ch)

### Editeur

Livesystems SA  
Waldeggstrasse 51  
3097 Liebefeld  
+41 840 000 008  
[contact@livesystems.ch](mailto:contact@livesystems.ch)

### Design

TIPTOE Marketing AG  
Effingerstrasse 53  
3008 Berne  
[hallo@tip-toe.ch](mailto:hallo@tip-toe.ch)