



COMMUNICATION SUR LE PROGRÈS 2011

CoP : Communication On Progress



DFC² DIFFUSION S.A.S.
ZA de la Forêt
27 rue de la Petite Meilleraie
44840 Les Sorinières

www.dfc2.fr - contact@dfc2.biz

Sommaire



2

- Introduction page 3
- Présentation de la société pages 4-5
- Lettre d'engagement du dirigeant page 6
- Nos actions en faveur du Pacte Mondial
 - DFC²** et l'Homme pages 7-13
 - DFC²** et l'environnement pages 14-21
 - DFC²** et ses fournisseurs pages 22-23
 - Des actions récompensées page 24
- Nos projets d'actions en faveur du Pacte Mondial page 25

Introduction



3



Notre politique Qualité et Développement Durable repose sur l'engagement fort d'appliquer les dix principes du Pacte Mondial de l'ONU. Elle œuvre pour le partage et la diffusion de ces valeurs, de respect des autres et de l'environnement, au sein de l'entreprise. Notre démarche responsable et son implication sont incarnées concrètement par l'Éthique Produits®. Le présent rapport est le reflet des actions mises en place en 2010, leurs effets, ainsi que les axes de progrès identifiés.

Présentation de la société



4

Présentation générale

Grossiste en fournitures pour les professionnels du bâtiment, **DFC²** a été créée en 1990. « Hyperspécialiste » et distributeur Monomarque, nous nous détachons volontairement de l'étiquette du quincaillier généraliste. En effet, nous avons opté pour une politique de partenariat avec nos fournisseurs, sélectionnés pour la qualité de leurs relations humaines, leur capacité à innover, leur technique, leurs prix et la provenance des produits. Nous sommes une PME qui compte aujourd'hui 63 personnes. Notre entreprise est présente sur les régions Pays de la Loire et Bretagne.

Nos activités

- La vente d'articles d'équipement du bâtiment, de consommables
- La vente et la démonstration d'outillage
- La motorisation de portes et portails et le contrôle d'accès
- L'élaboration et le suivi de plan de combinaison de clés
- Le conseil et l'expertise produits
- L'assistance technique sur chantier





Présentation de la société

5

L'Éthique Produits®

Ce concept a vu le jour en 1996 dans notre entreprise, c'est Benoît Couteau, Président fondateur de **DFC²**, qui en est l'instigateur. L'Éthique Produits® se traduit par des actions concrètes en faveur du Développement Durable.

« C'est la réflexion d'hommes et de femmes d'une entreprise, sur certaines conséquences du développement économique sur les populations et sur l'environnement.

Sans faire ici de réquisitoire contre la mondialisation, nous espérons convaincre nos partenaires commerciaux que l'on a le pouvoir, mais aussi le devoir, de conjuguer rentabilité et respect de l'Humain dans nos relations commerciales.

Nous espérons les persuader que nous avons la capacité de tenir compte des questions sur l'Environnement dans nos comportements quotidiens. »

Benoît Couteau,
Président de **DFC² DIFFUSION**

Lettre d'engagement du dirigeant



6

Monsieur le Secrétaire Général,

Par cette lettre, je suis heureux de vous confirmer que l'entreprise **DFC²** renouvelle ses engagements à soutenir les dix principes du Pacte Mondial des Nations Unies concernant les droits de l'homme, les droits du travail, la protection de l'environnement et la lutte contre la corruption. Nous vous exprimons de plus notre volonté de faire progresser ces principes dans notre domaine d'influence et nous vous confirmons les avoir intégrés dans la stratégie de notre compagnie, sa culture commerciale et ses modes opératoires. Nous nous engageons également à faire une déclaration claire et publique sur ce sujet et à en informer nos employés, nos partenaires commerciaux et nos clients. Dans notre logique de responsabilité et de transparence, nous rendons publics les résultats de nos actions en faveur de la bonne application des dix principes du Pacte Mondial grâce à notre Communication sur le Progrès que nous rédigerons chaque année.

Vous trouverez ci-joint la première édition de notre Communication sur le Progrès.

Avec tout mon engagement,

Benoît Couteau,

Président de **DFC² DIFFUSION**

DFC² et l'Homme



7

La Commission Éthique Produits®

C'est un groupe de travail et de réflexion constitué de salariés de **DFC²**. La Commission Éthique Produits® (C.E.P.) est ouverte à tous sans limite de nombre et sur la base du volontariat.

La C.E.P. se réunit tous les deux mois et travaille essentiellement autour de 2 axes :

- ➡ la sensibilisation et l'information des parties prenantes de l'entreprise (clients, fournisseurs, salariés, investisseurs...) avec des animations comme la semaine de l'Éthique Produits®, les Défis Éthiques...
- ➡ l'amélioration de nos gestes quotidiens visant à réduire notre impact sur l'environnement. Des « Pense pas bête » sont ainsi affichés pour rappeler les gestes simples, comme fermer les robinets, baisser les chauffages, trier les déchets...

La C.E.P est composée :

- D'une **responsable** : Elise Fontaine, animant et représentant cette commission devant la Direction de **DFC²**, elle est l'interface entre les membres de la C.E.P. et les autres salariés, elle est également le porte-parole.
- Des **membres actifs** : les 10 salariés volontaires participent aux activités et projets et sont présents à toutes les réunions.

La Commission dispose d'un budget qui lui est propre.



L'objectif principal de la C.E.P. =
Faire vivre l'Éthique Produits® au sein de **DFC²**

DFC² et l'Homme



8

L'environnement de travail

Dans notre entreprise, il existe une **Délégation Unique du Personnel**, qui comprend le comité d'entreprise, les délégués du personnel et en réunit les attributions.

Avec la D.U.P les salariés en éprouvant le besoin ont l'occasion d'être écoutés par les représentants qui peuvent faire part à la Direction des réclamations individuelles ou collectives relatives aux salariés, à l'hygiène, à la sécurité, à l'application du code du travail, des autres lois sociales, de la convention collective et des éventuels accords d'entreprise, des usages de la profession et de l'entreprise.

La D.U.P peut également saisir l'inspecteur du travail de toutes les plaintes et observations relatives à l'application des lois et règlements dont il est chargé d'assurer le contrôle.

La D.U.P est également en mesure de faire des suggestions concernant l'organisation générale de l'entreprise.



Les réunions de la D.U.P se déroulent tous les mois et les décisions stratégiques sont prises après consultation de cette Délégation.
De plus, grâce à la D.U.P la **communication bilatérale** (ascendante et descendante) se trouve **facilitée** entre la Direction et les salariés.

DFC² et l'Homme



9

L'environnement de travail

Dans le respect d'autrui et pour maintenir une bonne atmosphère de travail des *Règles de Vie* ont été rédigées, et chacun est prié de les respecter.

Règle 1 : Le respect du client, du fournisseur, ou du collègue de travail sont des priorités absolues ce qui n'empêche pas la fermeté dans ses propos.

Règle 2 : Chacun d'entre nous est responsable dans l'application de ses fonctions et de ses missions annuelles, en complète solidarité avec chaque équipe.

Règle 3 : Les contraintes éventuelles causées par un collègue ne nous dispensent pas de réussir, nous devons tout mettre en œuvre pour trouver la solution.

Règle 4 : Tout litige constaté doit être résolu, sinon il ne fera qu'amplifier, chacun a le devoir d'exposer les problèmes afin de satisfaire au mieux le client.

Règle 5 : Nous avons tous le droit de ne pas savoir faire, mais alors nous avons le devoir de le dire afin de se faire assister par un collègue plus expérimenté.

Règle 6 : Honorer les plannings, participer activement aux réunions, expliquer son opinion, respecter les décisions prises sont des devoirs incontournables.

Règle 7 : Aucun d'entre nous ne doit critiquer l'entreprise, ou un de ses collègues devant des tiers extérieurs, nous devons être solidaires les uns les autres.

DFC² et l'Homme



10

L'environnement de travail

Les Hommes sont au cœur de l'activité, et nous avons la responsabilité de créer un environnement de travail respectueux et enrichissant, où ils se sentent libres de s'exprimer. Les conditions de travail et le bien-être sont donc importants pour la viabilité de notre entreprise. Dans cette optique la formation est également fortement encouragée à tous niveaux.

Depuis 2008, **A2P Formations**, organisme certifié de formation continue, est le partenaire privilégié de **DFC²** et dispense des modules personnalisés, adaptés aux besoins des salariés.

En 2010, 19 salariés soit **30 % de l'effectif** ont bénéficié de formations continues. Par ailleurs, sur cette même année, **4 jeunes en Contrat Professionnalisation** ont été recrutés.

La somme des **investissements** en formation s'élève donc à **1,84 % de la masse salariale** soit un investissement supérieur aux 1.6% imposés par la législation.



DFC² et l'Homme



11

L'environnement de travail

La parité et l'égalité des chances est une priorité pour **DFC²** :



Nous comptons **25% de femmes sur l'effectif global** et **20% dans le Comité de Direction**. La faible proportion de femmes s'explique par notre secteur d'activité, bien qu'elle soit chez **DFC²**, supérieure à la moyenne nationale (11% en 2009 d'après la Fédération Française du Bâtiment).

De plus, leur **représentativité dans le Comité de Direction**, quasi-équivalente à celle de l'effectif total démontre notre **volonté de respecter la parité**.

Par ailleurs, **DFC²** compte **10% de travailleurs handicapés** sur chacun des deux sites concernés par l'obligation légale. Notons que cet effectif est supérieur aux 6% imposés par la législation.

DFC² et l'Homme



12

L'accessibilité, un enjeu collectif :

En faveur de la **loi 2005-102 du 11 février 2005** pour «*l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées*», qui fixe le principe d'une accessibilité généralisée, intégrant tous les handicaps, qu'ils soient d'ordre physique, visuel, auditif ou mental, nous développons des gammes de produits d'accessibilité et nous efforçons de sensibiliser notre clientèle à ces problématiques.



Nous mettons en valeur les produits d'accessibilité, de motorisation et de contrôle d'accès, pour la sécurité des biens et des personnes, avec une approche experte : un spécialiste travaille uniquement sur ces gammes.



DFC² et l'Homme



13

Le soutien associatif

Nous reconnaissons l'impact que les entreprises peuvent avoir sur les droits humains fondamentaux et savons qu'elles ont un devoir d'exemplarité. Notre effort de citoyenneté se traduit notamment par le soutien de plusieurs associations à vocations sociales :



Nous soutenons activement, l'action des **Enfants de la Terre** depuis le 1er janvier 2008 : nous reversons en effet 0.05 € pour toutes cartouches de G139 et Préflex (PU), de la marque **SIKA**, vendues. Cette opération a permis de leur verser :

- 9803 € en 2008
- 8120.55 € en 2009
- 5910.05 € en 2010

Nous aidons également l'association **TRANSMISSION**, qui œuvre pour la réinsertion professionnelle. Nous avons fait un don de **25000 € de matériel**, dans le cadre de la Solidaire du Chocolat entre la France et le Mexique, en 2010.



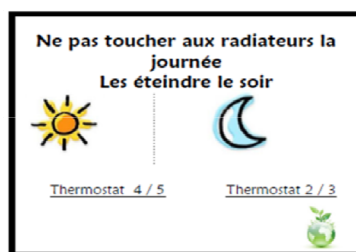
Nous étudions d'ores et déjà de nouveaux partenariats avec ces deux associations pour les exercices à venir.

DFC² et l'environnement



14

La préservation des ressources



Notre entreprise met tout en œuvre pour préserver l'environnement. Les « pense pas bête », évoqués auparavant, rappellent aux salariés les gestes simples, de tous les jours, pour **limiter le gaspillage et économiser les énergies et les ressources** comme l'eau ou l'électricité. Nous sommes également vigilants quant à la consommation de papier.

Les impressions se font systématiquement en **recto-verso** sur du **papier 75g de qualité environnementale** et les feuilles sont toutes réutilisées en brouillon.



En 2010, nous avons consommé en moyenne **495 feuilles par salariés et par mois**. Pour 2011, nous avons pour objectif de faire **une économie de 15 feuilles par salariés et par mois** soit 11340 feuilles (un peu plus de 22 ramettes).

Par ailleurs, **80% de nos produits d'entretien sont biologiques**, notre objectif est de maintenir ce taux, déjà optimal.

DFC² et l'environnement



15

La préservation des ressources

Sur 11 types de **fournitures de bureau**, 2,5 sont labélisées **écologiques** soit **22.7 %**, notre objectif est d'atteindre 25% en 2011.

Il est important de noter que les fournitures sont budgétées annuellement et que le critère économique est pris en compte lors des commandes. Par ailleurs, l'offre sur ce type de produits est encore très limitée, néanmoins, nous espérons passer à 30% en 2011.

Quant aux repas d'affaires, nous privilégions les prestataires locaux et nous supprimons les bouteilles d'eau minérale au profit des carafes.

fourniture	Label écologique
Papier	oui
Calculatrice	oui
Cartouche d'encre	Pour moitié (selon imprimante)
Crayons	non
Cahier	non
Pochette/Chemise/ Sous-chemise	non
Correcteurs	non
Gomme	non
Post-it	non
Agrafeuses-agraves	non
Scotch	non

DFC² et l'environnement



16

La préservation des ressources

Nous **dématérialisons** également **de nombreux documents** et proposons de **nouveaux modes de communication et de travail** aux salariés, afin de limiter les déplacements et économiser les ressources.



Nous privilégions l'utilisation du **mail** au fax : nos imprimantes/fax sont équipés de scanners reliés aux boîtes mails.

La **visioconférence** est utilisée pour les réunions du Comité de Direction et l'encadrement.

Les commerciaux sont également équipés de **netbooks** et de **smartphones** pour une communication à distance libérant des contraintes géographiques.

Le **télétravail** est en vigueur pour une collaboratrice et est ouvert à toutes celles et ceux qui le souhaitent et dont le poste autorise sa mise en œuvre.

DFC² et l'environnement



17

La préservation des ressources

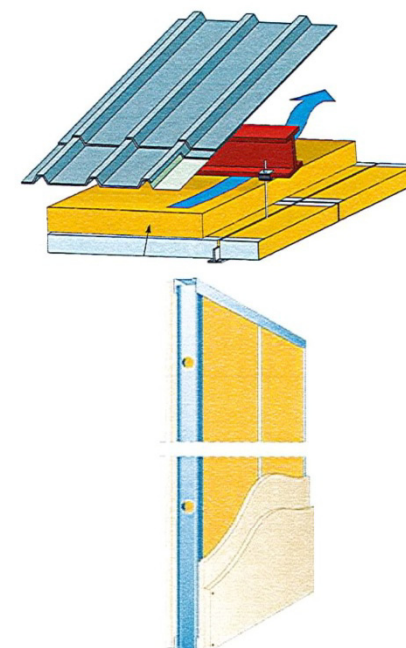
Notre agence de Vannes a emménagé en 2009, dans un local plus grand afin d'offrir de meilleures conditions de travail aux salariés et un meilleur accueil au client.

Cependant nous avons constaté que la toiture, les murs, en bardage acier non isolés, et certaines ouvertures, généraient des pertes thermiques importantes en hiver et une surchauffe en été.

Nous avons donc fait appel à la société Elogia, spécialisée dans la performance énergétique afin d'améliorer l'isolation du bâtiment.

La diagnostique a révélé que les pertes énergétiques se répartissaient comme suit :

- Toit : 42%
- Mur : 27%
- Ouvertures et ventilation : 18%
- Sols : 14%



Des travaux ont été entrepris sur les trois premiers postes :

- 200 mm d'isolant + plafond suspendu pour le toit
- 100 mm d'isolant + placo ou tripli pour les murs
- Installation de barrettes au niveau des aérations défectueuses.

Ces aménagements ont permis de **diviser par 5 les pertes thermiques** en hiver et de **réduire de moitié la température du bâtiment** en été.

DFC² et l'environnement



18

Les déchets dans l'entreprise

Chez **DFC²** les déchets sont systématiquement triés et revalorisés quand cela est possible. De plus, tous les salariés sont encouragés à **limiter** leurs déchets.



Nous faisons appel aux associations :

- « **Papiers de l'Espoir** » pour la collecte des papiers usagés
- « **Oser Forêt Vivante** » pour la collecte des cartons usagés et non réutilisables.



Nous travaillons avec la société « **Solution Recyclage** » qui nous fournit chaque année un bilan pour mesurer les **quantités de déchets**, l'objectif étant bien sûr de les réduire !



Le service Logistique a également supprimé, pour le colisage, les chips en polystyrène (déchets non recyclables) et les a remplacées par un calage de lamelles en carton.

Déchets	Quantité collectée et recyclée par Solution Recyclage en 2010
Bouteilles PET	270 litres
Lampes	44 unités
Bouteille verre	155 kilos
Gobelets	225 litres
Films plastique	12.4 m ³
Piles	567 unités
Toners	15 unités
Métaux	5 kilos

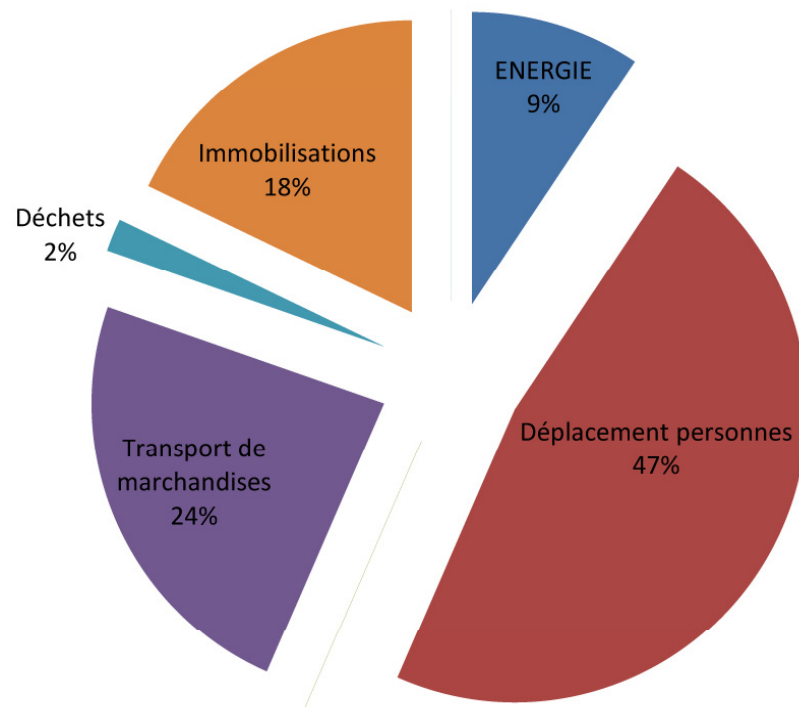
DFC² et l'environnement



19

Impact Carbone

Soucieux de limiter l'impact de nos activités, nous avons réalisé notre premier bilan carbone en juin 2010 afin d'identifier les postes les plus émetteurs :



Nous avons constaté que le transport des personnes et des marchandises était le poste largement le plus émetteur. Des actions ont immédiatement été mises en œuvre (cf. *Transport et Logistique* p. 20) et des projets sont en cours (cf. p. 25)

DFC² et l'environnement



20

Les transports et la Logistique

Nous tendons à **limiter tous nos déplacements** (inter-agences, livraisons en clientèle) pour **diminuer nos rejets** dans l'atmosphère. En effet, notre Bilan Carbone effectué en 2010 a révélé que le transport était notre 1^{er} poste d'émission de gaz à effet de serre.

Les **tournées de livraison sont réaménagées** une fois par exercice, de manière à **optimiser les trajets** de nos véhicules pour des raisons économiques et environnementales.

Nous avons également **réorganiser la logistique** de deux magasins (dont l'activité commerciale est la plus dense) depuis le 01/03/2011, **afin de limiter l'impact sur l'environnement**.

Le processus de réception de marchandise mis en place précédemment était le suivant :
Fabricant => plate-forme logistique DFC² => magasin DFC²

Le processus de réception de marchandise après réorganisation :
Fabricant => magasin DFC²

DFC² et l'environnement



21

« L'ancrage territorial »

Dans notre entreprise, nous privilégions des échanges avec des **prestataires locaux**, afin de limiter l'impact du transport et soutenir l'activité locale.



Les salariés de notre entreprise ont la possibilité de se faire livrer chaque semaine par Kerbio, un panier de fruits et légumes issus de cultures locales Biologiques.



Paniers de Fruits et Légumes
livrés près de chez vous !



DFC² et ses fournisseurs



22

Notre politique d'Achats Responsables

Nous considérons notre chaîne d'approvisionnement - qui comprend 16 marques - comme une extension de l'entreprise **DFC²**.

Chez **DFC²** nous avons conscience des conséquences de la mondialisation, c'est pourquoi nous mettons en pratique une **politique d'Achats Responsables**.

Cette politique se traduit concrètement par la prise en compte, de **critères environnementaux et sociaux** dans le choix des fournisseurs et des produits.



Dans cette optique, nous demandons à nos fournisseurs des **garanties du respect de ces critères**, faute de quoi, nous avons déjà déréférencé une gamme (en 1997 et 2011).

DFC² et ses fournisseurs



23

L'évaluation éthique de nos marques partenaires :



Depuis 2010, un système **d'Évaluation Éthique** de nos fournisseurs est en place et nous permet d'élaborer une notation. Cette notation est un indicateur décisif dans la **politique d'Achats**. Notre objectif est que tous nos fournisseurs bien classés se maintiennent et que les autres atteignent au moins 7/10.

notation /10
pts

Vachette	8
Groom	8
Hewi	8
Sika	10
Heco Schrauben	8
Sia Abrasives	7
I.N.G fixations	2
Festool	9
Protool	6
Stanley	6
Spit	6
SimonsVoss	—
Eff Eff	—
Came	—
Aiphone	—
Fracarro	—

En l'absence de normes, nous sommes dans l'attente d'un complément d'informations de ce fournisseur.

marques nouvellement référencées (entre 2009 et 2011), évaluation en cours

Des actions récompensées



24



« Action éthique en entreprise »
Du Rotary Club - 2005

« Trophée de la Responsabilité Globale »
De l'Institut de la Responsabilité Globale - 2007

« Trophée économie d'énergie »
ESAIP - 2009



Les projets d'actions en faveur du Pacte Mondial

25

- ✓ Projet environnemental : toujours dans l'objectif de réduire nos émissions de gaz à effet de serre nous envisageons de former les itinérants à l'**éco-conduite**.
- ✓ Investissement dans un logiciel de **géo localisation** et **optimisation des itinéraires**.
- ✓ Nous lançons une démarche afin d'obtenir le **label Lucie**, ce label identifie les entreprises engagées en faveur du développement durable dans les domaines **social, économique et écologique**. Déclinée en **7 principes** d'actions pertinents au regard des enjeux de l'organisation, cette charte couvre l'ensemble des enjeux de développement durable et de la **responsabilité sociétale** :

Respecter les intérêts des consommateurs et des clients

Préserver l'**environnement**

Agir avec **loyauté** sur les marchés

Valoriser le capital **humain**

Respecter les **droits** humains

Conjuguer l'intérêt de l'organisation avec l'intérêt général

Assurer la **transparence** du système de décision et de contrôle.

