

# - Publication 2012 - COMMUNICATION SUR LE PROGRÈS 2011

*Communication On Progress*



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

**[www.dfc2.fr](http://www.dfc2.fr) - [contact@dfc2.biz](mailto: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 7-15
  - DFC²** et l'environnement pages 16-22
- ❑ Nos projets d'actions page 23

# 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 2011, leurs effets, ainsi que les axes de progrès identifiés.

# Présentation de la société

4

## Présentation générale

Grossiste en fournitures pour les professionnels du bâtiment, **DFC<sup>2</sup>** a été créée en 1990. En tant que distributeur spécialisé, 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 65 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 **DFC<sup>2</sup>**, qui en est l'instigateur. L'Éthique Produits® est une expression propre à **DFC<sup>2</sup>**. Elle 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 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 **DFC<sup>2</sup> DIFFUSION**

# Lettre d'engagement du dirigeant

6

À l'attention de l'Honorable Secrétaire-Général,

*Par cette lettre, j'ai l'honneur de vous confirmer que **DFC<sup>2</sup>** soutient 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 zone d'influence et les intégrer dans la stratégie de notre compagnie, sa culture commerciale, et ses modes opératoires. Nous reconnaissons que notre active participation dans le partenariat mondial pour le développement est primordiale afin de faire avancer les objectifs des Nations Unies, en particulier les Objectifs du millénaire pour le développement.*

*Nous convenons également que l'une des obligations qui conditionne notre participation au Pacte Mondial des Nations Unies est la préparation annuelle et la publication d'une communication sur le progrès (COP), un exercice de responsabilité et de transparence qui rend compte publiquement de nos résultats et actions en faveur de la bonne application des dix principes du Pacte Mondial. Notre COP sera publiée à l'intérieur d'un délai d'un an maximum à compter de notre date d'adhésion, et par la suite annuellement, en conformité avec les Directives pour la Communication sur le progrès.*

*Vous trouverez en dernière page du COP les noms des personnes chargées des futurs contacts avec le bureau du Pacte Mondial à New York.*

Avec tout mon engagement,

Benoît Couteau,

Président de **DFC<sup>2</sup> DIFFUSION**



# DFC<sup>2</sup> et l'Homme



7

## La Commission F.R.E.E. (Fil Rouge Éthique® en Entreprise)

La Commission F.R.E.E. est un groupe de réflexion qui rassemble des salariés volontaires de **DFC<sup>2</sup>**. Cette Commission est **ouverte à tous** sans limite de nombre et sur la base du volontariat.

F.R.E.E se réunit une fois tous les deux mois et a pour objectifs :

- ⇒ Amélioration du quotidien de travail (en relation avec la DUP)
- ⇒ Dynamiser l'Éthique Produits® (en interne notamment)

L'Éthique Produits® faisant partie intégrante de la stratégie de l'entreprise, le rôle primordial de la Commission F.R.E.E. est de le concrétiser auprès des salariés.

F.R.E.E est composée :

- De deux « **pilotes** » : Alexandre Brochard (service marketing – communication) et Louise ALLOYER (service comptabilité – administratif), qui animent la commission et la représentent devant la Direction de **DFC<sup>2</sup>**. Ils sont le relai entre les membres de la commission et les autres salariés, la Délégation Unique du Personnel et le Comité d'Hygiène et de Sécurité des Conditions de Travail.
- Des **membres actifs** : les 15 salariés volontaires participent aux activités et projets et sont présents à toutes les réunions.

La Commission dispose d'un budget qui lui est propre (environ 0,06 % du CA soit 7 000 € / an).

L'objectif 2012 est de 0,10 % du CA.



## Les actions et projets de la Commission F.R.E.E.

Nouvellement formée fin 2011, la commission F.R.E.E. a ouvert en fin d'année des groupes de travail sur différents projets, en voici les grandes lignes :

- Vélos : mettre à disposition des vélos sur les sites de l'entreprise, utilisables notamment lors des pauses déjeuners. Cela permettrait une solution alternative à la voiture pour des trajets courte distance.
- Consommation carburants des commerciaux : analyser les consommations et dégager les axes de progression envisageables notamment sur le poste principal de dépense, à savoir les commerciaux.
- Widget / Newsletter : améliorer la communication interne en regroupant les informations essentielles de chaque semaine.
- Co-voiturage : tester les différentes possibilités de co-voiturage notamment lors des longs trajets des salariés et des dirigeants. Les fonds récupérés serviraient à financer la commission à 50 % et 50 % iraient au conducteur.



L'objectif principal de F.R.E.E. =  
Améliorer le quotidien de travail des salariés grâce à l'Éthique Produits®



## 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 client, le fournisseur, ou le collègue de travail sont des êtres humains qui méritent le plus grand respect, ce qui n'interdit pas l'exigence réciproque.

**Règle 2 :** Chacun d'entre nous est engagé et responsable dans la réalisation de ses fonctions et/ou missions, en complète solidarité avec chaque collègue.

**Règle 3 :** Les contraintes éventuelles provoquées par un autre ne nous dispensent pas de réussir, le « ce n'est pas de ma faute » n'a pas sa place chez DFC<sup>2</sup> !

**Règle 4 :** Tout litige constaté avec qui que ce soit, doit être réglé, sinon il ne fera que grossir, chacun a le devoir d'exposer les problèmes pour trouver la solution.

**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 impératifs essentiels.

**Règle 7 :** Critiquer l'entreprise, ou un de ses collègues devant une personne étrangère à la société, est une faute, nous devons être solidaires les uns les autres.

## 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, **APP Formations**, organisme certifié de formation continue, est le partenaire privilégié de **DFC<sup>2</sup>** et dispense des modules personnalisés, adaptés aux besoins des salariés. En 2011 a été initié un **programme de formations** de la force de vente s'étalant sur 10 mois, qui permet à 36 commerciaux de bénéficier de plus de 170 formations techniques et commerciales entre septembre et décembre 2011 (soit 487 heures).

En plus de ce programme, 5 salariés ont bénéficié de formations.  
C'est donc 41 salariés (63 % de l'effectif) qui ont bénéficié de formations continues en 2011.

Par ailleurs, sur cette même année, **13 jeunes en Contrat Professionnalisation** ont été recrutés dans les différents services de l'entreprise. Plusieurs postes en CDI seront créés suite à ces recrutements.

La somme des investissements en formation s'élève environ à **4,5 % de la masse salariale** (contre 1,84 % en 2010) soit un investissement largement supérieur aux 1.6% imposés par la législation.



# DFC<sup>2</sup> et l'Homme



11

## Le plan de formation DFC<sup>2</sup>

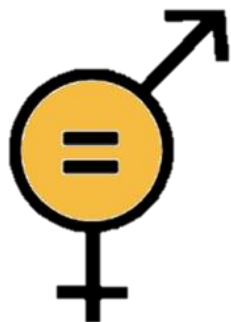


En partenariat avec APP Formations et pour répondre aux besoins de spécialisation de son équipe commerciale, **DFC<sup>2</sup>** a mis en place un **programme de formation** régulier.

- Rythme : **3 à 4 formations par mois** et par commercial
- Objectif : répondre aux exigences de la stratégie de **spécialisation** de l'entreprise et **homogénéiser les connaissances techniques**.
- Champs d'action :
  - **l'ensemble de nos marques** (leurs produits, utilisations et mise en œuvre, conseils et discours clients,...)
  - **la pratique commercial** (organisation et sectorisation des tournées, accompagnement,...)
- Formateurs : **Intervenants internes et responsables techniques envoyés par nos marques**.
- Critères de mise en place :
  - Groupes de Niveaux (sédentaires + itinérants)
  - Prise en compte des affinités et des demandes suite à une enquête réalisé sur l'ensemble des salariés
  - Ressources humaines sur chaque site (maintien de l'activité)

## L'environnement de travail

La parité et l'égalité des chances est une priorité pour **DFC<sup>2</sup>** :



La parité et l'égalité des chances est une priorité pour **DFC<sup>2</sup>**.

Nous comptons plus de **26% 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 **DFC<sup>2</sup>**, supérieure à la moyenne nationale (11,1% en 2010 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**.

## L'accessibilité, un enjeu collectif :

Nous développons les gammes de produits d'accessibilité de nos fournisseurs, 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 sélectionnons et mettons en valeur les produits de nos marchés « équipement du bâtiment » et « contrôle d'accès et motorisation ». En effet, les spécialistes travaillent sur ces gammes et une rubrique spécifique dans notre catalogue « Les Pages Rouges® » permettent de sensibiliser d'avantage nos clients à ces enjeux.

**Objectif 2015 !**



# DFC<sup>2</sup> et l'Homme

14

## « Relier le présent et l'avenir »

Nous reconnaissons l'impact que les entreprises peuvent avoir sur les droits humains fondamentaux et savons qu'elles ont un devoir d'exemplarité et de solidarité. C'est pourquoi nous développons des réseaux forts avec un seul objectif : faire de **DFC<sup>2</sup>** un véritable acteur local, initiateur de projets et prêt à partager son expérience.



Soutiens associatifs et participations aux réseaux :

- Comité 21 Pays de la Loire
- Dirigeants Responsables de l'Ouest
- Interventions en écoles et réseaux pros (Audencia, MFQM, ...)
- Chaire Développement Humain Durable & Territoires (École des Mines de Nantes)

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

- ➔ 9 803 € en 2008
- ➔ 8 120.55 € en 2009
- ➔ 5 910.05 € en 2010
- ➔ 6 743.45 € en 2011





## « Encourager la transparence »

Lorsque nous offrons des cadeaux à nos clients (exemple : chèque cadeaux), nous agissons en toute transparence. La loi pour assujettir à cotisations sociales les gratifications versées à des tiers, est entrée en vigueur en novembre 2011. Nous faisons le nécessaire pour informer nos clients, bénéficiaires de nos cadeaux.



Dans cette optique de transparence, les résultats hebdomadaires de la société sont communiqués aux salariés. Ces derniers peuvent ainsi suivre l'évolution de l'activité. Chaque année, les résultats de l'année en cours et de l'année précédente sont également évoqués lors de 2 réunions générales.

# DFC<sup>2</sup> et l'environnement

16

## La préservation des ressources

Notre entreprise met tout en œuvre pour préserver l'environnement et rappelle 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 vigilants quant à la consommation de papier.

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

En 2011, nous avons consommé en moyenne **403 feuilles par salarié et par mois** (contre 495 en 2010). L'objectif d'économie de **15 feuilles par salariés et par mois** (soit 11340 feuilles, un peu plus de 22 ramettes) depuis 2010 est atteint. L'objectif pour 2012 est de 390 feuilles.

Une grande partie de **nos produits d'entretien sont biologiques**.

Pour l'entretien des locaux des deux sites principaux, nous travaillons avec l'entreprise **YANET**, dont la démarche qualité et environnementale est axée sur des partenariats éco-responsables (utilisation de produits écologiques, activité diurne pour l'entretien des locaux, etc.)

**YANET** est également membre de l'association Dirigeants Responsables de l'Ouest visant à promouvoir la RSE au sein des entreprises et sur les territoires.

# DFC<sup>2</sup> et l'environnement

17

## La préservation des ressources

Sur 11 types de **fournitures de bureau**, 3 sont labélisées **écologiques**. Nous visons une progression de ce chiffre en 2012.

Les fournitures sont budgétées annuellement et les commandes optimisées pour réduire leur « impact ».

Chaque service est attentif à sa consommation de fournitures de bureau.

L'utilisation raisonnée des fournitures permet d'éviter le gaspillage et le stockage inutile.

De plus, le soutien aux fondations et associations est un critère qui influence nos choix de fournisseurs (exemple : Dactyl-OMR).

Nous soutenons l'Initiative pour le Droit au Travail (Ruffec, 16), entreprise adaptée pour les travailleurs handicapés par l'achat d'enveloppes faites main.

Un budget annuel est consacré à l'achat de fournitures fabriquées par des entreprises adaptées ou des centres de réinsertion professionnelle.

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

# DFC<sup>2</sup> et l'environnement

18

## 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.



En 2012, nous avons le projet de supprimer le fax papier (dématérialisation).

La **visioconférence** est utilisée pour les réunions du Comité de Direction, de l'encadrement et de la D.U.P.

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 2 collaboratrices et est ouvert à toutes celles et ceux qui le souhaitent et dont le poste autorise sa mise en œuvre.

# DFC<sup>2</sup> et l'environnement



19

## Les déchets dans l'entreprise

Chez **DFC<sup>2</sup>** les déchets sont systématiquement triés et revalorisés quand cela est possible. De plus, tous les salariés sont encouragés à **limiter** leurs déchets et à les trier correctement.



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 !

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.

Déchets	Quantité collectée et recyclée par Solution Recyclage en 2011
Bouteilles PET	150 litres
Lampes	87 unités
Bouteille verre	150 kilos
Gobelets	240 litres
Films plastique	27.9 m <sup>3</sup>
Piles	227 unités
Toners	48 unités
Métaux	5 kilos


# DFC<sup>2</sup> et l'environnement



20

## Les transports et la Logistique

Nous tendons à **limiter tous nos déplacements** (inter-agences, livraisons en clientèle, déplacements de nos commerciaux) pour **diminuer nos rejets** dans l'atmosphère et notre consommation d'énergies fossiles. 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.



Notre agence **DFC<sup>2</sup>** Brest a pour vocation d'être de plus en plus autonome concernant la livraison sur notre secteur « Bretagne ». Ainsi, nous livrons de plus en plus de nos clients bretons au départ de Brest à la place de Nantes auparavant.

De plus, le nombre de navettes inter-agences a été diminué. A titre d'exemple, les navettes nantaises sont passées de 2 à 1 seule livraison quotidienne en 2011.



## L'éco-conduite

Nos commerciaux ont reçu en 2011, une formation « Serinity Drive », formation qui doit être élargie à tous les itinérants puis à l'ensemble des salariés.



## Les objectifs du programme « Serinity Drive »

- Accompagner et former les collaborateurs pour les rendre plus responsables au volant.
- Dégager des bénéfices économiques et organisationnels importants (carburants notamment)
- Donner une image éco-citoyenne à notre société et limiter notre impact carbone
- Assurer la démarche obligatoire de notre équipe dirigeante et responsabiliser nos ressources humaines.
- Optimiser la gestion de notre flotte automobile et ses budgets annexes (entretien, pneumatiques, assurance, suivi des sinistres, ...)

# DFC<sup>2</sup> et l'environnement

22

## « 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, des paniers de fruits et légumes issus de cultures locales Biologiques. Nous faisons également appel à Kerbio lors de salons ou d'opérations commerciales.
- Les plateau-repas lors des réunions sont commandés à « La Bocalerie », un traiteur local, respectueux de la fraîcheur et de la saisonnalité de ses produits. Ce traiteur livre ses plats dans des bocaux en verre qu'il récupère par la suite.



## Paniers de Fruits et Légumes

*livrés près de chez vous !*



# Les projets d'actions

23

- Construction d'un **module de formation de 2 jours** pour la **sensibilisation du personnel** à la démarche « Ethique Produits® ».
- Prévisions d'investissement dans un logiciel de **géo localisation** et **optimisation des itinéraires**.
- **Formation éco-conduite** étendue à l'ensemble du personnel.
- Participation au groupe de travail du **Comité 21** Pays de La Loire (pour une durée de 2 ans)
- Actions de **covoiturage** et de mise à disposition de **vélos** pour les salariés.
- Nous étudions la possibilité d'obtention du **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**

# Contacts

24

- **Benoît Couteau**

Président

- **Elise Fontaine**

Responsable Communication, Marketing & Éthique Produits®

- **Louis Alloyer**

Assistante de gestion

☎ +33 240 033 152

📍 ZAC de la Forêt

27 rue de la Petite Meilleraie

44840 Les Sorinières

E-mail : [contact@dfc2.biz](mailto:contact@dfc2.biz)