



## **Ifop - Global Compact Communication sur le Progrès 2009**

### **Engagement de la Direction de l’Ifop**

L’Ifop est depuis 1938 un des pionniers et l’un des leaders sur le marché des sondages d’opinion et des études marketing. Au delà de ses 3 pôles métiers (omnibus, panels, Phone City), l’Ifop est structuré autour de 6 secteurs porteurs et en résonance avec les mutations de la société et des marchés : *Opinion et Stratégies d’Entreprise*, *Consumer* centré sur les marchés de la grande consommation, de la maison et du bien être, les *Services* articulés autour de 3 secteurs à fort potentiel, l’énergie, la banque et l’assurance et la mobilité, les *Médias et le Numérique*, la *Santé* qui compte une organisation Global Healthcare et le *Luxe*.

Depuis 2008, Ifop renforce son activité Quali et a créé un département Tendances & Planning Stratégique afin de répondre aux enjeux à caractère plus prospectif des annonceurs. Ces pôles d’activité partagent tous une même culture des méthodologies de recueil online et offline.

L’Ifop intervient dans une cinquantaine de pays à travers le monde, à partir de ses quatre implantations : Paris, Toronto, Buenos Aires et Shanghai.

Depuis avril 2003, conscient de ses responsabilités et du rôle que les entreprises peuvent et doivent jouer dans l’amélioration des conditions de vie et de travail dans le monde, l’Ifop est fier d’adhérer au Pacte Mondial dans le cadre de l’Organisation des Nations Unies (O.N.U.), afin de contribuer encore davantage à plusieurs valeurs et démarches qui sont au cœur de notre identité :

- Le respect non seulement des lois et règlements mais aussi d’une éthique scrupuleuse, aux plans économique, financier, professionnel, méthodologique et humain, qui fonde la confiance sans laquelle l’esprit d’entreprise ne peut prospérer ;
- L’engagement dans une croissance compatible avec les impératifs du développement durable ;
- La lutte contre toutes les discriminations et la mise en œuvre d’une véritable égalité des chances dans l’emploi et la carrière professionnelle.

Notre rapport d’activité « Communication sur le Progrès 2009 » s’inscrit dans ces objectifs et dresse l’état des lieux des différentes actions engagées ou en cours afin de promouvoir plusieurs des 10 principes directeurs du Pacte Mondial. Nous nous sommes plus particulièrement attachés, en 2009, à poursuivre nos efforts en matière d’égalité des chances et de traitement, d’aménagements du travail pour compenser les contraintes propres à certains profils de salariés, et de diversité dans nos recrutements. Les résultats qui figurent dans ce rapport de communication sur le progrès 2009 témoignent des améliorations réalisées.

### **Le Directoire**

## **Description des actions menées par l'Ifop en 2009 pour mettre en œuvre les principes du Pacte Mondial.**

### **Principe n°3 : Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective**

- Conformément à la réglementation française et dans la recherche d'un dialogue social régulier et constructif, l'Ifop a organisé mensuellement en 2009 une réunion avec les représentants élus du personnel, pour informer, partager et débattre de la politique de développement de l'entreprise.
- L'Ifop a ainsi organisé 27 réunions en 2009 avec les partenaires sociaux, soit davantage que le minimum légal. Les procès-verbaux de ces réunions sont systématiquement affichés dans les locaux de l'entreprise et portés ainsi à la connaissance de ses salariés.
- Par ailleurs, l'organisation du temps de travail et la politique d'augmentations salariales est négociée chaque année avec les partenaires sociaux. Dans ce cadre, un accord sur la réduction du temps de travail et un accord sur la politique salariale seront négociés en décembre 2009 avec les partenaires sociaux.

### **Principe n°6 : L'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession**

- Les offres d'emploi et annonces de recrutement émises par l'Ifop en 2009 ont systématiquement comporté la mention « hommes / femmes » afin d'inviter explicitement à l'envoi de candidatures des deux sexes. Nous n'avons jamais mentionné dans une quelconque annonce en 2009 le moindre critère tenant au sexe, à l'âge, à l'origine ethnique, à la situation sociale, à l'orientation sexuelle, politique ou religieuse des candidats.
- Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2009, l'Ifop a recruté 60% de femmes sur l'ensemble des recrutements externes, et 10% de personnes handicapées, ce qui représente un premier progrès devant être confirmé à l'avenir. Les personnes handicapées représentent actuellement 3% de l'effectif permanent, et font l'objet d'actions d'aménagement du poste de travail afin de favoriser le maintien dans leur emploi.

Nous travaillons en étroite collaboration avec le Cap Emploi Paris afin que chaque poste ouvert puisse être proposé à des personnes en situation de handicap.

	Année 2008	Année 2009
Nbre de femmes recrutées / nbre de recrutements externes	63%	60%
Nbre de personnes handicapées recrutées / nbre de recrutements externes	5%	10%
Nbre de personnes handicapées / Nbre de salariés permanents	3%	3%

- Nos décisions de recrutement sont fondées exclusivement sur des critères de compétence professionnelle, validées dans la majorité des cas par une mise en situation qui permet de rendre la plus objective possible l'évaluation de ces compétences.

- Nous respectons strictement le principe d'égalité des chances pour tous les salariés indépendamment de leur sexe, de leur âge, de leur origine ethnique, de leur situation sociale, de leur orientation sexuelle, politique ou religieuse. Ainsi les décisions de promotion ou d'augmentation salariale mises en œuvre en 2009 ont été fondées notamment sur les résultats d'une évaluation semestrielle comportant des critères exclusivement professionnels, identiques dans leur nature pour tous les salariés. En particulier, nous veillons à n'opérer aucune discrimination dans notre politique de promotions, d'augmentations salariales et de rémunération variable par rapport aux salariées ayant été en absence de longue durée, pendant la période de référence, pour raison de congé maternité ou de congé maladie en lien avec l'état de grossesse.
- En 2009, parmi les cadres dirigeants de l'Ifop, au sens de la législation française, 62% sont des femmes (contre 57% en 2008).
- L'Ifop aménage autant que possible les conditions de travail pour les personnes ayant des enfants à charge, des difficultés personnelles ou familiales, ou souffrant de problèmes de santé ou de handicap. Les résultats de cette action en 2009 sont les suivants :
  - o 11% des salariés de l'Ifop sont à temps partiel choisi (accepté par l'Ifop suite à leur demande). Parmi ces salariés à temps partiel :
    - 88% sont des femmes ayant demandé et obtenu cet aménagement pour leur permettre de mieux concilier vie familiale et vie professionnelle.
    - 12% d'entre eux sont des salariés ayant demandé et obtenu cet aménagement pour des raisons thérapeutiques tenant à leur état de santé.
  - o Par ailleurs, 8 de nos salariés travaillent, suite à leur demande, depuis leur domicile, afin de les aider à mieux concilier vie professionnelle et contraintes personnelles. Parmi ces 8 salariés, 6 sont des femmes.

	Année 2008	Année 2009
Nbre de salariés à temps partiel choisi / Nbre de salariés permanents	11,5 %	11 %
Nbre de femmes à temps partiel choisi / Nbre de salariés permanents à temps partiel choisi	85 %	88 %
Nbre de salariés à temps partiel pour raisons de santé / Nbre de salariés permanents à temps partiel choisi	12 %	12 %
Nbre de salariés en télétravail suite à leur demande	7	8

- Enfin, L'Ifop a choisi de s'engager plus encore dans la promotion de la diversité en mettant en place à compter d'octobre 2009 un partenariat avec l'association « Nos quartiers ont des talents ». Ce partenariat comprend notamment le parrainage collectif par des cadres volontaires de l'entreprise de jeunes diplômés issus de quartiers difficiles en recherche d'emploi. Un premier bilan sera effectué en 2010.

**Principe n°8 : Les entreprises sont invitées à prendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement**

Bien que l'Ifop soit une société fournissant exclusivement des prestations intellectuelles sans impact intrinsèque majeur sur l'environnement, nous veillons en permanence à informer, sensibiliser et responsabiliser l'ensemble de nos salariés sur les méthodes permettant de limiter ou maîtriser au maximum les quelque effets indésirables sur l'environnement susceptibles de dériver de notre activité. Les actions poursuivies et mises en œuvre en 2009 sont les suivantes :

- L'Ifop veille à économiser l'énergie et à éliminer toute forme de gaspillage énergétique :
  - Ainsi, les salariées veillent à une utilisation maîtrisée de l'éclairage et de la consommation électrique associée, en éteignant systématiquement les points d'éclairage lorsque les bureaux sont inoccupés ou que la lumière naturelle ne justifie pas le fonctionnement d'un éclairage électrique.
  - De même, nous procédons à l'extinction systématique, tous les soirs, du matériel informatique (PC, imprimantes, etc.) afin de limiter la consommation électrique et les effets induits en termes de chaleur.
  
- Par ailleurs, l'Ifop veille également à la maîtrise des impacts de son activité sur l'environnement :
  - Afin de ne pas gaspiller du papier et de ne pas contribuer inutilement à des phénomènes de déforestation, nous utilisons comme papier brouillon le verso de documents déjà utilisés.
  - Par ailleurs, nous avons mis en place des imprimantes en réseau, ce qui tend à limiter le nombre d'impressions et donc la consommation de papier. Ces imprimantes sont également programmées pour imprimer en recto-verso et en noir et blanc, ce qui contribue également à limiter la consommation de papier.
  - De plus, nous favorisons systématiquement l'envoi à nos clients de documents électroniques plutôt qu'imprimés sur papier, toujours dans l'objectif de limiter la consommation de papier.
  - Nous avons mis en place un système de distribution d'eau filtrée, ce qui permet de limiter la consommation de bouteilles, d'emballages plastiques associés et de production de déchets plastiques ; nous prévoyons en 2009 de distribuer des mugs fabriqués à partir de matières recyclées afin de limiter fortement l'usage des gobelets.
  - Les cartouches d'encre utilisées pour le fonctionnement des imprimantes sont collectées après usage pour être ensuite recyclées, au lieu d'être jetées.
  - Dans le même esprit, nous avons mis en place en 2007, avec l'administration de la voirie, le passage régulier d'un camion de recyclage permettant de recycler nos déchets.
  
- Par ailleurs, en 2009, l'Ifop a poursuivi le plan de réduction du tabagisme pour ses salariés comportant :
  - L'interdiction générale et absolue de fumer dans l'ensemble des locaux de l'entreprise ;
  - L'absence volontaire de tout local fumeurs incitant au tabagisme ;
  - La proposition aux fumeurs, sur la base exclusive du volontariat, d'un accompagnement par des organismes spécialisés afin de faciliter la réduction de leur consommation de tabac.
  
- D'autre part, l'Ifop, par son activité d'études auprès des entreprises et organisations, ainsi que grâce au rayonnement de sa marque à laquelle sont associées des valeurs de fiabilité, de rigueur et de pertinence, contribue directement à la sensibilisation des grandes entreprises

françaises aux enjeux du développement durable. En effet, l'Ifop poursuit chaque année depuis 2002 un Observatoire du Développement Durable.

- Enfin, nous avons souhaité accentuer nos actions dans le domaine de l'environnement et construire notre stratégie d'entreprise en prenant en compte les différents facteurs liés au changement climatique et à l'augmentation inéluctable du prix des énergies fossiles. C'est pourquoi nous avons lancé en octobre 2009 un diagnostic Bilan Carbone®. Nous souhaitons le mettre en œuvre rapidement au sein de notre entreprise afin de l'intégrer dans notre démarche commerciale, de sensibiliser le personnel aux enjeux et de mettre en place le plus rapidement possible les actions qui nous permettront de réduire notre empreinte carbone et par la même d'initier un processus vertueux. A ce stade, nous avons initié une demande de subvention à l'ADEME pour financer 50% des coûts liés à cette étude et lanceront les premiers travaux en 2010.

**Principe n° 10 : Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots de vins**

L'Ifop est membre actif de la branche professionnelle Syntec ([www.syntec.fr](http://www.syntec.fr)) et de l'association internationale Esomar ([www.esomar.org](http://www.esomar.org)), qui définissent et garantissent, aux niveaux national et international, l'ensemble des règles déontologiques de la profession, que l'Ifop s'engage donc, en tant que membre, à respecter et promouvoir.

En 2009, Olivier Bauby membre du Directoire, a été élu administrateur de la branche Etudes Marketing et Opinion de Syntec.

