



*Experts terrain*

# RAPPORT RSE 2015

## ▲ La RSE un engagement à long terme

- ▲ Ce rapport illustre nos progrès accomplis et nos efforts à poursuivre sur tous les volets de notre responsabilité sociétale.
- ▲ Sur le plan social, pour DMF comme pour nos clients, nous nous engageons à promouvoir la diversité et à garantir l'égalité des chances de tous nos candidats, en interne ou en externalisation, en ne faisant aucune discrimination dans l'accès à l'emploi.
- ▲ Sur le plan économique, nous contribuons chaque jour au développement de l'emploi selon une éthique professionnelle inchangée : une concurrence loyale et une lutte contre la fraude et la corruption en toutes circonstances ; une action continue de mise à disposition des ressources humaines nécessaires sur nos différents secteurs d'intervention.
- ▲ Sur le plan environnemental, nous intensifions notre politique de développement durable grâce à une éthique dédiée au respect de l'environnement et une démarche d'achats responsables, impliquant nos collaborateurs ainsi que l'ensemble de nos fournisseurs stratégiques.
- ▲ Pour le présent comme pour l'avenir, nous avons aussi à cœur de tenir compte des positions de toutes les parties prenantes avec lesquelles nous nous concertons habituellement.
- ▲ Nous continuons bien entendu à soutenir le Global Compact des Nations Unies et ses 10 principes.
- ▲ En ce sens, l'existence de ce 1er rapport s'avère indispensable pour traduire notre amélioration continue en toute transparence.

Raphael LAURENTY PDG DMF

▲ Présentation	Page 4
▲ Dialogue avec nos parties prenantes	Page 5
▲ Respect de notre Charte Ethique	Page 7
– Axe Social	Page 8
– Axe économique	Page 16
– Axe environnemental	Page 19
▲ Indicateurs	Page 24
▲ Correspondances avec le GRI	Page 25
▲ Contacts	Page 28

- ▲ **DMF sales and marketing est un des tous premiers prestataires d'externalisation commerciale en France.**
- ▲ Depuis plus de 10 ans, DMF sales and marketing met son expertise terrain au service du développement des ventes et de la valorisation des marques et produits de ses clients.
- ▲ Partenaire expérimenté pour le déploiement de dispositifs commerciaux terrain, DMF sales and marketing intervient sur tous les réseaux de distribution : GSA, GSS, GSB, grossistes, réseaux de proximité, distribution sélective, BtoB, quel que soit le type de produit ou le secteur d'activité (alimentaire, high tech, cosmétique, équipement, services...)
- ▲ **Lieux du siège :** Asnières sur Seine
- ▲ **Forme Juridique :** SA SU
- ▲ **Chiffres d'affaires :** 28 M€ en 2015
- ▲ 62 collaborateurs au Siège et en Région, un équivalent temps complet de 448 personnes en outsourcing commercial
- ▲ DMF sales and marketing s'engage à respecter les huit conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) ainsi que la déclaration de l'OIT relative aux droits fondamentaux
- ▲ DMF sales and marketing s'engage à respecter le code déontologique du SORAP



# Dialogue et transparence avec nos parties prenantes

	Parties prenantes	Attentes des parties prenantes	Outils de dialogue	Information	Consultation	Collaboration
Parties prenantes internes	Salariés permanents	Bonnes conditions de travail Besoins de sens Implication	Newsletters internes Intranet Entretiens individuels d'évaluation Comité d'entreprise	X	X	X
	Salariés Prestation Candidats	Santé et sécurité Qualité de traitement des candidatures Evolution interne Accueil	Plan de prévention pénibilité Bilans de fin de mission Plan de carrière DMF Comité d'entreprise	X		X
Parties prenantes externes	Clients	Satisfaction du service Coût Prestations de qualité Bonne relation Respect de l'environnement Ethique	Newsletters externes Interviews clients Sites internet Questionnaires de satisfaction Audits Ecovadis Charte éthique			X
	Fournisseurs Sous-traitants	Rentabilité Gestion et anticipation Bonne relation Achats responsables	Cahiers des charges Questionnaires Charte fournisseurs Charte éthique			X
	Concurrents	Différenciation Syndicat Professionnel SORAP	Charte éthique		X	X
	Associations ONG Pacte Mondial	Transparence Respect de l'environnement Responsabilité Sociétale Bonnes pratiques	Communications sur le progrès Rapports RSE Bilans Diversité Groupes de travail		X	
	Communautés locales Grand Public	Taxe d'apprentissage Offres d'emplois	Forums d'écoles Réseaux sociaux : Facebook, Viadeo Site internet		X	
	Partenaires sociaux Syndicat SORAP Conseil en Recrutement SYNTEC Conseil en Évolution Professionnelle	Respect des codes déontologiques Respect des chartes (Diversité) Implication au sein des fédérations	Réunions mensuelles Syndicat Forums d'échanges Newsletter		X	
	État, collectivités locales	Conformité réglementaire Création d'emploi	Syndicat professionnel SORAP		X	

**Définition partie prenante :** acteurs individuels ou collectifs, directement ou indirectement concernés par DMFSAM (dont les intérêts peuvent être affectés positivement ou négativement)



## ▲ ECOVADIS

- ▲ Dans le but de contrôler la performance RSE de DMF SAM, ECOVADIS nous évalue depuis 2014 sur différentes thématiques : Social, Environnement, Ethique des affaires et Achat Responsable.
- ▲ En Aout 2015, ECOVADIS a confirmé l'engagement et l'implication RSE de DMF SAM avec l'obtention du label « engagé/SILVER ». Nous étions « partiel / BRONZE » en 2014.
- ▲ Nous sommes performants sur les thèmes Ressources humaines et Droits de l'homme propre au cœur de métier de DMF SAM, sur l'environnement et avons progressé sur les autres axes qui sont : l'éthique des affaires et les relations fournisseurs.
- ▲ Nous souhaitons à travers la prochaine évaluation mesurer l'évolution de nos politiques et définir des objectifs chiffrés sur tous les thèmes, communiquer sur des KPI's à travers ce rapport RSE en ligne avec les consignes GRI G4

# TRANSPARENCE

---

## ▲ PACTE MONDIAL

- ▲ Depuis avril 2015, DMF SAM est signataire du Pacte Mondial de l'ONU.
- ▲ DMF SAM manifeste ainsi sa volonté, avec les entreprises cosignataires, de s'engager moralement à respecter les normes et valeurs fondamentales en matière de droits de l'homme, de conditions de travail, d'environnement et de lutte contre la corruption.
- ▲ Nous devons rédiger la Communication sur le Progrès (COP) d'ici avril 2106, détaillant avec des objectifs chiffrés nos avancées et nos marges de progrès dans l'accomplissement de notre politique RSE.



# Respect de notre Charte Ethique

---

- ▲ Validée et signée par tous les responsables de DMF notre charte éthique est pour nous un synonyme de morale professionnelle. Disponible sur notre Intranet et accessible par l'ensemble des collaborateurs, il rassemble toutes les règles et les devoirs à observer sans concession dans l'exercice de nos activités.



**AXE  
SOCIAL**



**AXE  
ECONOMIQUE**

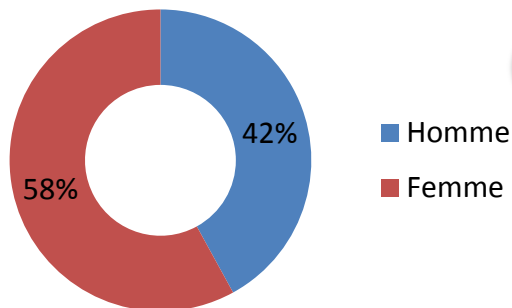


**AXE  
ENVIRONNEMENTAL**

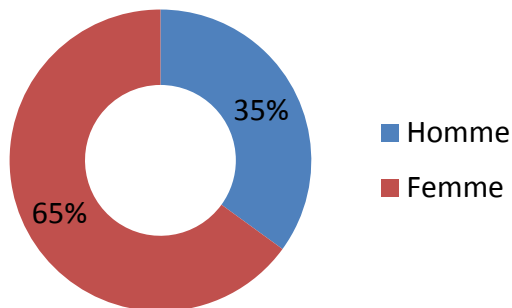
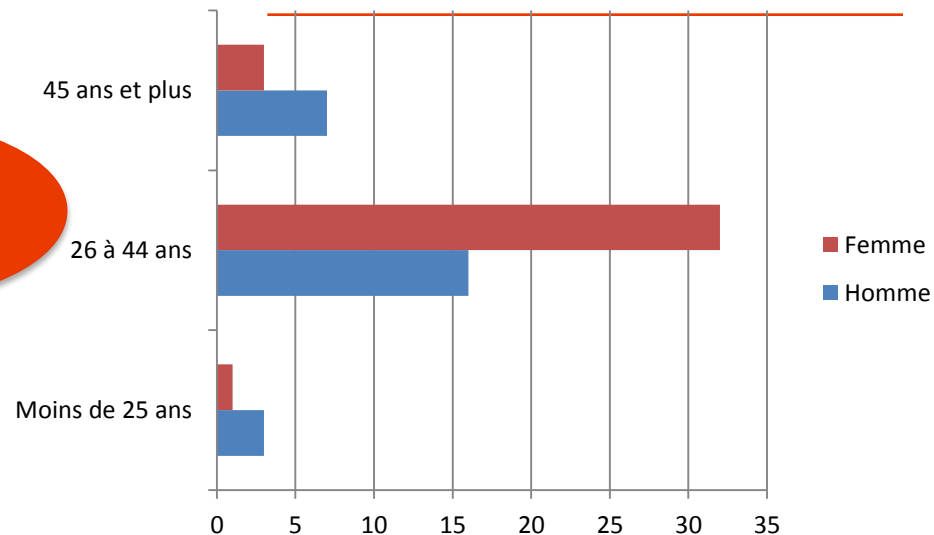
Clients / Fournisseurs

# AXE SOCIAL

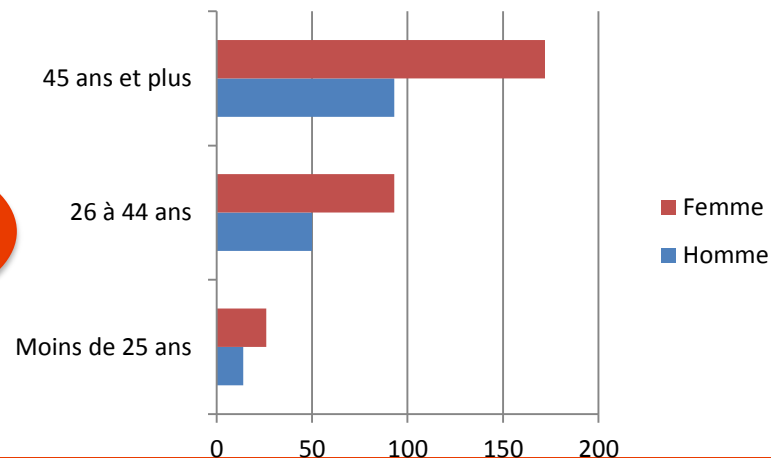
## STRUCTURE EFFECTIF 2015



**65 SALARIES  
PERMANENTS**



**448 SALARIES  
PRESTATION  
ETP**





- ▲ Nous sommes convaincus que favoriser le pluralisme et rechercher la diversité au travers des recrutements et de la gestion des carrières est un facteur de progrès pour l'entreprise.
- ▲ Depuis sa création, DMF SAM s'engage à promouvoir la diversité, l'égalité des chances, les droits fondamentaux et les droits du travail pour tous les salariés en ne faisant aucune discrimination dans l'accès à l'emploi. Nos critères de sélection reposent uniquement sur les compétences professionnelles.
- ▲ Nous apparaissions dans « L'Annuaire des entreprises engagées » depuis 2015. Cet annuaire recense les entreprises de toute taille actives sur le champ de la diversité et de la lutte contre les discriminations.

En signant cette charte, nous nous sommes engagés à respecter les six principes suivant :

1. Sensibiliser et former nos dirigeants et collaborateurs impliqués dans le recrutement, la formation et la gestion des carrières aux enjeux de la non-discrimination et de la diversité.
2. Respecter et promouvoir l'application du principe de non-discrimination sous toutes ses formes et dans toutes les étapes de gestion des ressources humaines notamment lors de l'embauche, la formation, l'avancement ou la promotion professionnelle des collaborateurs.
3. Chercher à refléter la diversité de la société française et notamment sa diversité culturelle et ethnique dans nos effectifs, aux différents niveaux de qualification.
4. Communiquer auprès de l'ensemble de nos collaborateurs notre engagement en faveur de la non-discrimination et de la diversité, et informer sur les résultats pratiques de cet engagement.
5. Faire de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique de diversité un objet de dialogue avec les représentants des personnels.
6. Inclure dans le rapport annuel un chapitre descriptif de notre engagement de non-discrimination et de diversité : actions mises en œuvre, pratiques et résultats.

### ▲ Formalisation du process de recrutement

- ▲ DMF s'oppose à toute forme de discrimination lors des recrutements. Un argumentaire pour prévenir le risque de discrimination est diffusé à l'ensemble des parties prenantes du recrutement . Il fixe les règles de bonnes pratiques et les écueils à éviter dans la rédaction d'une offre d'emploi afin de bannir les formulations discriminantes. L'intitulé du poste à pourvoir, le contenu de l'annonce et sa rédaction doivent être optimisé de manière à mettre en valeur des critères objectifs qui permettent d'éviter toutes formes de discrimination (*l'origine, le sexe, les mœurs, la situation familiale, la grossesse, la race, l'ethnie ou la nation, les opinions politiques, les activités syndicales ou mutualistes, les convictions religieuses, l'état de santé, le handicap, l'orientation sexuelle, l'âge, l'apparence physique, le nom de famille, les caractéristiques génétiques*).
- ▲ ***Dans ce cadre, 100% collaborateurs ayant en charge des process de recrutement ont été sensibilisés et formés***

## ▲ Formations Salariés Permanents

DMF SAM œuvre pour valoriser les parcours professionnels de ses collaborateurs, permanents. Nous avons développé différents dispositifs pour renforcer les compétences de nos collaborateurs en privilégiant les formations certifiantes (Paye, Technique de vente, Déclaration sociale, Excel, Articulate....) Ainsi, nous garantissons leur employabilité sur le marché du travail.

Nous proposons à nos collaborateurs un panel d'outils RH qui sera valorisable tout au long de leurs parcours professionnels, notamment des tests de personnalité (utilisé aussi pour nos salariés prestataires). Ces tests sont ensuite la propriété des collaborateurs formés. Des formations de coaching sont aussi proposées à nos cadres.

**Pour l'année 2015, jusqu'au 30 septembre, DMFSAM a dispensé 600 heures de formation pour son personnel permanent.**

### ▲ Salariés Prestation

- ▲ La politique de formation de DMF sales and Marketing vise à considérer le salarié intérimaire comme un salarié permanent ; à ce titre la formation professionnelle continue intervient comme pour tout collaborateur de l'entreprise.
- ▲ **Elle s'articule autour de plusieurs axes :**
- ▲ Dès la première étape, lors du recrutement pour une mise en adéquation entre les compétences requises pour les postes des clients et les compétences identifiées chez les salariés Prestation.
- ▲ Lors du suivi des interventions pour combler les manques identifiés, non détectés lors du recrutement (cas minoritaires mais envisagés de façon systématique)
- ▲ Dans le cadre de l'évolution ou du changement de poste ou de métier, pour une sécurisation du parcours professionnel des salariés.
- ▲ Dans le cadre de la détection de potentiel pour élaborer le projet professionnel et permettre les évolutions dans les échelons et les transitions professionnelles, **nous avons mis en place LE CAP = Carrière et Accompagnement Professionnel, afin de proposer un parcours chez DMF répondant aux souhaits de développement professionnel de nos intervenants.**
- ▲ **Pour l'année 2015, DMF SAM a dispensé environ 8 000 heures de formation aux salariés Prestation.**

## ▲ Respecter la vie privée et la sécurité des données personnelles

- ▲ De par la nature de notre activité, nous sommes amenés à créer de nombreux traitements de données à caractère personnel.
- ▲ DMF Sales and Marketing est donc soumise à une problématique réelle de sécurité vis-à-vis de ces données. Il est important de savoir que tout candidat ou employé peut obtenir sur demande, sans motivation et dans un délai raisonnable toutes les informations le concernant y compris les résultats des analyses, tests et évaluations professionnelles éventuellement pratiqués.
- ▲ Depuis 2008, un Correspondant Informatique et Liberté (CIL) a été nommé au sein de DMF SAM. Celui-ci a un rôle de conseil, de sensibilisation et d'alerte auprès de nos collaborateurs pour les traitements en rapport avec la Loi Informatique et Libertés. Ainsi, toute personne détenant, de par sa fonction, des données confidentielles concernant nos clients doit s'assurer qu'elle ne conserve que les données nécessaires aux activités de la société et dans des conditions de sécurité.
- ▲ Les entreprises membres du SORAP s'engagent à garantir la confidentialité des informations dont elles disposent dans le cadre de leurs actions et à prendre toutes les dispositions nécessaires au respect cet engagement.

- ▲ Dans la mise en œuvre de sa politique de prévention des risques en matière de santé, sécurité au travail (SST), DMF SAM a défini deux principaux axes stratégiques :
  - réduction du nombre d'accidents du travail avec et sans arrêt de travail ;
  - réduction du taux de gravité
- ▲ Afin de poursuivre ces objectifs, nous avons mis en place un système de suivi de l'accidentologie chez nos salariés Prestations et chez nos salariés permanents. Nous avons ainsi pu identifier les secteurs d'activités les plus accidentogènes et analyser les évolutions des taux de fréquence et de gravité des accidents du travail.
- ▲ En amont de l'analyse et du suivi de l'accidentologie, la déclinaison opérationnelle de ces objectifs se traduit au niveau de nos permanents et de nos salariés Prestations par :
  - Formation dispensée aux nouveaux collaborateurs **DMF SAM** lors de leur intégration
  - Formation traitant des risques professionnels et travaux interdits lors des prestations
  - Diffusion aux intervenants de livrets de sécurité : déplacement voiture, EPI, port de charges lourdes...
  - Obligation contractuelle concernant l'utilisation des EPI
- ▲ **Des contrôles réalisés au cours de l'année 2015, nous ont permis de constater une utilisation correcte des EPI dans 95% des cas**



- ▲ Nous offrons au Lion's Club des ordinateurs fonctionnels mais devenus obsolètes au niveau de leur performance.
  - Ce sont ainsi 40 PC qui ont été donné depuis 2014.
  - Ces ordinateurs ont été utilisés pour de la formation professionnelle
  
- ▲ Nous offrons au Lion's Club nos téléphones portables et smartphones fonctionnels mais devenus obsolètes car ne répondant plus aux spécifications de nos développements informatiques
  - En 2014 nous avons distribué une cinquantaine de téléphones portables
  - Repris par un industriel, et via le versement par ce dernier d'un don au Téléthon, ces téléphones sont réorientés vers des pays du Tiers Monde.

- ▲ DMF SAM s'appuie dans ce cadre sur le stricte respect de sa charte éthique et du code déontologique du SORAP
- ▲ **CONCURRENCE LOYALE**
- ▲ Les relations avec les parties prenantes sont fondées sur le respect mutuel afin de faciliter le dialogue et l'interactivité, et favoriser ainsi l'esprit de coopération.
- ▲ DMF SAM attend de chaque collaborateur qu'il agisse en toute loyauté et indépendance vis-à-vis des partenaires extérieurs et des concurrents de DMFSAM, et qu'il entretienne avec eux une relation de travail correcte dans le strict respect des lois et règlements applicables.
- ▲ Les réglementations concernant les pratiques commerciales, en particulier en matière de concurrence et de transparence tarifaire, sont destinées à préserver une économie compétitive et à promouvoir une concurrence loyale.
- ▲ Les entreprises membres du SORAP s'interdisent au cours de leurs démarches commerciales toute argumentation tendant à dénigrer leurs confrères de manière individuelle ou collective et s'efforceront de développer leurs activités par la mise en avant de leur savoir-faire et de leur technicité.



## ▲ LUTTER CONTRE ET LA FRAUDE ET LA CORRUPTION

- ▲ DMF SAM respecte les principes fondamentaux de l'OCDE en matière de corruption : en toutes circonstances : interdiction de proposer, solliciter, recevoir ou promettre des paiements illicites ou avantages de toute nature en vue d'obtenir ou de conserver un marché ou un autre avantage illégitime.
- ▲ Dans ses relations avec les instances gouvernementales, les administrations, les clients et les fournisseurs : interdiction de toute pratique frauduleuse ou suspecte, ainsi que tout acte pouvant être assimilé à une tentative de corruption, sous quelque forme que ce soit.
- ▲ Chaque collaborateur est tenu d'observer les législations et réglementations applicables en la matière et de s'attacher à remplir les exigences spécifiques des marchés publics et autres opérations avec l'administration, en sollicitant si besoin l'information ou le conseil nécessaires auprès de sa hiérarchie ou du service juridique du Groupe.
- ▲ **Dans ce cadre, 100% des collaborateurs en contact avec nos clients ont été sensibilisés à cette démarche**

## ▲ INTERET UNIQUE ET PRIVILEGE DU CLIENT

- ▲ DMF SAM a pour objectif de développer avec ses clients des relations constructives et durables en leur fournissant des prestations performantes, adaptées à leurs besoins et à leurs attentes du moment.
- ▲ Pour contribuer à cette performance, chaque collaborateur doit faire preuve d'une écoute attentive des besoins des clients en vue de satisfaire leurs attentes et de leur proposer des solutions personnalisées.
- ▲ Afin de fournir une prestation de services de qualité, DMF SAM s'engage à avoir un traitement équitable auprès de ses clients et à respecter la confidentialité des informations les concernant.
- ▲ Les entreprises membres du SORAP s'engagent à offrir à leurs clients des prestations basées sur un réel savoir-faire spécifique. Ce savoir-faire repose sur une parfaite maîtrise des techniques de Conseil, de Réalisation des actions terrain et de Suivi et d'Analyse des données en accord avec un cahier des charges élaboré pour chaque opération.

- ▲ En tant que prestataire de services, notre empreinte environnementale est relativement faible. Néanmoins, nous sommes soucieux de développer une éthique et une sensibilisation accrue au respect de l'environnement en responsabilisant en priorité tous les collaborateurs de DMF SAM mais aussi en impliquant progressivement l'ensemble de nos parties prenantes.

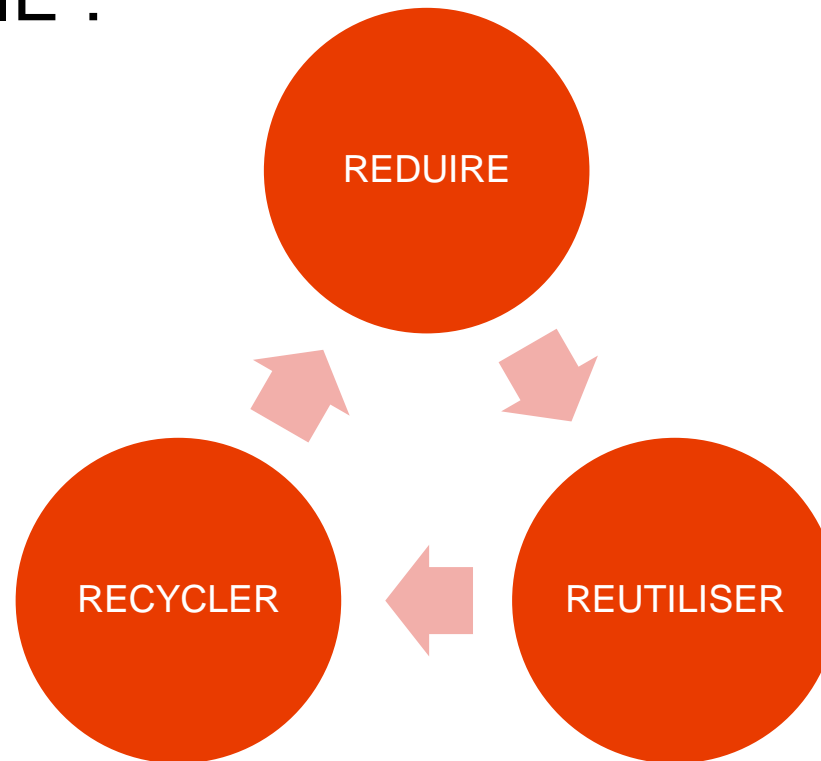
## ▲ SENSIBILISATION

- En parallèle à la mise en place de process environnementaux (dématérialisation des documents administratifs, mise en place recyclage déchets, véhicules hybrides, cloisons antibruit), nous allons à la mi année 2016, réalisé un questionnaire auprès du personnel de Notre Siège, d'une part pour recueillir son avis sur le concept de développement durable mais aussi pour connaître ses actions personnel au quotidien faveur du développement durable.

## ▲ ACTIONS A VENIR

- A la mi 2015, nous avons fait réalisé un audit énergétique, qui nous a donné des pistes pour diminuer notre empreinte carbone. Ainsi courant 2016, les actions suivantes seront réalisées : Mise en place de détecteurs de présence pour diminuer les temps d'éclairage, Remplacement des ampoules par des Lampes basse Consommation, Remplacement des véhicules de service (gasoil) par des véhicules hybride et ou Eco2, Recommandations auprès de notre bailleur pour diminuer la température des locaux de 1°C, et monter la climatisation à 25°C,

## ▲ STRATEGIE :



▲ ..... Pour réduire notre empreinte carbone

## ▲ REDUIRE NOS CONSOMMATIONS

### Dématérialisation des documents

Depuis 2013, nous avons avec l'accord de nos parties prenantes, mis en place un processus de dématérialisation des documents administratifs et opérationnels (contrats, briefs....)

- **Notre consommation de papier et enveloppes est ainsi passée de 16 tonnes en 2013, 18 tonnes en 2014 et 8 tonnes en 2015 avec un objectif -40% en 2016**
- **Nos frais d'affranchissement : 130K€ en 2013, 140K€ en 2014, 100K€ en 2015, avec un objectif de -40% en 2016**
- **Alors que notre chiffre d'affaires augmente et donc le nombre de prestations / contrats de prestation de manière proportionnelle.**

### Matériel informatique




Achat systématique d'ordinateurs et d'imprimantes labélisés EnergyStar, les photocopieurs et imprimantes sont positionnées par défaut en mode recto verso

## ▲ RECYCLAGE

- ▲ Fin 2015 nous avons signé un contrat avec la société CYCLADIS pour la gestion de nos déchets type papier, plastique (bouteille et gobelet), cartouche d'impression, et DEEE non fonctionnel. CYCLADIS gère la fourniture du mobilier de collecte, l'enlèvement, le transport, la réception, le tri, la valorisation ou l'élimination, plus la fourniture d'un rapport annuel. Le choix de Cycladis s'est fait aussi en tenant compte de la proximité de son centre de gestion des déchets (Gennevilliers) par rapport à nos locaux d'Asnières





Bilan Collecte et Economies de CO2				2015		
DMF						
	Quantité totale traitée [kg]	Pourcentage valorisé [%]	Pourcentage reconditionné [%]	Emissions de gaz à effet de serre générées par le traitement en valorisation de matière [kgCO2]	Emissions de gaz à effet de serre évitées par le traitement en valorisation de matière [kgCO2]	Emissions de gaz à effet de serre évitées par le traitement en reconditionnement [kgCO2]
Téléphones portables		0,00%	0,00%	0,00	0,00	0,00
Ecrans CRT		0,00%	0,00%	0,00	0,00	0,00
Unités centrales		0,00%	0,00%	0,00	0,00	0,00
Ordinateurs portables		0,00%	0,00%	0,00	0,00	0,00
Consommables d'impression		0,00%	0,00%	0,00	0,00	0,00
Ecrans LCD		0,00%	0,00%	0,00	0,00	0,00
Papiers	58	100,00%	0,00%	1,91	-76,56	0,00
Cartons		0,00%	0,00%	0,00	0,00	0,00
Imprimantes		0,00%	0,00%	0,00	0,00	0,00
Piles		0,00%	0,00%	0,00	0,00	0,00
Aluminium		0,00%	0,00%	0,00	0,00	0,00
Acier		0,00%	0,00%	0,00	0,00	0,00
Gobelets plastique	2	100,00%	0,00%	0,16	-4,77	0,00
Ampoules		0,00%	0,00%	0,00	0,00	0,00
				Total des émissions de gaz à effet de serre générées par le traitement en valorisation de matière [kgCO2]	Total des émissions de gaz à effet de serre évitées par le traitement en valorisation de matière [kgCO2]	Total des émissions de gaz à effet de serre évitées par le traitement en reconditionnement [kgCO2]
				2,07	-81,33	0,00

En 1 mois (12/2015) :  
 58 kg de papier recyclé  
 2 kg de gobelets plastiques  
 Recyclés  
 Total CO2 généré par la  
 Valorisation : 2,07kg  
 Total CO2 évité par la  
 Valorisation : - 81,33kg

## ▲ POLITIQUE ACHATS RESPONSABLES

- Nous avons rédigé en 2015 une charte fournisseurs pour promouvoir et réaliser des actions en faveur de la RSE, et nous demandons à chacun d'eux de la signer et donc de s'engager.

**A ce jour 60% de nos fournisseurs ont signé notre charte, l'objectif pour 2016 est d'atteindre 80%**

- DMF a fait le choix de sélectionner des fournisseurs engagés dans la perspective de développement durable : **Fiducial** et **Office Dépôt**. Ces deux fournisseurs proposent en effet une large gamme de fournitures de bureau entrant dans le concept de la préservation de l'environnement. **DMF ne s'approvisionne qu'en enveloppe 100% recyclé et n'utilise que du papier labellisé « écolabel » et FSC (gestion responsable du patrimoine forestier)**

## EFFECTIF TOTAL et REPARTITION DES SALARIES

Répartition des effectifs, périmètre couvert : 100% de l'effectif en Equivalent Temps Plein

Effectif physique total au 31 décembre	510
Dont Femmes	283
Dont Hommes	153
Part de l'effectif -25 ans employé au 31/12	8%
Part de l'effectif 26 à 44 ans employé au 31/12	36%
Part de l'effectif 45 ans et plus employé au 31/12	56%

## ACCIDENTS DU TRAVAIL

Périmètre couvert : 100% de l'effectif en Equivalent Temps Plein

Taux de Fréquence des accidents du travail	1,50%
Taux de gravité des accidents du travail	0,14%

## NOMBRE D'HEURES DE FORMATION

Périmètre couvert : 100% de l'effectif en Equivalent Temps Plein

	8600
--	------



# Correspondance avec le GRI (éléments généraux)

Ref GRI-G4	INDICATEURS	Pages & Informations
<b>STRATEGIE ET ANALYSE</b>		
G4-1	Déclaration du PDG	p.2
<b>PROFIL DE L'ORGANISATION</b>		
G4-3	Nom de l'organisation	p.4
G4-4	Principales marques et principaux services	p.4
G4-5	Lieu du Siège	p.4
G4-7	Forme Juridique	p.4
G4-8	Marchés desservis	p.4
G4-9	Taille de l'organisation	p.4
G4-10	Répartition des salariés	p.4-8-24
G4-15	Chartes et initiatives auxquelles l'organisation a souscrit	p.4-6-9-13-15-17-22
G4-16	Affiliations à des organisations de défense des intérêts	p. 4-13
<b>PROFIL ET PERIMETRE DU RAPPORT</b>		
G4-28	Période de reporting	annuel
G4-29	Date du dernier rapport publié	premier rapport
G4-30	Cycle de reporting	annuel
G4-31	Personnes à contacter pour toute question sur le rapport	p.28
<b>PARTIES PRENANTES</b>		
G4-24	Parties prenantes avec lesquelles l'organisation a noué un dialogue	p.5
G4-25	Implications des parties prenantes, fréquence du dialogue	p.5
<b>ETHIQUE ET INTEGRITE</b>		
G4-56	Valeurs et Règles de l'organisation en matière de comportement	p.4-6-9-13-15-17-22

# Correspondance avec le GRI (Axe Social)

---

Ref GRI-G4	INDICATEURS	Pages & Informations
<b>EMPLOI</b>		
G4-LA1	Effectif Total	p.8-24
G4-LA6	Taux de fréquence des accidents du travail des salariés	P.24
G4-LA6	Taux de gravité des accidents du travail des salariés	p.24
G4-LA9	Nombre d'heures de formation	p.24
G4-LA10	Programmes de développement des compétences destinés à assurer l'employabilité des salariés	p.11-12
G4-LA11	% de salariés bénéficiant d'entretiens périodiques d'évaluation et d'évolution de carrière	100%
G4-LA12	Répartition par tranche d'âge	p.8-24
G4-LA12	Répartition par sexe	p.8-24
<b>SOCIETE ET LUTTE CONTRE LA CORRUPTION</b>		
G4-SO4	Communication et formation sur les politiques et procédures en matière de lutte contre la corruption	p.16-17-18
<b>RESPONSABILITE LIEE AUX SERVICES</b>		
G4-PR1	Programme de santé et de sécurité	p.14
G4-PR8	Respect des données personnelles	p.13

# Correspondance avec le GRI (éco. / envir.)

Ref GRI-G4	INDICATEURS	Pages & Informations
<b>AXE ECONOMIQUE</b>		
G4-EC1	Performance économique	p.4
	Présence sur le marché	p.4
<b>ENERGIE</b>		
G4-EN1	Consommation de matière en poids	p.21
G4-EN3	Consommation énergétique au sein de l'organisation	78,2MWh
<b>EMISSION</b>		
G4-EN19	Réduction des émissions de gaz à effet de serre	p.22
G4-EN23	Poids total de déchets par type et par mode de traitement	p.22

Le choix des indicateurs et des autres informations qualitatives contenues dans ce rapport répond à la politique RSE de DMF sales and marketing. Il convient de préciser que, dans la mesure où DMF SAM est un prestataire de services aux entreprises, toutes les rubriques de la table GRI n'ont pas été jugées pertinentes, et seules celles ayant un intérêt direct pour rendre compte d'activités de cette nature ont été prises en compte dans ce rapport. Elles indiquent quelles informations ont été considérées comme pertinentes, et par conséquent incluses dans le rapport.

- ▲ Ce rapport couvre la période du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2015 excepté quelques données antérieures, dont la date ou la période sont systématiquement précisées. Il est aussi un outil de dialogue et de progrès. Si vous souhaitez disposer d'informations complémentaires sur DMF Sales and Marketing et sa politique RSE, ou nous faire part de vos observations et commentaires, vous pouvez contacter :
- ▲ **Le service Responsabilité Sociétale d'Entreprise (RSE)**
  - Didier RYSER Directeur commercial 01 41 40 39 18 [didier.ryser@dmf.fr](mailto:didier.ryser@dmf.fr)
  - Gérard FAUCHE Directeur Administratif et financier 01 41 40 39 04 [gerard.fauche@dmf.fr](mailto:gerard.fauche@dmf.fr)
- ▲ **Pour en savoir plus**
  - Site internet : <http://www.dmf.fr/>
  - Site de notre groupe, FMG sales and marketing : <http://www.fmgsam.fr/>
- ▲ **DMFsales and marketing, 4 avenue Laurent Cély, 92600 Asnières/seine**

Dans un souci de préservation de l'environnement, ce document a été conçu pour une version électronique

