

UNE ENTREPRISE RESPONSABLE...



SOMMAIRE

01. Présentation d'Impact

02. Notre engagement

03. Notre stratégie RSE

04 . déploiement de nos actions de progrès



Présentation d'Impact
LE PARTENAIRE DE VOS ACTIONS
MARKETING ET COMMERCIALES TERRAIN

Un actionnariat solide

Un management engagé



Un acteur majeur du
capital-investissement en
Europe

1,5 Md€
participations

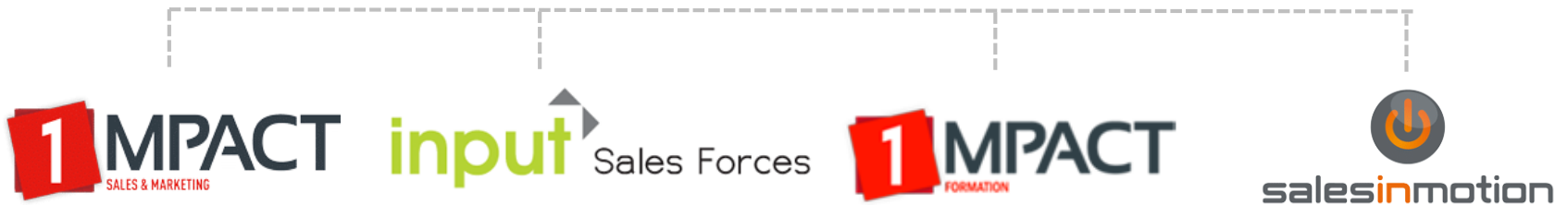
89 **54**
investissements professionnels



Les actionnaires
fondateurs



Le management de
l'entreprise





FORCES DE VENTE



+400 000 visites
commerciales
+900 000
actes de vente



MERCHANDISING & PLV



+100 000 heures
de merchandising



ANIMATION & PROMOTION



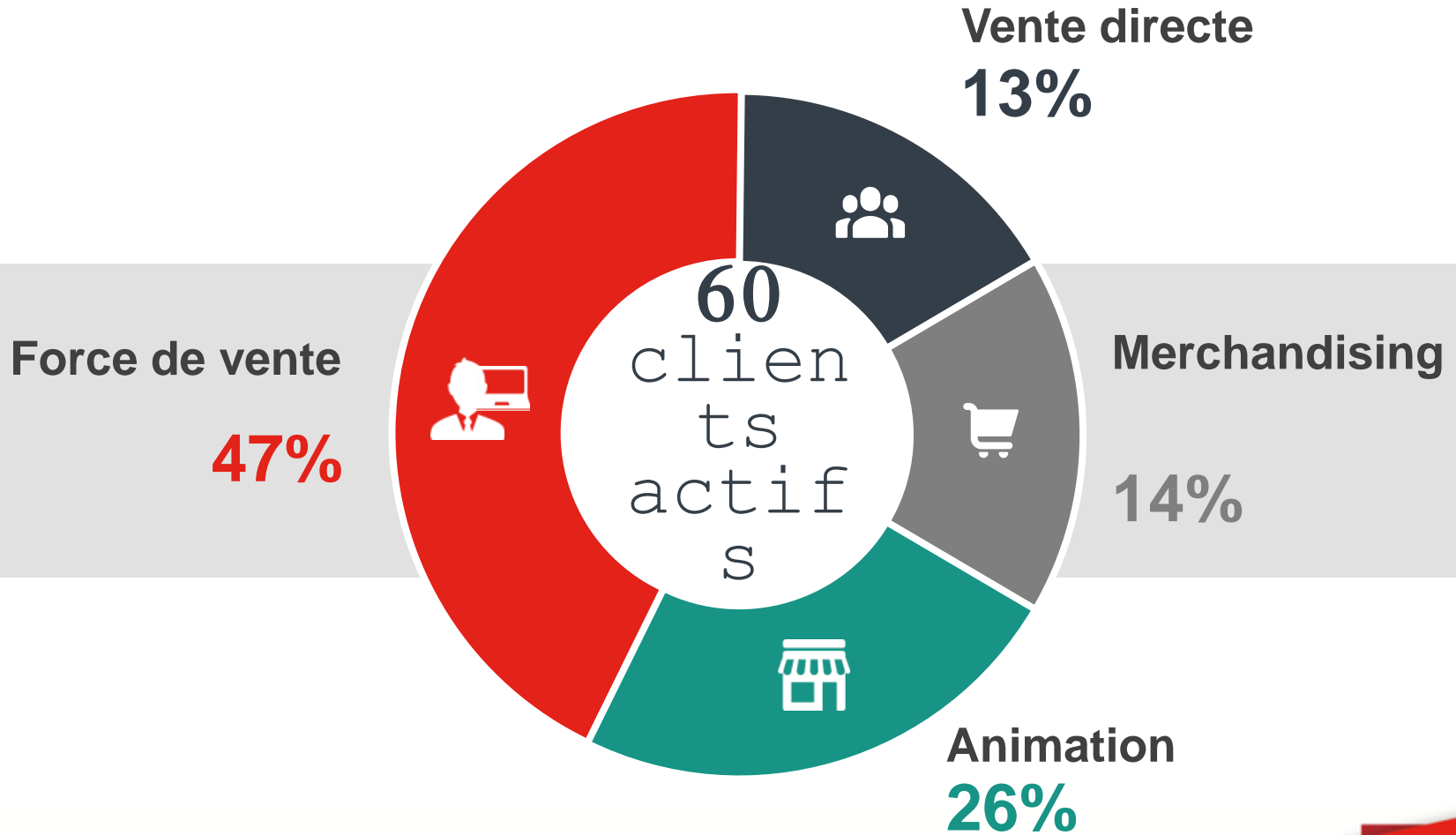
+80 000 jours d'animation
+ 10 000 collaborateurs



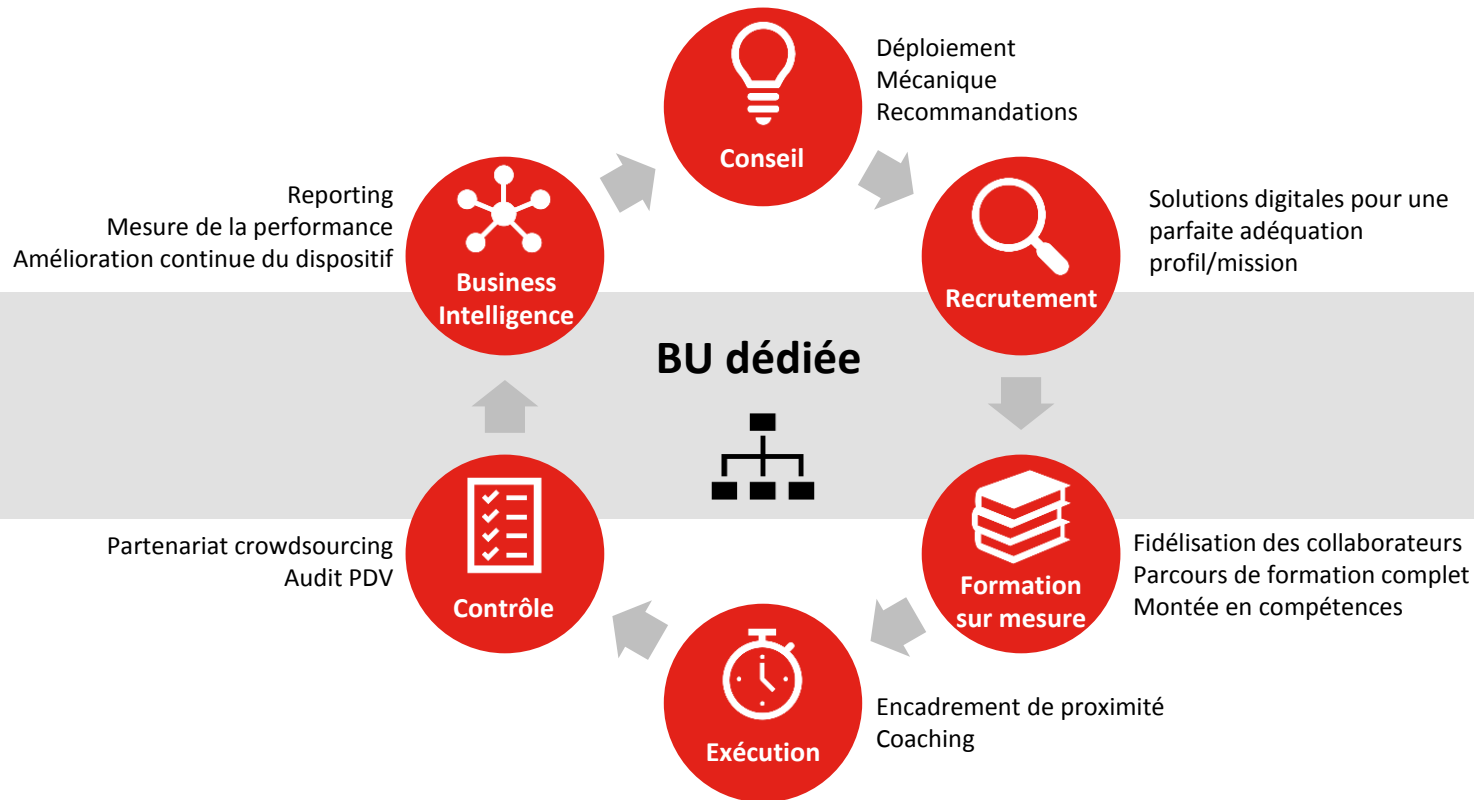
AUDIT & VISITES MYSTÈRE



+20 000 PDV audités



Une organisation en BU dédiée pour accroître votre efficacité commerciale



BU DEDIEE



Organisation experte sur mesure adaptée à
votre volumétrie d'une grande flexibilité

PROXIMITE



Une structure terrain de proximité
6 Directions régionales

EXPERIENCE ÉQUIPE



Expertise de son marché, dans la gestion
d'équipes dédiées avec des ressources
humaines expérimentées dans leur domaine

CONFIANCE



Reconnue pour la qualité et transparence des
actions déployées. Trophée Action Co d'Or
2017 Animations PDV



EXPERTISE SECTORIELLE & MULTICANAL

Solide expérience des marchés de la grande
distribution, B2B, réseaux spécialisés, hors domicile



RECRUTEMENT

Technologie de recrutement digital et interactif
permettant de mettre en œuvre un sourcing de profils
partageant vos valeurs et les qualités requises



FORMATION

Certifié organisme de formation, Impact Formation
assure le développement des collaborateurs au travers
de plans et méthodes de formation reconnus



UN OUTIL PERFORMANT

Des outils de pilotage pertinents, innovants pour un
suivi en temps réel complet (BI) & la mesure de la
performance de vos investissements : Partenariat IRI,
Audit Qualité





**N°2 DU MARCHÉ ET LEADER EN
FORCE DE VENTE**



PLUSIEURS FOIS PRIMÉ

Meilleure opération commerciale de l'année. Trophée Action Co d'Or 2017
Animations Point de vente



QUALITÉ DE PRESTATION

Customer centric
Mesure de la performance
Comme piliers de croissance



ENGAGEMENT ENVIRONNEMENTAL

Engagé dans la réduction de son impact environnemental, son implication sociale & sa bonne pratique des affaires



**ACTEUR RESPECTUEUX ET AVERTI
DU CADRE LEGAL**

De l'exercice des prestations marketing & commerciales



UNE OFFRE PAN-EUROPÉENNE

Un benchmark des success stories sur les marchés européens – L'extension européenne de vos projets

NOTRE ENGAGEMENT

Global compact est une initiative lancée par l'ONU qui permet aux organisations d'intégrer et de développer la responsabilité sociétale en leur sein, pour contribuer aux objectifs de développement durable de l'ONU.

Impact est engagé depuis 2016 en son nom propre auprès de Global Compact et renouvelle son engagement une fois de plus cette année, ce qui donne lieu à la rédaction de la 2^e COP (communication sur le progrès) du groupe. En 2014, Impact était déjà membre de Global Compact sous Impact Group.

En renouvelant son engagement à Global Compact pour 2018-2019, Impact s'engage aujourd'hui pour le respect des droits de l'homme, au sein de notre entreprise mais aussi chez nos fournisseurs, pour l'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession, pour la préservation de l'environnement, et contre la corruption



A Levallois-Perret, le 2 Juillet 2018

A l'attention du Global Compact et de tous nos partenaires,

Agence de Field Marketing spécialiste des dispositifs commerciaux à valeur ajoutée (force de vente supplétive et externalisée), Impact Field Marketing Group s'est engagé au sein du Pacte Mondial en 2016.

Le développement durable est le levier de performance d'aujourd'hui et de demain. C'est pourquoi Impact Field Marketing Group s'engage aujourd'hui pour le respect des droits de l'Homme, au sein de notre entreprise mais aussi chez ses fournisseurs, pour l'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession, pour la préservation de l'environnement, et contre la corruption.

En renouvelant pour 2018-2019 mon engagement au sein du Pacte Mondial, je soussigné Jean-Dominique Castellani, directeur général d'Impact Field Marketing Group, réitère aujourd'hui notre volonté de faire progresser les principes du Pacte Mondial au sein de notre entreprise et également auprès de l'ensemble de nos parties prenantes.

Cet engagement s'inscrit dans une démarche de progrès, d'amélioration continue et de transparence, qui se traduit par la rédaction de notre première COP, voué à devenir un véritable instrument de mesure de nos actions et de nos réalisations.

Dans un monde en perpétuel mouvement, je souhaite par cet engagement qu'Impact Field Marketing Group inscrive dans le temps une ligne vertueuse dans la façon de conduire ses affaires tout en étant un véritable acteur du changement et du progrès.



Jean-Dominique Castellani
Directeur général d'Impact Field Marketing Group

IMPACT Field Marketing Group - 85 rue Edouard Vaillant - 92300 LEVALLOIS PERRET
SAS au capital de 18.669.692 €uros - RCS NANTERRE 814 009 668 - Tél. 01 41 27 91 00 - Fax. 01 41 27 91 01



→ En interne

Impact publie son premier rapport RSE en 2017. C'est le résultat de la volonté en interne de structurer et de mettre en avant la démarche de responsabilité sociétale d'Impact. La direction d'Impact, qui a porté cet acte de transparence, est convaincue que les PME ont leur rôle à jouer en matière de RSE. La rédaction de ce rapport s'est faite à partir d'une réflexion transversale et un appel à contribution de la part de nombreux collaborateurs au sein de l'entreprise pour rendre compte des actions réalisées au cours de l'année.

→ Les engagements tiers

Ecovadis :

Impact a répondu pour la première fois en 2016 au questionnaire de l'agence Ecovadis qui évalue la performance sociale et environnementale des chaînes d'approvisionnement mondiales. A travers cet engagement, Impact tend à favoriser la transparence et la confiance vis-à-vis de ses clients. Après avoir obtenu le niveau Silver en 2016 et Gold en 2017, Impact s'est fixé comme objectif de conserver ce niveau en 2018.

L'engagement de notre actionnaire 21 Centrale Partners :

Impact s'engage auprès de son actionnaire principal, 21 Centrale Partners, signataire des principes des l'investissement responsable des nations unies depuis 2009, membre actif de la commission ESG de l'AFIC et récemment reconnu comme exemplaire sur les démarches ESG par un de ses investisseurs SWEN Capital Partners.



→ Les engagements tiers

L'engagement de notre actionnaire 21 Centrale Partners :

Chaque année 21 Centrale Partners donne un feedback et note IFMG sur notre performance RSE. Les bonnes pratiques et les performances du Groupe sont classées dans les catégories sociale, environnementale et de gouvernance.

En 2017, Impact a reçu la note de A- sur sa performance ESG. 21 Centrale Partners travaille également avec le groupe, sur la base d'indicateurs ESG, pour améliorer sa performance ESG.

21 Centrale Partners

ESG initiatives and best practices



Social

2017 COMPANY PERFORMANCE

SUPPLIER SCREENING

- > Impact states that no supplier has potential human rights issue
- > Impact integrated ESG criteria in its purchase process

SOCIAL CONTRIBUTIONS

- > Impact has been supporting a NGO for over 10 years (Arthritis) specialized in severe rheumatism care

EMPLOYEE BENEFITS

- > Supplementary pensions and healthcare benefits
- > Workers' council advantages
- > Employee savings plan
- > Traveler's checks / gift vouchers
- > Meal tickets
- > Company cars

CUSTOMER SERVICE AND SUPPORT

- > Reserved area for customers on company website

Governance

2017 COMPANY PERFORMANCE

GOVERNANCE PRINCIPLES

- > Code of ethics
- > Clear definition of core management duties and powers
- > Regular Supervisory Board meetings (quarterly at least)
- > Signatory of the UN Global compact
- > Ecovadis gold certification with ESG policy formalized
- > ESG internal and external reports for the Ecovadis process
- > Independent member in the Supervisory board

MANAGEMENT SYSTEM & TRANSPARENCY

- > Independent financial audit
- > Mixed-gender Executive Committee
- > Written treasury management policy
- > Financial performance releases on monthly basis
- > Disclosure of financial results and ownership structure to business community
- > No individuals in charge of compliance nor risk management
- > Formalized ESG policy
- > 1 responsible for ESG issues

STAKEHOLDERS

- > Shareholders regularly updated on company operations
- > The company has not been involved in any governance dispute over the last three years
- > The company is not directly involved in business operations with high risk and non-cooperative jurisdictions
- > Tax credit for employment and competitiveness

ENVIRONMENTAL BEST PRACTICES

Initiatives related to the carbon emission impact

- > Set up of a Car Policy related to the management of the automatic fleet together with a software allowing accurate monitoring of the indicators;
- > 100% of the new cars purchased by Impact are hybrid vehicles;
- > New downsized cars with Stop & Start systems (switching off the engine when the car stops), which reduce energy consumption by up to 15%;
- > Implementation of car-sharing and promotion of train travel to reduce the vehicles use.

Waste management

- > Trainings for Impact sales force for Nespresso on recycling used coffee capsules;
- > Reconditioning of computer screens, batteries, printer toners and other hardware;
- > Recycling of ink cartridges;
- > Energy Star-certified computer stations.

NOTRE STRATÉGIE RSE

En tant que membre du Global Compact, nous nous engageons à respecter les 10 principes du Pacte Mondial. Et pour cette année 2018, notre communication porte sur 4 principes directement en lien avec les enjeux prioritaires identifiés en interne :

- Principe 1 : Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'Homme dans leur sphère d'influence.
- Principe 6 : Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination de toute discrimination en matière d'emploi et de profession.
- Principe 8 : Les entreprises sont invitées à prendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement.
- Principe 10 : Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin.

Les piliers de la démarche RSE d'Impact

Saine Gouvernance

- En 2017, nous avons mis en place la gouvernance des sujets RSE avec un organigramme présentant des objectifs de déploiement de nos actions. Nous réaffirmons notre engagement concernant les 10 principes du Global Compact. En matière d'éthique des affaires, la cartographie des risques encadre nos actions. Nous nous engageons à travers une charte éthique et respectons le code déontologique de notre syndicat professionnel (SORAP*) et notre code de conduite.

Employeur responsable

- Les engagements prioritaires dans la stratégie RSE d'Impact sont les conditions de travail (notamment les déplacements et la manutention de nos collaborateurs), la diversité, le dialogue social, la gestion des compétences et la gestion des carrières à travers la formation, élément clé du dispositif mis en place par Impact pour impliquer les collaborateurs, développer un environnement de travail dynamique, et permettre à ses collaborateurs une meilleure mobilité.

Ecosystème citoyen

- Convaincu que l'entreprise a un rôle majeur à jouer au sein de la société civile, Impact s'engage au quotidien sur l'ensemble de ses zones d'influence, avec ses parties prenantes stratégiques, à travers notamment une politique d'achat responsable, un engagement pour le développement territorial et des programmes de mécénat.

Sobriété environnementale

- Avec l'engagement de la direction qui a signé en 2016 une première politique environnementale, Impact a posé les bases de son système de gestion environnementale en identifiant les enjeux prioritaires et en définissant des axes d'amélioration stratégiques pour réduire son empreinte environnementale.
- La gestion optimisée de notre flotte de véhicules est un puissant levier de progrès de notre empreinte environnementale.

*Le Syndicat des professionnels de l'action commerciale terrain

La contribution d'Impact aux Objectifs de Développement Durable

A travers la démarche RSE d'Impact, nous contribuons en priorité aux Objectifs de Développement Durable (ODD) suivants :

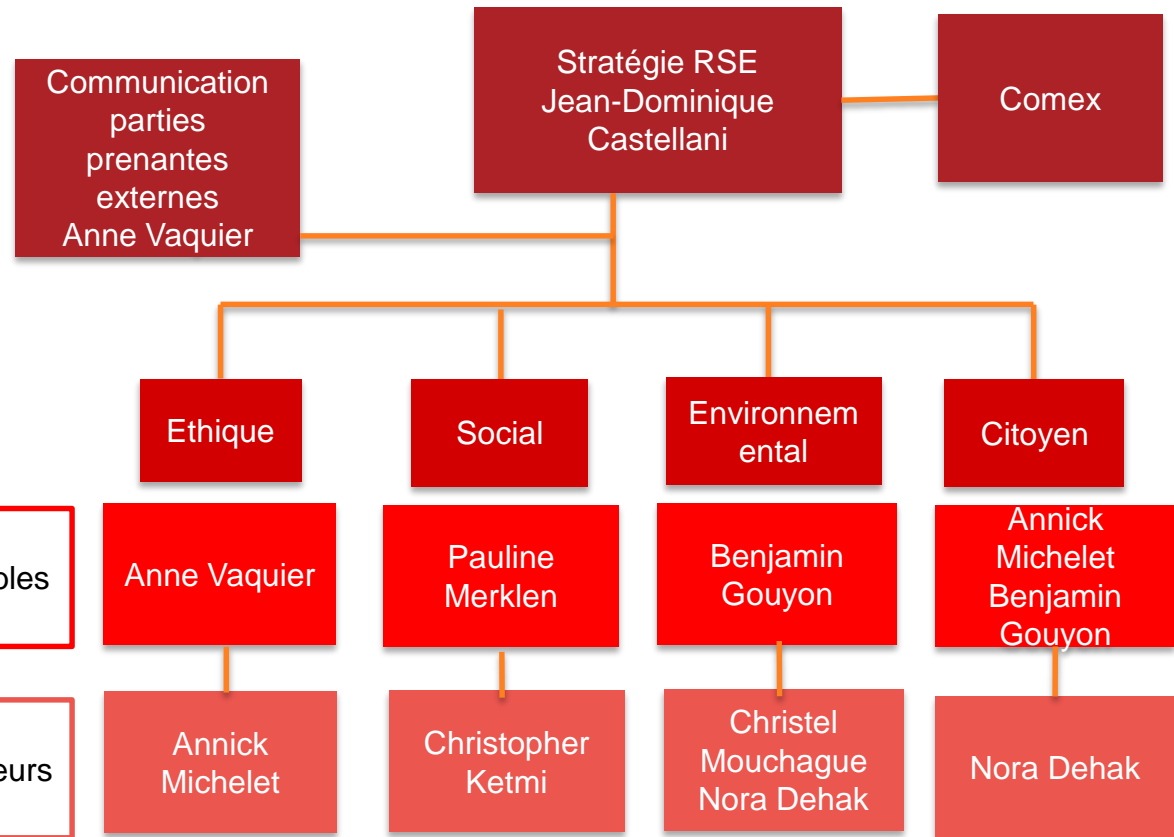


Organisation

Afin de s'inscrire dans une démarche d'amélioration continue sur nos enjeux prioritaires tout en gérant au plus juste les impératifs de croissance économique des prochaines années, il a été essentiel de définir et d'encadrer les projets et d'inscrire les responsabilités de chacun dans notre propre gouvernance.

Fonctionnement

- Le comité de pilotage se réunit deux fois par an pour faire le point sur les bilans et axes d'amélioration RSE. Il s'est réuni une première fois en Avril 2018 et se réunira de nouveau dans le courant de l'année.
- Des **données de reporting RSE** sont collectées de février à juin pour mesurer l'avancement et les performances des plans d'actions.
- Les projets réalisés cette année sont principalement le réaménagement des locaux, l'envoi d'un **sondage RSE auprès des collaborateurs** et la création de fiches sur les principales thématiques RSE afin de mettre en place un plan d'action concret.



Le 9 avril 2018 s'est réuni le Comité RSE d'Impact qui rassemble les principaux acteurs de la démarche RSE du Groupe afin de :

- Sélectionner les actions prioritaires
- Coordonner le déploiement des actions et des engagements RSE
- Contrôler et ajuster la mise en œuvre (centraliser les réponses 21 Central Partner, Ecovadis, Global Compact)

Les participants ont eu pour mission, par la suite, de réaliser des fiches actions portant sur les principaux thèmes liés à la RSE. Ces fiches seront déployées en interne afin de mettre en place des actions concrètes et efficaces:

- Relations Fournisseurs
- Mécénat & Caritatif
- Mobilité
- Déchets
- Handicap
- Santé & Sécurité
- Ethique & Corruption
- RGPD

Fiche Action N°8 : RGPD

Enjeux

- Assurer la protection des données personnelles des salariés
- Etre également en mesure de protéger les données des clients d'Impact et leur permettre d'y avoir accès et d'effectuer toute modification qu'ils jugeront nécessaire.

Objectifs pour Impact

- Sécuriser les risques liés aux données personnelles : image et réputation, cyberattaque, risques sur le résultat (pénalité en cas de non-conformité) ;
- Accroître la confiance de ses clients et collaborateurs ;
- Assurer le respect des données par les sous-traitants et fournisseurs ;
- Nommer un comité RGPD et un DPO externalisé pour accompagner Impact dans sa conformité
- Communiquer auprès des utilisateurs/client et mettre en place un plan d'action
- Mettre en place le plan d'action à activer écrite dans la cartographie communiquée priorisation 1, 2, 3 à définir et ci-dessous
 - Etablir une politique générale de protection : ce document servira à démontrer aux clients la conformité de nos traitements (demande dans le cadre d'appel d'offres)
 - Etablissement des clauses visant à nous protéger en qualité de sous-traitants
 - Etablissement d'un avenant à utiliser dans nos contrats avec nos fournisseurs/prestataires (+courrier à leur transmettre)
 - Etablir une politique RH de protection des données : il s'agit d'un document similaire à la charte informatique comprenant les droits et obligations de nos salariés en matière de protection des données que vous devrez remettre à tous nouveaux salariés
 - Former notre personnel : un module e-learning pour expliquer ce qu'est une donnée personnelle et les bons réflexes à avoir. Les managers ayant accès aux 2 outils doivent tous être formés sur le sujet – Module e-learning my DPO
 - Désigner officiellement notre DPO auprès de la CNIL/ référent
 - Mettre à jour nos mentions légales sur le site internet :
 - Procédure à mettre en place pour le maintien à jour de notre registre : que tous collaborateurs nous contactent des lors qu'il aura un nouveau traitement de données personnelles

Réglementation

Le règlement européen n°2016/679, dit règlement général sur la protection des données (RGPD) renforce les droits des personnes physiques en matière de contrôle de leurs données personnelles.

Il impose la mise à disposition d'une information claire, intelligible et aisément accessible aux personnes concernées par les traitements de données. Lorsque leurs données personnelles sont collectées, elles devront y avoir accès (principe du consentement) et pourront en demander l'effacement (droit à l'oubli), la rectification ou la récupération (droit à la portabilité).

Ce qui est fait actuellement chez Impact

- Audit en cours des données commandé pour la mise en place du RGPD ;
- Cartographie du traitement des données ;
- Choix du pilote du projet de mise en conformité
- Nomination d'un DPO externalisé

Les mesures concrètes à mettre en œuvre

- Faire l'inventaire des personnes concernées par la protection des données ;
- Effectuer une communication interne afin d'informer les salariés sur la mise en place de ce nouveau dispositif et les informer de leurs droits ;
- Etablir une politique générale de protection : ce document servira à démontrer aux clients la conformité de nos traitements
- Définir une charte de bonne conduite informatique (interne et fournisseurs) ;
- Sensibilisation des collaborateurs aux nouvelles exigences du RGPD et formation sur la communication clients (Site Impact)

LE DÉPLOIEMENT DE NOS ACTIONS DE PROGRÈS

SAINE GOUVERNANCE

Les membres du comité exécutif



Olivier Bentz



Anne Vaquier



Christelle Mouchague



Annick Michelet



Jean-Dominique Castellani



Jérémie Adam



David Morriot



Stéphane Fretté



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-vin

Politique

La gouvernance d'Impact repose sur les principes suivants : anticipation et prévention des risques éthiques, transparence des informations, responsabilité et intégrité des collaborateurs, et ce notamment en ce qui concerne le marketing responsable, l'activité principale d'Impact étant la force de vente, animation, audit et le merchandising. La politique a été mise en place en 2017 et se déploie notamment sur les sujets suivants :

→ **Cartographie des risques**

En 2017, nos équipes ont identifié les risques principaux liés à l'éthique des affaires au sens large et notamment ceux liés à la corruption. Les risques ont été évalués en interne dans un premier temps de façon concertée. En 2018, une fiche action Ethique & Corruption a été réalisée et sera mise en œuvre en interne afin de limiter les risques.

→ **Déploiement de notre charte éthique et du code de conduite**

Impact fait respecter par ses collaborateurs et ses partenaires le code déontologique du SORAP et le code de conduite du groupe. Une fiche action sur les Relations Fournisseurs a permis de créer une Charte Fournisseurs rappelant les exigences d'Impact.

→ **Mise en place d'un programme de sensibilisation**

Le programme de formation du groupe inclut une sensibilisation générale sur ces sujets et les conditions générales de vente encadrent les droits et devoirs en matière de respect du droit des contrats.

→ **Organisation et structuration de la veille interne et externe.**

En 2017, Impact a validé un organigramme dédié à la RSE. Impact a désormais un référent pour chaque enjeu stratégique : Jean-Dominique Castellani et Anne Vaquier comme référents RSE, Annick Michelet comme référent sur les enjeux éthiques, Pauline Merklen comme référente sur les enjeux sociaux, Benjamin Gouyon comme référent sur les enjeux environnementaux, et Annick Michelet et Benjamin Gouyon comme référents sur les enjeux sociétaux.

→ **Intégration de nos risques spécifiques liés à nos métiers**

Les risques majeurs et principaux liés à nos activités d'un point de vue éthique sont issus de deux sources : le risque de non respect des conditions intrinsèques du statut de Force de vente supplétive, et la délégation de service d'opération de vente, par essence même sujette à plusieurs dérives de pratiques commerciales illicites « classiques ».

→ **Intégration de nos risques spécifiques liés à nos métiers**

Impact respecte la réglementation en matière de protection des données personnelles (RGPD) et a fait appel à un Data Protection Officer externalisé afin que les données de nos collaborateurs et clients soient sécurisées.

Chapitre	Actions 2016 - 2017	Actions 2017-2018	Actions à venir
Respect des codes	Codes déontologique SORAP, charte et code de conduite, conditions générales de vente Actualisation de la charte éthique	Diffusion de la charte éthique Création de la fiche Ethique & Corruption: diffuser les bonnes pratiques éthiques en interne	Systématisation de la gestion des risques par l'élaboration d'une politique globale officielle et signature par l'ensemble du COMEX
Gestion des risques	Evaluation, avec l'aide d'un tiers avocat, de plusieurs scénarios à risque pour Impact. Identification de quatre scénarios à risque et de leurs solutions.	-	Mise en place d'un réel processus d'anticipation et prévention assortie d'une procédure corrective
Sensibilisation	Affichage de la charte éthique, du code déontologique et d'un guide de lutte contre la corruption dans les PME	Rappel des informations essentielles lors de formations d'intégration.	Formation des personnes clés (DAF, achats, Directions opérationnelles) Signature des chartes du top management
Veille sur les sujets liés à la corruption	Mise en place d'un comité RSE voué notamment à se réunir deux fois par an et à aborder l'ensemble des sujets d'éthique et de gouvernance	Réunion du Comité RSE en Avril 2018 afin de mettre en place un plan d'action RSE Mise en place d'une fiche Ethique & Corruption afin de prévenir les risques liés à la corruption	Organiser la remontée des bonnes pratiques auprès du management Initier des discussions avec la fédération professionnelle Analyser les positions de nos clients, initier des discussions sur le sujet
Marketing responsable	Respect de la description du produit, arrêt de la mission si le produit n'est pas conforme aux normes ou dangereux pour le client Evaluation des fournisseurs et prestataires stratégiques et premières prises de contact Politique achat responsable	Création d'une charte fournisseurs	Structurer le processus de réclamation et exploiter les résultats d'une campagne de satisfaction client Diffuser la charte auprès d'une sélection de fournisseurs stratégiques
RGPD	Prise de connaissance du sujet et des enjeux liés à la protection des données personnelles des clients et collaborateurs	Data Protection Officer en charge du déploiement de la réglementation en interne	Déploiement de la réglementation

Focus sur les engagements éthiques d'Impact

La démarche d'Impact s'inscrit dans le respect des grands principes internationaux dans son domaine d'activité, en particulier la Déclaration Universelle des droits de l'Homme et la Déclaration de l'Organisation Internationale du Travail sur les droits fondamentaux du travail. Cet engagement se traduit par l'adhésion d'Impact au Global Compact des Nations Unies et par l'intégration des 10 principes du Pacte Mondial. La charte éthique d'Impact, mise à jour en 2018, fixe les dispositions à prendre ensemble afin d'être « irréprochable » d'un point de vue éthique.

Les principes éthiques fondamentaux d'Impact pour des activités respectueuses de l'éthique et de la légalité

- Agir en conformité avec les lois et réglementations (code du travail, code commerce etc.)
- Instaurer une culture de confiance, d'intégrité et de transparence (lutte contre la corruption, conflits d'intérêt, pratiques commerciales loyales etc.)
- Promouvoir des pratiques professionnelles durables (préservation de l'environnement, bien-être des salariés, marketing responsable etc.)
- Respecter et protéger les individus (respect des droits fondamentaux et de la dignité, lutte contre la discrimination etc.)

L'engagement de l'entreprise Impact s'engage à :

- 1) Assurer la sécurité et protéger la santé de ses travailleurs
- 2) Prévenir toute situation discriminatoire, d'injustice ou de harcèlement
- 3) Promouvoir la diversité au sein de ses équipes
- 4) Protéger et limiter ses impacts sur l'environnement
- 5) Agir en conformité avec les lois et réglementations en vigueur
- 6) Œuvrer en faveur de la protection de l'enfance et combattre le travail forcé
- 7) Lutter contre la corruption



L'engagement des salariés En travaillant pour Impact, chaque salarié s'engage à :

- 1) Respecter les parties prenantes de nos activités
 - Les collaborateurs : respecter la dignité de la personne humaine et bannir tout comportement discriminant, intolérant ou violent
 - Les clients : agir de manière honnête avec les clients, les conseiller dans leur démarche et leur assurer de parfaites conditions de qualité et de sécurité des produits et des prestations fournies
 - Les fournisseurs : agir de manière juste et impartiale avec les fournisseurs et veiller au respect des engagements d'Impact
- 2) Assurer le respect des règles de santé et sécurité dans le cadre de leurs missions
- 3) Se comporter avec intégrité
 - Être au-delà de tout soupçon de corruption
 - Refuser systématiquement toute pratique contraire à l'éthique des affaires

Focus Marketing Responsable

Illustration NESTLE

Cas Nestle

Nespresso, ayant pour enjeu majeur d'associer sa croissance au respect des principes de la RSE, a sollicité Impact afin de mettre en place un module de formation destiné à relayer ses initiatives environnementales à l'équipe d'Ambassadrices Impact.

A travers ce module, l'élément principal enseigné à nos ambassadrices est la procédure de recyclage des capsules utilisées en animation. Mais il s'agit également de véhiculer au consommateur final la façon de recycler ses capsules usagées.

Les équipes d'Impact participent ainsi, à leur façon, à l'effort collectif de responsabilité.

Notre vision du Marketing Responsable

Nos activités sont liées à des opérations de promotions commerciales et à ce titre nous sommes impliqués dans le processus d'argumentation de vente. Bien que la responsabilité sociale et environnementale liée aux produits ne nous incombe pas, nous sommes attentifs à plusieurs points :

- Les opérations doivent respecter les valeurs de RSE engagées par Impact
 - Les opérations doivent correspondre aux valeurs et aux activités de nos clients et donc à leurs argumentaires
 - Les arguments ne doivent pas permettre de survaloriser les qualités environnementales des produits (« Greenwashing »).
- A ce titre, nos équipes sont formées de façon à respecter les arguments de vente inclus aux contrats de prestations de services.

5 Les Services

4 LE RECYCLAGE DES CAPSULES EN ANIMATION : UNE PROCÉDURE OBLIGATOIRE

OBJECTIFS

- Recycler les capsules utilisées par les animateurs lors de leurs démonstrations
- Être en totale cohérence avec le programme Nespresso Sustainable Quality

LE KIT DE RECYCLAGE

le kit de recyclage pour 2 jours d'animation est composé de :

- 1 carton
- 1 procédure explicative
- 1 étiquette T pour le retour
- 1 sac de collecte de 200 capsules maxi



5 Les Services

4 COMMENT RECYCLER



Comment recycler ?

5 000 Points de collecte (Boutiques Nespresso, 4000 Points de vente, 1000 Distributeurs...)
Pour trouver le point de collecte le plus proche : www.nespresso.com/entreprises
En magasin, après avoir effectué des dégustations, des cartons Nespresso premium sont à votre disposition



Du nouveau dans le tri sélectif : Possibilité de recycler des capsules usagées directement dans les poubelles jaunes. Les communes qui sont équipées : 06, 83, 46, 91, 92, 93



Focus Marketing Responsable

Illustration Nutrition

→ **Objectif :**

Former les animateurs pour leur transmettre une culture générale en Nutrition, leur donner les principaux repères essentiels, les rendre capables d'intégrer des messages nutritionnels spécifiques et de les faire passer aux consommateurs avec conviction, honnêteté et sans déformation.

→ **Principe :**

Module E-learning exclusif, validé et cautionné par les professionnels de la communication en nutrition.

→ **Contenu :**

Les familles de nutriments, les catégories d'aliments, les grands repères de l'équilibre alimentaire (en ligne avec le PNNS - Programme national nutrition santé), les régimes spécifiques, et les points réglementaires saillants.

→ **Validation des connaissances :**

Un Quizz poussé à l'issu de chaque rubrique pour valider chaque étape. Taux de succès de 90% minimum



EMPLOYEUR RESPONSABLE



Photos animations commerciales par Impact



Principe N°1 : Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'Homme dans leur sphère d'influence.



Principe N°6 : Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination de toute discrimination en matière d'emploi et de profession.

Impact se démarque en tant qu'employeur responsable.

Du fait de son fort développement, Impact est un acteur des plus actifs d'un point de vue du recrutement dans le département des Hauts de Seine. Notre spécificité réside dans la typologie de nos interventions demandant une gestion de contrats de travail très spécifiques.

Les engagements prioritaires en matière sociale sont :

- **L'emploi.** Impact s'engage à développer un environnement de travail dynamique, motivant, et à permettre à ses collaborateurs une mobilité interne et externe enrichissante,
- **Les conditions de travail,** notamment à travers une politique déplacements adaptée et des règles professionnelles spécifiques concernant la manutention,
- **L'amélioration du dialogue social,** sous une forme directe avec les représentants du personnel et une forme indirecte par des sessions d'échanges réguliers,
- **La gestion des compétences** et la gestion des carrières à travers la formation, élément clé du dispositif mis en place par Impact pour impliquer les collaborateurs,
- **Le respect de la diversité,** sous toutes ses formes.

Nos chiffres clés en 2017

Nombre d'ETP en moyenne en France	847
Nombre de CDI (en ETP)	474
Nombre d'embauches en 2016	597
Nombre de femmes au Comité de Direction	3
Parité hommes/femmes	62%/38%
Moins de 25 ans	9%
50-60 ans	33
Nombre de travailleurs handicapés	6
Nombre d'heures de formation	18 263
Nombre de collaborateurs formés	2 609
Nombre de stagiaires	20
Nombre de réunions du CE en 2016	16
Taux de fréquence des accidents du travail*	12
Taux de gravité des accidents du travail**	0,5

*Nombre d'accidents*1 000 000 / nombre d'heures d'exposition aux risques

**Durée d'incapacité*1 000/nombre d'heures d'exposition aux risques

Chapitre*	Actions 2016 - 2017	Actions 2017 - 2018	Actions à venir
Politique générale	Engagement de la direction pour respecter les normes de l'OIT	Cartographie des risques et mise à jour du document unique	Systématisation de la gestion des risques avec des dispositifs renforcés de prévention et des dispositifs de correction
Emploi	Télétravail Aménagement des temps de travail (équilibre entre vie pro et vie privée)	Rémunération transparente	Accompagner la croissance économique en faisant évoluer le système de management et mieux piloter les indicateurs
Santé et sécurité : des conditions de travail essentielles	Sensibilisation avec le book d'intégration; Confort des véhicules : Bluetooth Chaussures de sécurité si nécessaires.	Réaménagement des locaux pour améliorer le confort des collaborateurs Mails et documents envoyés aux collaborateurs pour sensibiliser sur la sécurité routière Audit de la situation d'Impact en matière de bilan de santé	Poursuite du plan de prévention routière, participation à la semaine de la sécurité routière Diagnostic des situations de stress Formation gestes et postures
Dialogue social : le dialogue ouvert et permanent	Réunion du CE, poursuite des accords collectifs parité hommes femmes, contrat de générations IMFG reconnu comme UES	Questionnaire collaborateur envoyé à l'ensemble des salariés du Groupe	Poursuite des discussions sur les accords collectifs et mise en place des actions issues du questionnaire collaborateurs
Formation et gestion de carrières	Plus de 7 parcours généraux sur les métiers d'Impact, plus de 20 parcours ciblés par clients, possibilités de reclassement offertes chaque année.	Développement de la formation	Continuer à développer la formation et multiplier les opportunités de carrières pour les collaborateurs Améliorer le plan de formation des permanents fonctions transverses
Non discrimination	Accords parité hommes/femmes, Encouragement de la multiculturalité dans les recrutements Signature d'un engagement contre les discriminations	Contrat avec la société Elise pour le recyclage des déchets Collaboration avec la société Edita pour les fournitures de bureau Adaptation des véhicules aux personnes en situation de handicap (boîte automatique) Utilisation de la salle M.Girault, gérée par une association, pour des réunions du groupe	Actions de sensibilisation Développement d'une politique « Handicap », avec notamment l'accès à l'emploi

Focus : Questionnaire Collaborateurs RSE

Un questionnaire sur la politique RSE d'Impact a été envoyé en mai dernier aux collaborateurs d'IMPACT en situation de CDI (701 collaborateurs).

8 questions leur ont été posées sur les différents aspects de la RSE au sein de l'entreprise:

- Satisfaction globale au travail
- Eco-citoyenneté au bureau
- Implication personnelle des collaborateurs dans une association/une action de bénévolat...

169 personnes ont répondu à cette consultation, soit un taux de réponse de plus de 24%.

Madame, Monsieur,

Dans le cadre de notre politique Responsabilité, Sociétale et Environnementale, nous souhaiterions avoir votre avis autour de notre engagement RSE.
Vous trouverez ci-joint un lien vous permettant d'y accéder directement.

<https://goo.gl/forms/4ZIFMbvIV7d86SRT2>

Le questionnaire comporte 10 questions, les réponses sont traitées de manière confidentielles et anonymes.

Merci pour vos retours et votre implication, retour prévu avant le vendredi 15 juin.

En vous remerciant par avance.

Comité RSE IFMG

Questionnaire Collaborateurs IMPACT

SATISFACTION GLOBALE AU TRAVAIL

1. Quels projets voudriez-vous porter au sein Impact pour améliorer les conditions de travail ?

Your answer

2. Pour quelles raisons recommanderiez vous l'entreprise Impact en tant qu'employeur à votre entourage ?

- ☐ Un environnement de travail agréable
- ☐ Des responsabilités motivantes, des tâches stimulantes
- ☐ La confiance portée envers les collaborateurs
- ☐ Les perspectives d'évolution
- ☐ Les avantages
- ☐ Je ne recommanderais pas Impact à mon entourage
- ☐ Other: _____

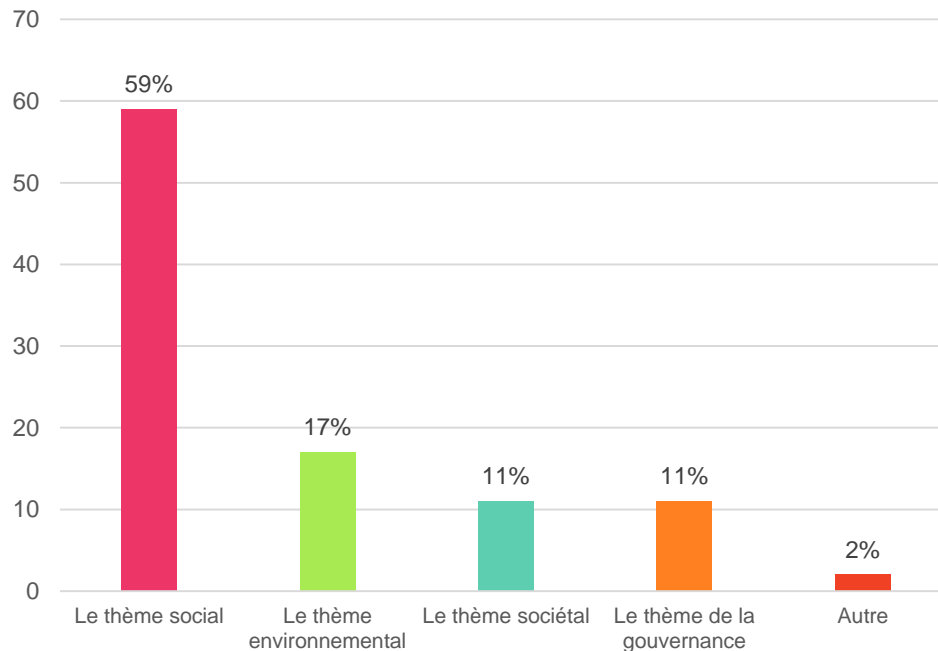
3. Globalement, votre activité au sein d'Impact répond-elle à vos attentes professionnelles et personnelles ?

- ☐ Tout à fait
- ☐ Plutôt oui
- ☐ Pas tellement
- ☐ Pas du tout

Focus : Questionnaire Collaborateurs RSE

Les différentes questions posées ont permis d'avoir une idée plus précise des impressions des collaborateurs sur leur perception de la RSE au sein de l'entreprise et des idées d'amélioration.

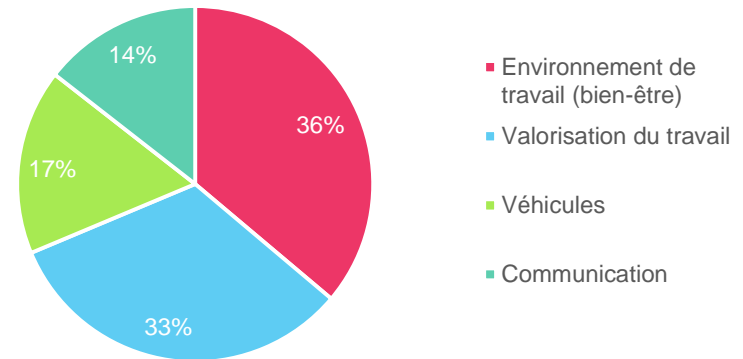
Selon vous, sur quelles thématiques Impact devrait-elle s'engager cette année ?



59% des collaborateurs considèrent que le thème principal sur lequel devrait s'engager Impact cette année est le thème social: bien-être au travail, santé et sécurité, formations...

Dans la catégorie de réponse autre, on retrouve notamment la revalorisation des salaires des collaborateurs de l'entreprise.

Quels projets voudriez-vous porter au sein d'Impact pour améliorer les conditions de travail ?



Deux éléments ont été clairement identifiés comme étant des axes de progrès à mettre en œuvre:

- La qualité de l'environnement de travail (36%) → salle de sport, boîte à idées, espace détente, événements intra-entreprise, challenge, handicap au travail...
- La valorisation du travail (33%) → primes, place des femmes, revalorisation du salaire, formations, RTT...

Agir pour le respect des droits de l'homme

La gestion des risques sociaux chez Impact est assurée par la direction des ressources humaines composée de 3 personnes à temps plein. Face à la diversité des compétences requises par les activités, la gestion d'une croissance exponentielle depuis quelques années et un marché du travail complexe, la direction a entrepris il y a quelques années de s'engager par la signature d'un engagement officiel.

2016-2017 est le point de départ de la transition sociale qu'Impact est en train de vivre et les années à venir permettront d'assurer les étapes suivantes :

- L'identification des risques lors des recrutements,
- Pendant les missions, la mise en place de conditions de travail saines et appropriées (garantie du droit à la déconnexion, de la sécurité des conducteurs lors de l'utilisation des véhicules, aménagement du temps de travail notamment en cas de maternité et paternité) et l'évaluation permanente des collaborateurs lors des évolutions de postes, lors des relations avec les représentants du personnel,
- La mise en place d'actions préventives (formation, processus clair et écrits), et correctives (dialogue social, écoute, processus de réclamation...),
- Le suivi d'indicateurs de performance.



Mon entreprise et les droits de l'Homme

Guide des droits de l'Homme pour les petites et moyennes entreprises

Traduction non officielle – Document provenant des services internes de la Commission Européenne.

Guide mis à disposition du personnel

Chapitre	Actions 2016 -2017	Actions 2017 -2018	Actions à venir
Politique générale et actions	Engagement de la direction pour le respect des droits de l'homme	Mise à jour de la charte éthique	Elaboration d'un réel dispositif de gestion préventive et corrective des cas d'infraction aux Droits de l'homme

Résultats : La fidélisation de nos collaborateurs

Recrutement en adéquation avec le poste et en phase avec les exigences des candidats (rémunération, horaires, secteur d'activité, expérience, connaissance des exigences du poste...)



Impact garantie des **conditions de travail** de qualité pour s'assurer du **bien-être** des collaborateurs.



L'identification des risques liés au Stress avec des conséquences de TMS (pour les sédentaires au bureau comme pour les itinérants en voiture) et des difficultés de concilier vie privée/professionnelle donnant lieu à des horaires aménagés.



Nombreuses **possibilités d'évolution**: + de 250 postes commerciaux CDI, + de 45 possibilités en Middle Management, de nombreuses passerelles chez nos donneurs d'ordre et au sein du groupe sur d'autres métiers merchandising, FDV. 27 reclassements ont eu lieu en 2016.



Une proximité avec les collaborateurs terrain, via des **interlocuteurs dédiés** en lien en continue avec eux (6 jour/7 dont le samedi). Le dialogue est favorisé à travers les 16 réunions du CE annuels et les entretiens annuels.



Un environnement inclusif. La diversité fait la force d'Impact avec des collaborateurs de plus de 10 nationalités différentes, une politique pour l'insertion des handicapés dans le monde du travail, et une volonté de respecter la parité homme/femme qui est aujourd'hui de 62%/38% avec un écart de rémunération de moins de 1%



Contrats de travail spécifiques au regard de la durée de la mission et respect scrupuleux des règles en vigueur (droit du travail et convention collective SORAP), frais de vie, frais déplacement, +mutuelle + ancienneté



Un cursus de formation continue adapté aux métiers, aux techniques de vente et à l'univers (**Ecole de vente Impact**). **2 609 collaborateurs ont suivi une formation en 2017**, ce qui équivaut à 7 heures de formation par collaborateur, et 18 263 heures de formation en tout.



Salaire moyen (fixe) de 3 805 euros pour les cadres sédentaires. **Rigueur** dans le paiements des salaires et le règlement des frais. Chaque salarié dispose de son **espace personnel avec un coffre fort électronique**.



Focus : La formation est le moteur de notre croissance sociale et économique

Les compétences des collaborateurs sont l'essence de nos activités. C'est pourquoi nous tenons à respecter deux engagements forts à travers la formation : fidéliser nos forces vives et faire progresser leurs compétences.

Certifié organisme de formation, Impact Formation assure le développement des collaborateurs au travers de plans, de méthodes et d'outils de formation reconnus en Merchandising.

La formation est conçue et pilotée par la division dédiée « Formation », dirigée par Olivier Bentz, en association avec les ressources humaines. Les formations sont ainsi construites pour répondre aux attentes des clients et aux besoins des salariés. Le plan d'action pour la formation est défini en tenant compte des entretiens d'évaluation réalisés par 100% de nos collaborateurs, qui sont l'occasion pour chacun d'eux de donner un retour sur son expérience de formation chez Impact.

Impact a plusieurs parcours de formation pour adapter la les compétences des collaborateurs à ses métiers :

- **Le parcours d'intégration des équipes de vente** comprend une formation sur les process généraux d'Impact, sur les responsabilités des membres d'une équipe de vente, ainsi qu'une formation de prévention en matière de sécurité routière et une formation sur l'éthique et les risques corruption.
- **Le parcours école de vente** comprend une formation initiale pour connaître le marché et la marque (ses résultats, son positionnement, ses actualités, ses innovations, son plan média) et pour développer son potentiel relationnel et un focus sur les techniques de vente liées au dispositif et adaptées au réseau.
- **Le parcours d'intégration terrain** type comprend un parrainage systématique avec un chef de secteur confirmé.
- **Le parcours coaching des équipes** a pour but de permettre au collaborateur formé d'accompagner les attachés commerciaux.
- **Le parcours des ambassadeurs et des animateurs** avec des modules produits (dont 20 parcours dédiés clients), des modules école de vente, et un quizz de validation certifiant.

Focus : Adaptation des formations aux clients

Nos formations sont déclinées pour être adaptées à nos clients, leur positionnement, leur organisation, leur fonctionnement et leur métier. Il s'agit à la fois de satisfaire le client et de s'assurer de l'adaptabilité et du confort du collaborateur dans son environnement du travail. C'est pourquoi nous avons plus de 20 parcours ciblés pour des clients différents. Pour Henkel, nous avons notamment développé des formations sur l'hygiène et la beauté.

Création de la « HENKEL MERCHANDISING ACADEMY »

OBJECTIFS

- Assurer la montée en compétence rapide des « merchandisers » et leur autonomie
- Renforcer l'expertise technique et la connaissance des catégories
- Certifier les compétences professionnelles et personnelles (savoir-faire et savoir être)

MOYENS

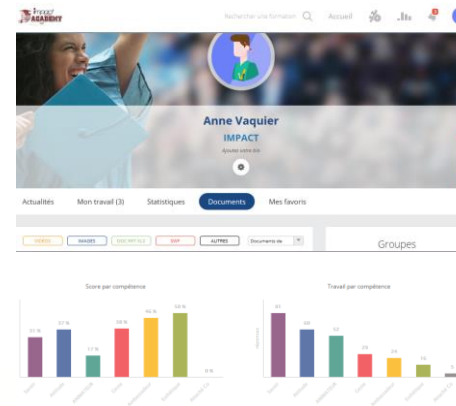
- Formateurs experts Merchandising
- Outils performants : Des modules @learning riches où l'apprenant fait sa propre progression (Quizz, vidéo, animations, jeux, leçons,...)
- Une certification (Bronze, argent, or)
- Coaching managérial terrain



Espace web collaborateur :

COMMUNAUTE PROMOTEURS
MERCHANDISEURS HENKEL

- Sur leur mission
- Sur la formation via le web - tutorat
- Sur les News - Actualité des marques, des temps forts, des priorités - communauté identifiée qui partage et échange (résultats, Best practice, astuces...)



ÉCOLE DE VENTE UNILEVER – LES ÉTOILES

Capl	Timberline Access variable 100m	Dentaria	Engelhard Rhamnus Prunella complex
Capl	MacKenzie 100m variable authentic	Dentaria	SGNAL, B&W Caricaria, Cornus sp.
D&D	MacKenzie dominated 100m Peaks & Bluffs	D&D	Disjunct Aves UO complex
D&D	MacKenzie dominated 100m Peaks & Bluffs	Capl	D&D UO complex
D&D	MacKenzie dominated 100m Peaks & Bluffs	D&D	D&D disjunct Aves UO complex
Dentaria	100m complex of disjunct variable	D&D	Disjunct Aves UO complex
Dentaria	REXONA disjunct Aves UO complex	D&D	Disjunct Aves UO complex
Dentaria	AGE 100m UO 200m	Dentaria	SGNAL, N&W, C&W
Capl	D&D Shallowing Band	Dentaria	SGNAL, N&W, C&W
D&D	Reigate Aves UO complex	So-u	D&D Late disjunct complex
Dentaria	Signal Dent Aves UO complex	Dentaria	SGNAL, N&W, C&W
Dentaria	Zandvoort disjunct complex	Dentaria	SGNAL, N&W, C&W

IMPACT

Impact Assessment and Mitigation Planning



Performance & assiduité



« C'est très agréable d'avoir ainsi des cours qui ne peuvent que nous faire progresser. Avec mes 40 étoiles obtenues, je me permets de commander deux produits à 20 étoiles. Je remercie les équipes d'Impact et Unilever et j'ai hâte de poursuivre avec vous mes animations et continuer à monter en compétences. »

Carole Dahan Marciano, Ambassadrice

Des **cadeaux Unilever** en fonction du nombre d'étoiles gagnées par module de formation !

Focus : Témoignage Ambassadrice Unilever

« L'agence Impact Sales & Marketing répond à 100% à mes attentes de collaboratrice »

Carole Meklemberg, Ambassadrice Unilever



Votre
performance
en PDV

« Impact nous forme en présentiel et via des modules e-learning riches nous permettant de nous perfectionner toujours plus. »



Les formations

« J'adore la formation sur internet qui est très complète et nous permet de forger notre excellence tout au long de l'année. Les formations physiques sont également très enrichissantes car elles nous permettent de nous remettre en question. En effet, je travaille depuis longtemps comme Ambassadrice Unilever et dans la mesure où les techniques de vente évoluent, les formations physiques nous permettent de nous remettre au goût du jour. »



Vos conditions
de travail

« Grâce à Impact je travaille sur de nombreuses missions Unilever toute l'année et ce près de chez moi car Impact privilégie le bien-être de ses collaborateurs. De plus, tout est très bien organisé : nous recevons toujours les éléments nécessaires au bon déroulé de la mission en temps et en heure comme le brief. Cette rigueur nous permet d'être très efficace le jour J. Enfin, la rigueur est un des mots d'ordre de l'agence : j'ai toujours été payée dans les temps et reçu la documentation associée : bulletin de paie, attestation Assedic... »

Création de l'Ecole de Vente EDF pour notre force de vente en BtoB

1. ACCUEIL : 1. VOUS ÊTES PROFESSIONNEL



Adoptez une présentation soignée et conforme à l'univers de la marque en respectant le brief

- Votre gilet EDF
- Votre tour de cou
- votre sacoche
- les documents indispensables à avoir

Adressez naturellement un regard, un sourire et saluez

Restez à l'écoute de vos clients

1. ACCUEIL : 1. VOUS ÊTES PROFESSIONNEL

OBJECTIF Générer une impression positive et professionnelle afin de convaincre le plus de clients potentiels.

LE COURS Être conforme à l'univers de la marque : Votre tenue, votre posture, votre matériel.

LE JEU Trouver la bonne réponse

Menu

2. DÉCOUVERTE: FORMULER ET POSER DES QUESTIONS EFFICACES

LE JEU Reconnaître les différents types de questions...
(Glissez les questions qui apparaissent dans les bonnes cases)

Questions ouvertes

Questions alternatives

Questions fermées

C'est quoi pour vous la consommation idéale ?

Vous êtes plutôt gaz ou électricité ?
Préférez-vous ce type de contrat ou celui-ci ?

Avez-vous une facture récente ?

Souhaitez-vous avoir une meilleure proposition ?

OBJECTIFS

- ➔ Assurer la montée en compétence des vendeurs et leur autonomie
 - ➔ Garantir l'éthique et qualité de mise en oeuvre
 - ➔ Renforcer l'expertise technique et la connaissance
- Certifier les compétences professionnelles et personnelles (savoir-faire et savoir être)

MOYENS

- ➔ Formateurs experts énergie et BTOB
- ➔ Outils performants : Des modules @learning riches ou l'apprenant fait sa propre progression (Quizz, vidéo, animations, jeux, leçons,...)
- ➔ Une certification (Bronze, argent, or)
- ➔ Coaching managérial terrain

Espace web collaborateur : COMMUNAUTE VENDEURS et COACHS EDF

- ➔ Sur leur mission
 - ➔ Sur la formation via le web - tutorat
 - ➔ Sur les News - Actualité des marques, des temps forts, des priorités
- communauté identifiée qui partage et échange (résultats, Best practice, astuces...)

Focus Mobilité :

Près de 20 évolutions de postes

La mobilité interne et externe chez certains de nos clients est un dispositif permettant une relation gagnant/gagnant entre employés et employeurs.



Marc LE COQ Benjamin BRAQUEHAIS Noëlie HERBICK Steeve AMEHAME Vincent KUHTA Anastasia DASSONVILLE Kristiyana ANDREEVA



Rachid BOUMOULA Brice CHANDONNAY Axelle MOREAU Solimane EL HASNAOUI Jérémy FAZENDA Guillaume DEL PUERTO



Benoit NORMAND Morgan ROUGER Walid BEN HASSEN Stéphane AVRAIN Mickaël MIMOSO Laura MONTARU

Témoignages évolution de poste

Focus Mobilité

Du management de dossier pluridisciplinaire à la
« négociation avec les centrale d'achats »

Yann DELAVAL De Chef de Projet à Key Account Manager

J'ai eu la chance de pouvoir évoluer à plusieurs reprises sur un poste de manager régional, puis national dans l'univers des Télécoms. La formation m'a permis de trouver les clés de négociation et de m'adapter aux différents types de clients. Enfin je viens de rejoindre depuis quelques semaines l'équipe du client Crosscall... Un démarrage prometteur.



Yann DELAVAL
KAM retail / Opérateurs
Chez Crosscall



David JOLY
Directeur commercial B2C
Chez Crosscall

Nous avons intégré Yann DELAVAL, provenant de la société INPUT, pour occuper un poste de Key Account Manager avec les recommandations de Mr Olivier BENTZ.

Yann a été à plusieurs reprise mon interlocuteur lorsque je gèrais la Force de Vente chez Samsung et chez Crosscall. Nous avons décidé d'intégrer Yann, en faisant confiance en ses qualités de collaborateurs impliqués et performants. Sa parfaite maîtrise de la distribution en fera un élément de valeur dans le cadre de notre développement commercial. Sa maturité, son sens du pilotage et ses réflexes issus du « terrain » seront des atouts pour sa réussite



Parcours

Diplômée d'un Baccalauréat commercial
VAE BTS Management des unités commerciales

Evolution

- ➔ **Attaché commercial** Gigaset région Nord pendant 4 ans
- ➔ **Field Manager régional** Samsung mobile pendant 1 an
- ➔ **Field Manager National** Samsung mobile pendant 1 an
- ➔ **Chef de Projet** Samsung IM / Alcatel pendant 2 ans
- ➔ Depuis Juillet 2018 **Key Account Manager chez Crosscall**

Formation

- ➔ **Près de 8 ans de collaboration**
- ➔ **Ecole des ventes:** Les fondamentaux de la vente – 14h
- ➔ **Ecole des ventes:** Négocier les contreparties – 14h
- ➔ **Formations Management** 2 X 14h

ENVIRONNEMENT



Gestion responsable de la flotte de véhicules



Principe N°8 : Les entreprises sont invitées à entreprendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement.

Impact s'engage dans une démarche volontaire de réduction de son impact environnemental en adéquation avec l'évolution des attentes de ses clients et qui s'inscrit, à une échelle plus globale, en accord avec les grands défis climatiques et écologiques. Avec l'engagement de la direction qui a signé en 2016 une première politique environnementale, Impact a posé les bases de son système de gestion environnementale en identifiant les enjeux prioritaires compte tenu de la nature de ses activités.

Les enjeux environnementaux d'Impact

- Réduction de l'impact carbone de la flotte de véhicules
- Gestion environnementale dans les bureaux
- Les achats de fonctionnement, principalement ceux liés à l'informatique
- La sensibilisation des collaborateurs

Le bilan carbone, réalisé pour la première fois en 2016, a permis d'identifier les enjeux prioritaires. En tant que prestataire de services, les activités d'Impact ne sont pas concernées directement par les enjeux de biodiversité et de pollution directe des sols.

Les axes d'amélioration

- Mobilité durable : réduire les émissions de CO₂ directes en investissant dans des véhicules électriques à émissions nulles
- Green IT : allonger la durée de vie du matériel informatique
- Gestion environnementale des bureaux : maîtriser la consommation d'électricité dans nos locaux en étant attentifs à l'utilisation faite du chauffage ainsi que de l'éclairage ; réduire la production de déchets et contribuer à leur recyclage (équipements IT, papiers/impressions, emballages)

Chapitre	Actions 2016 -2017	Actions 2017 -2018	Actions à venir
Politique générale	Engagement de la direction pour respecter l'engagement formulé Mise en place d'une politique déplacement Bilan carbone: prioriser des enjeux	Travaux de réaménagement, efficacité énergétique des locaux	Systématisation de la gestion des risques Fixation d'objectifs quantifiés sur le CO ₂ Réflexion sur l'empreinte environnementale au bureau
Flotte : réduire les émissions de CO ₂	Suivi détaillé de la consommation de CO ₂ Choix de véhicule portés sur des motorisations « downsizées » avec systèmes Stop&Start qui coupent automatiquement les gaz à l'arrêt et font reculer la consommation en ville jusqu'à 15 %. Evaluation des coûts globaux (TCO) sur la flotte	Homogénéisation de la car policy en fonction des critères TCO et des émissions de CO ₂ Compensation des émissions: contrat avec le cabinet Holson, spécialiste de la gestion de la flotte Respect de la réglementation Crit'Air Commande de 15 véhicules essence pour les collaborateurs et de véhicules avec boîte automatique pour les personnes en situation de handicap Volume de renouvellement de véhicules orientés essence Au 1 ^{er} juillet 2017 est mis en place un logiciel de gestion de flotte (Car Fleet)	Mise en place d'un projet défi pour sensibiliser et inciter les conducteurs à mettre en œuvre les bonnes pratiques (éco-conduite, sécurité, ...), développement de l'autopartage, sensibilisation sur la sécurité routière (3 sessions fin 2018 pour le middle management) Optimisation du choix diesel vs essence en fonction de la loi de roulage et du territory management Développement de la VOIP Télémétrie dans les véhicules pour pouvoir avoir des remontées fiables sur leurs entretiens. 100 boîtiers Michelin 100% gratuits seront déployés fin 2018 via notre courtier d'assurance Pilliot, s'inscrit dans le plan de prévention (analyse du comportement au volant, points de choc éventuels, consommation)
Flotte : suivi des cartes carburants	Inventaire du parc annuel avec les consommations, mise en place d'une carte carburant chez EFR pour avoir un suivi précis des indicateurs Mise en place en 2016 d'une carte carburant chez EFR (BP) couplée à un logiciel de gestion de flotte permettant ainsi un suivi précis des indicateurs (consommation carburant / kilométrages / maintenance / fiscalité). Impact réalise un suivi détaillé de la consommation de carburant de ses véhicules pour pouvoir détecter une anomalie ou des actions possibles de progrès.		
Flotte : les véhicules électriques et hybrides	Retour d'expérience vis-à-vis des véhicules électriques et définition d'un objectif sur les véhicules électriques et hybrides	Commande de 15 véhicules essence pour les collaborateurs et de véhicules avec boîte automatique pour les personnes en situation de handicap	Achat de nouveaux véhicules électriques L'e-remote: gestion des véhicules électriques via smartphone. Installation de deux nouvelles bornes électriques en supplément des deux bornes déjà existantes Recenser l'autopartage actuellement réalisé Objectif à horizon 2020: 20% du parc en essence/hybride

Le déploiement de notre politique environnementale se fait en plusieurs chapitres : la flotte, enjeu prioritaire d'Impact, les autres déplacements, le green IT, la gestion des déchets, les achats écocitoyens.

Chapitre	Actions 2016 -2017	Actions 2017 -2018	Actions à venir
Flotte : allongement de la durée de vie des véhicules	<p>Prévention : charte utilisation des véhicules, notes de service</p> <p>Correction : contrat de maintenance dans les marques constructeurs</p> <p>Impact réalise un suivi détaillé des sinistres de ses véhicules. En 2016, constat d'un taux très élevé de bris de glace, Impact a développé un contrat cadre avec Mondial Pare Brise (privilégier la réparation plutôt que le remplacement).</p> <p>Nous nous engageons également pour recycler nos pare-brises.</p>	<p>Engagement de notre partenaire Mondial Pare-Brise dans une politique RSE (déchets collectés et recyclés dans des centres de traitement agréés)</p> <p>Recyclage du verre pare-brise</p>	<p>Poursuite du contrat avec Mondial Pare Brise..</p> <p>Etude d'actions similaires sur les autres postes</p>
Green IT	<p>Dématérialisations, prévention pour utilisation durable des DEEE*</p> <p>Code de conduite et d'utilisation en front office et back office</p> <p>Mutualisation des équipements, utilisation du matériel personnel (Bring Your Own Advice) pour certains utilisateurs.</p>	<p>Suppression des 9 imprimantes individuelles et remplacement par des copieurs (14)</p> <p>Recyclage du toner</p> <p>Société Elise pour les déchets informatiques</p>	<p>Continuer à développer le recyclage du matériel informatique</p> <p>Sensibilisation clients (pied de mail)</p>
Gestion des déchets	<p>Règles d'impression, sensibilisation des collaborateurs grâce à des guides sur les déchets, recyclage des DEEE* et des cartouches d'encre</p> <p>Code de conduite et d'utilisation en front office et back office</p>	<p>Sensibilisation en interne sur les écogestes à adopter au quotidien</p> <p>Société Elise pour le recyclage des déchets, 2 collectes par mois</p>	<p>Suivi du bon fonctionnement de la gestion des déchets telle qu'elle a été mise en place en 2017.</p>
Achats écocitoyens	<p>Réflexion sur l'élaboration d'une politique achats responsables</p>	<p>Introduction de papier certifié au bureau</p> <p>Mise en place d'une politique achats responsables (Elise, Edita)</p>	<p>Assurer le déploiement de la politique achats responsables</p>

Résultats : La fidélisation de nos collaborateurs

Moyenne d'émission de CO₂ à 93 g/km :
performance au-delà de la réglementation (130 g/km) et en dessous de la moyenne nationale (110 g/km).



Impact introduit progressivement l'énergie renouvelable avec achat de **4 Volkswagen E-UP 100% électriques** et un véhicule hybride.



3035 kg de papier et cartons recyclé.
2510 kg d'encombrants divers recyclés.
710 kg de DEEE recyclé.
20 kg de consommables d'impression.



Pour 100km, un véhicule d'Impact a consommé environ 0,103l/100km.

Plus de 857 000 litres de carburants consommés au total et un kilométrage moyen de plus de 85 000 km par an par véhicule

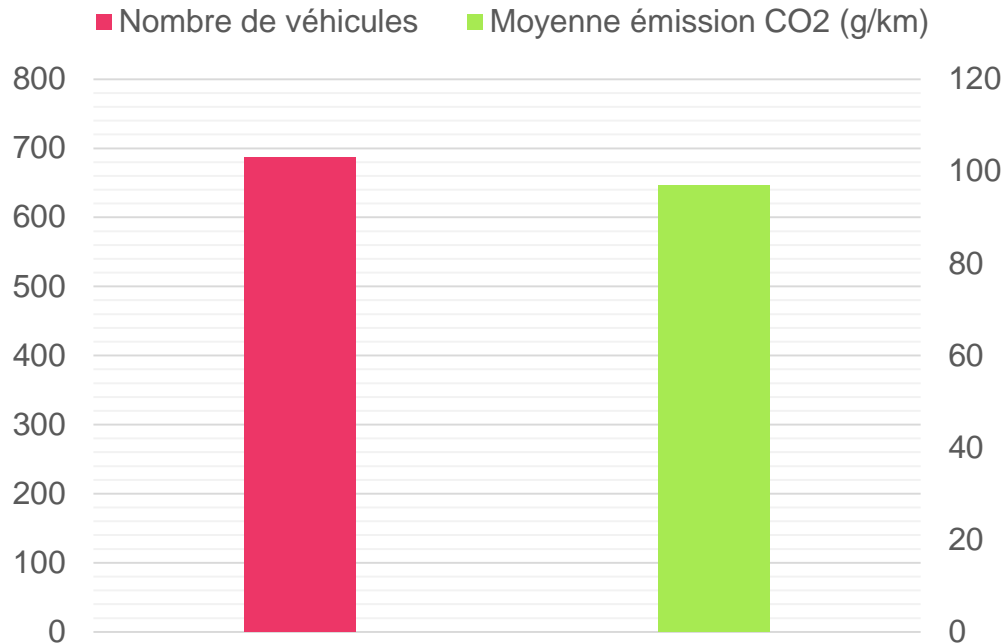


2 040 ramettes de papiers ont été utilisées en 2017.



En 2017, Impact a mis en place une politique de mise en œuvre d'actions pour les équipements Green IT permettant de limiter ses impact environnementaux.

Focus : flotte de véhicules



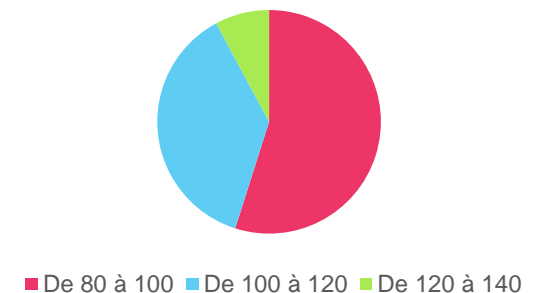
Les véhicules utilitaires d'Impact ont déjà une très bonne performance en terme d'émissions de CO₂, grâce à la politique de réduction des émissions qu'Impact a déjà entamée à travers sa sélection de loueurs performants.

Ne faisant pas l'objet de cette politique de réduction, les véhicules particuliers sont moins performants, bien qu'ils soient déjà au dessous des normes réglementaires et de la moyenne nationale. Nos actions de progrès les toucheront à partir de 2018

La moyenne des émissions de nos véhicules est 97g/km, ce qui est un niveau relativement bas en France, dans la mesure où la moyenne des émissions des parcs des entreprises française en 2017 est de 111g/km, selon une étude de l'agence Ademe. Le coût de la consommation de carburant en 2017 représente pour Impact 63 732 euros pour l'ensemble de la flotte, et 173 euros par véhicule en moyenne. Pour améliorer notre performance en terme d'émissions, nous développons un suivi détaillé des émissions de nos véhicules et mettons en place un plan d'action diversifié.

Impact anticipe de faire un audit en 2018 sur la flotte de véhicules pour préciser ses axes d'amélioration sur le sujet. La géolocalisation et les système de gestion intelligente sont également prévus en expérimentation (e-remote).

Taux de CO2
(VP sur la période hivernale)



Depuis 2015, Impact s'implique dans des actions de réduction des déchets. C'est ainsi qu'une limite du taux des collaborateurs est instaurée afin de sensibiliser les collaborateurs à la question. Impact conçoit cette démarche comme un processus d'amélioration continue, avec des objectifs réalistes mais toujours plus ambitieux chaque année.

Nos déchets ont plusieurs origines :

- **Les déchets de bureaux** sont principalement le papier (en 2017, nous avons consommés environ 725 000 feuilles de papiers (A4), ce qui représente environ 75% de nos déchets), le carton, les cartouches d'encre et le matériel IT. Impact tend à réduire les déchets notamment sur les emballages et les matériels informatiques. Les actions principales d'Impact sont le recyclage de cartouches d'encres et la gestion responsable du parc informatique. Un projet de tri sélectif, auquel nous participons activement lors des réunions de travail, a été mis en place depuis fin 2016 dans l'immeuble de locaux du groupe. Impact réduit également ses déchets avec, notamment, la dématérialisation des tickets restaurants et les règles d'impression.
- **Les déchets liés à nos activités de merchandising** sont gérés par nos clients et encadrés dans le cahier des charges de nos opérations. Lors des prochaines années, nous comptons évoquer plus précisément avec nos partenaires le traitement de ces déchets d'activité dont nous n'avons pas la responsabilité par sur lesquels nous avons un devoir d'exemplarité à respecter.

En 2016, en parallèle du tri des cartouches d'encre réalisés par Lyreco, et au cours de son premier bilan carbone, Impact décide de faire partie d'une **démarche collective de tri des déchets pour l'ensemble des bureaux du bâtiment au 85 rue Edouard Vaillant** afin de respecter efficacement la nouvelle réglementation concernant le tri de papier. A l'AG de décembre 2016, l'assemblée des copropriétaires a voté pour la solution collective de tri sélectif et engagé les budgets pour les travaux d'aménagement du local poubelle permettant la mise en place de cette solution. Depuis mai 2017, la mise en place du tri est effective. Cette démarche de tri s'accompagne de la consommation depuis 2017 de papier recyclé et certifié. **Depuis cette année, nous avons conclu un partenariat avec l'entreprise Elise pour la gestion des déchets.**

Pourquoi trier ?

Respecter la réglementation. Les décharges ne devraient plus recevoir que des déchets dits "ultimes", c'est-à-dire non valorisables dans les conditions actuelles. Le code de l'environnement oblige les entreprises françaises à trier les déchets de papiers de bureau à partir du 1^{er} juillet 2016 (Code de l'Environnement Art D543-285- décret du 10/03/2016).

En zone urbaine, les collaborateurs sont habitués à trier à leur domicile, l'effort pédagogique au bureau est donc nul et trier au bureau est un **acte de cohérence en matière de responsabilité environnementale**

Le tri permet de réaliser des **économies d'échelle**, d'optimiser ses coûts d'exploitation sur le long terme et d'améliorer l'image de son entreprise

Trier permet de **préserver notre environnement** et celui de nos enfants en évitant des pollutions, en limitant le remplissage des centres de stockage et en économisant nos ressources naturelles (arbres, pétrole, sable, minerai) dont les quantités sont limitées sur Terre.

En triant, il est possible de **créer des emplois** ambassadeurs du tri, personnel de collecte, de centre de tri...

Etapas de mise en place de la démarche de tri des déchets

Etape 1 : se mettre d'accord avec les différents bureaux de l'immeuble sur le système de tri à mettre en place

Etape 2 : mettre à disposition des collaborateurs des types de poubelles différentes pour pouvoir trier

Etape 3 : faire un point en interne et avec les autres bureaux pour entamer la démarche de tri avec quelques rappels sur les enjeux du tri et les astuces pour mieux trier

Etape 4 : vérifier que le tri est relativement bien fait par les salariés

Etape 5 : briefier le personnel en charge de ramasser les poubelles sur votre démarche de tri et les bons gestes à adopter en descendant les poubelles

Etape 6 : retours d'expérience des différents bureaux et échanges de bonnes pratiques pour que la démarche soit efficace

Focus : Tri nouveau partenariat avec la société Elise

ELISE :

Activité de collecte et de recyclage de papiers de bureau par des personnes handicapées ou en difficulté d'insertion professionnelle (prioritairement des jeunes sans qualifications et des chômeurs de longue durée) tout en participant à la préservation de l'environnement.

Numéro 1 en France du recyclage des papiers de bureau

Aspect environnemental :

100% des déchets collectés par ELISE sont recyclés

Recyclage optimisé (sur-tri)

Aspect social :

Sur-triage permet de créer 5x plus d'emploi qu'un recyclage classique

Structure insérante qui procure un accompagnement social aux salariés

Mise en place :

Corbeilles de tri ELISE

Corbeille = Moyen de communication / Sensibilisation

ACTION IMPACT :

Mise en place partenariat annuel

Recyclage de papiers

100 % de déchets recyclés

10 corbeilles Elise



SOCIETAL



L'équipe de la fondation Arthritis



Principe N°8 : Les entreprises sont invitées à entreprendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement.



Principe N°6 : Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession.

Dans le cadre de sa stratégie de Développement Durable, IMPACT Field Marketing Group s'est engagé à responsabiliser l'ensemble de ses collaborateurs. En 2017, la fonction achat évolue avec notamment la nomination d'un Directeur des achats, Benjamin Gouyon, dont la mission sera d'une part de structurer les processus achats et d'autre part d'intégrer des critères ESG dans ceux-ci.

Notre déploiement se déroule en deux phases

Phase 1 : 2016-2017

- Organiser et optimiser le processus d'achat.
- Structurer la démarche achat responsable.
- Initier la collaboration entre Impact et les fournisseurs et loueurs stratégiques.

Phase 2 : 2018 – 2019

- Etre en mesure de valoriser les bénéfices de la démarche achat responsable.
- Identifier les critères de sélection des fournisseurs et des services et produits achetés.
- Intégrer les critères dans les processus d'achat.
- Charte fournisseurs, cahier des charges appel d'offre, audit et évaluation fournisseur.
- Création en cours du questionnaire fournisseurs. Objectif d'audit RSE de 2% des fournisseurs.

Nos 5 axes de développement

1/ Adoption d'une politique de développement durable.

Cette politique représentera les Valeurs de l'organisation et devra être déclinée de façon pertinente auprès de l'ensemble des salariés (journée d'intégration...) et non pas seulement via un document signé par le salarié.

2/ Formation du personnel aux principes du développement durable en adaptant les recommandations aux différentes fonctions/missions des collaborateurs. La formation ne devra donc pas mélanger des acteurs de processus différents. Il pourra y avoir un tronc commun à l'ensemble du personnel mais une déclinaison métier devra être faite.

3/ Cartographie des achats suivant la grille des impacts « ESSE » (Environnementaux, Sociaux, Sécurité, Économiques). Identification pour chaque famille d'achat les impacts concernés.

4/ Identifier le besoin réel et intégrer aux appels d'offres/consultations les critères de développement identifiés dans le point 2. Cahiers des charges (raisonner en termes de résultats et non de moyens ou méthodes) afin de favoriser l'innovation ou les solutions économiques.

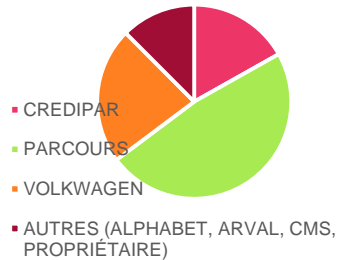
5/ Analyse des offres suivant le principe de mieux-disance et en raisonnant en coût total et à long terme. Exploitation de l'ensemble des fonctionnalités de vos outils en place (Indicateurs du type RH / Dossier de consultation ...)

Résultats : les premiers pas d'une démarche achat responsable

Identification points stratégiques concernant les prestataires liés à la flotte de véhicules



Loueurs 2017



Prise de contact et initiation du dialogue avec certains des fournisseurs stratégiques et des loueurs.

Notre prestataire Logistique Optilog nous a confié lors d'un premier contact en 2017, son intérêt et ses actions en matière de RSE. Engagé auprès du Global Compact depuis 2012, la direction est pleinement engagée sur les thématiques de respects de l'éthique des affaires et ses équipes proposent des services permettant de préserver l'environnement comme la mise en place de call-centers pour réduire le taux de retour (économiser ainsi des transports inutiles), la numérisation EDI des transactions et la mise en place de chaînes de distribution mécanisées.

IFMG applique à ses fournisseurs un délai de paiement passant de 60 à 30 jours à date d'émission de la facture.



Identification des fournisseurs stratégiques.
Deux familles d'achat : logistique et administrative, comprenant 10 fournisseurs stratégiques : Logytech, Eurodislog et Staci pour la famille logistique et Extalis, Eurecia, Sage, Orange, Céleste télécom, Primobox, Centra Voyage et Sharp pour la famille administrative.



Phase 2017-2019

- Finalisation et validation de la politique achats responsables
- Mise en place des processus et systèmes d'informations de gestion des achats
- Implémentation mi-juillet de Sage sur la fonction achats afin de fluidifier le workflow
- Signature d'un contrat cadre national avec un pneumatique
- Déploiement de la charte fournisseurs

Benjamin Gouyon, responsable des achats, Flottes Automobiles

« Notre métier évolue de plus en plus vers des missions temporaires et ce, plus particulièrement pour les prestations de merchandising. Sur un, deux ou trois mois, la LLD s'avère trop compliquée à gérer. Nous avons donc étudié l'offre disponible en moyenne durée et avons mis ALD et Arval en compétition. Le premier s'est démarqué sur la qualité de service. Il fallait être capable de mettre de l'humain dans une solution temporaire et ALD y est parvenu. IFMG est l'un de ses trois premiers clients en moyenne durée et sera sans doute le premier en 2018 ».

Amélioration du processus qualité relation client

Dans une démarche de recherche constante de l'amélioration de la relation client, Impact Sales & Marketing a pour projet de diffuser un questionnaire évaluant la satisfaction de ses clients dans le cadre de la prestation de service d'animations commerciales en point de vente.

Ce retour client sera mis en place de manière semestrielle et permettra à travers un échange constructif avec ses clients d'identifier les axes d'amélioration, les nouveaux services et innovations attendues.

Les questionnaires « satisfaction » permettront d'avoir à la fois un retour sur la perception générale du client sur la prestation, et un retour plus précis sur des points tels que le suivi commercial, la formation, la mise en œuvre des prestations, le reporting (quotidien, hebdomadaire et final) et les modes de facturation.

A travers ce questionnaire, les clients pourront communiquer leurs attentes, leurs idées et suggestions, permettant à Impact d'améliorer toujours plus la relation client.

Enquête satisfaction clients Semestre 1 - ANIMATION				
1. SOCIÉTÉ 2. N° DU 3. PAYS (ISO) 4. N° DE CDE				
PERCEPTION GÉNÉRALE				
5. Comment évaluez-vous la prestation commerciale réalisée par Impact sur ce semestre, Globalement 6. Validez la 1 à 5 votre satisfaction globale concernant la prestation d'Impact				
7. Validez la 1 à 5 votre satisfaction globale concernant la prestation d'Impact				
SUIVI COMMERCIAL				
Les devis et les propositions sont-ils :				
8. Rapides et faciles à obtenir ? 9. Précises et adaptées aux besoins du client ? 10. Révisées dans les délais et la qualité ? 11. Éclaircies l'information des clients sur les services et prestations ? 12. Sans erreur	13. Bonne qualité du suivi commercial des clients par Impact ? 14. Bonne qualité du suivi commercial des clients par Impact ?	15. Bonne qualité du suivi commercial des clients par Impact ? 16. Bonne qualité du suivi commercial des clients par Impact ?	17. Bonne qualité du suivi commercial des clients par Impact ? 18. Bonne qualité du suivi commercial des clients par Impact ?	19. Bonne qualité du suivi commercial des clients par Impact ? 20. Bonne qualité du suivi commercial des clients par Impact ?
FORMATION				
Les outils de formation proposés sont-ils adaptés ?				
21. Nombre et contenu des outils 22. Modalités de formation 23. Les outils de formation et les contenus mis en place sont pertinents et adaptés ? 24. Modalités de formation et contenus 25. Normes de présentation 26. Mode de vente Impact en ligne	27. Bonne qualité de la formation 28. Bonne qualité de la formation 29. Bonne qualité de la formation 30. Bonne qualité de la formation	31. Bonne qualité de la formation 32. Bonne qualité de la formation 33. Bonne qualité de la formation 34. Bonne qualité de la formation	35. Bonne qualité de la formation 36. Bonne qualité de la formation 37. Bonne qualité de la formation 38. Bonne qualité de la formation	39. Bonne qualité de la formation 40. Bonne qualité de la formation 41. Bonne qualité de la formation 42. Bonne qualité de la formation
MISE EN ŒUVRE				
Comment jugez-vous les points suivants ?				
43. Délais de mise en œuvre des prestations 44. Qualité et suivi des prestations 45. Qualité et suivi des prestations 46. Qualité et suivi des prestations 47. Qualité et suivi des prestations 48. Qualité et suivi des prestations 49. Qualité et suivi des prestations 50. Qualité et suivi des prestations	51. Qualité et suivi des prestations 52. Qualité et suivi des prestations 53. Qualité et suivi des prestations 54. Qualité et suivi des prestations 55. Qualité et suivi des prestations 56. Qualité et suivi des prestations 57. Qualité et suivi des prestations 58. Qualité et suivi des prestations	59. Qualité et suivi des prestations 60. Qualité et suivi des prestations 61. Qualité et suivi des prestations 62. Qualité et suivi des prestations 63. Qualité et suivi des prestations 64. Qualité et suivi des prestations 65. Qualité et suivi des prestations 66. Qualité et suivi des prestations	67. Qualité et suivi des prestations 68. Qualité et suivi des prestations 69. Qualité et suivi des prestations 70. Qualité et suivi des prestations 71. Qualité et suivi des prestations 72. Qualité et suivi des prestations 73. Qualité et suivi des prestations 74. Qualité et suivi des prestations	75. Qualité et suivi des prestations 76. Qualité et suivi des prestations 77. Qualité et suivi des prestations 78. Qualité et suivi des prestations 79. Qualité et suivi des prestations 80. Qualité et suivi des prestations 81. Qualité et suivi des prestations 82. Qualité et suivi des prestations
REPORTING ET SUivi				
Comment percevez-vous l'évolution des outils de reporting ?				
83. Reporting quotidien (1 à 5) et hebdomadaire (1 à 5) 84. Reporting hebdomadaire (1 à 5) et final (1 à 5) 85. Reporting final (1 à 5) et hebdomadaire (1 à 5) 86. Reporting final (1 à 5) et hebdomadaire (1 à 5)	87. Reporting quotidien (1 à 5) et hebdomadaire (1 à 5) 88. Reporting hebdomadaire (1 à 5) et final (1 à 5) 89. Reporting final (1 à 5) et hebdomadaire (1 à 5) 90. Reporting final (1 à 5) et hebdomadaire (1 à 5)	91. Reporting quotidien (1 à 5) et hebdomadaire (1 à 5) 92. Reporting hebdomadaire (1 à 5) et final (1 à 5) 93. Reporting final (1 à 5) et hebdomadaire (1 à 5) 94. Reporting final (1 à 5) et hebdomadaire (1 à 5)	95. Reporting quotidien (1 à 5) et hebdomadaire (1 à 5) 96. Reporting hebdomadaire (1 à 5) et final (1 à 5) 97. Reporting final (1 à 5) et hebdomadaire (1 à 5) 98. Reporting final (1 à 5) et hebdomadaire (1 à 5)	99. Reporting quotidien (1 à 5) et hebdomadaire (1 à 5) 100. Reporting hebdomadaire (1 à 5) et final (1 à 5) 101. Reporting final (1 à 5) et hebdomadaire (1 à 5) 102. Reporting final (1 à 5) et hebdomadaire (1 à 5)
FACTURATION				
Êtes-vous satisfait des points suivants ?				
103. Normes, contenu, délai de facturation 104. Qualité et suivi des factures	105. Normes, contenu, délai de facturation 106. Qualité et suivi des factures	107. Normes, contenu, délai de facturation 108. Qualité et suivi des factures	109. Normes, contenu, délai de facturation 110. Qualité et suivi des factures	111. Normes, contenu, délai de facturation 112. Qualité et suivi des factures
NOUVELLES SOLUTIONS MISES EN PLACE				
Sur chacun de ces points, indiquez votre niveau d'intérêt :				

La fondation Arthritis est une organisation non-gouvernementale dédiée aux besoins des personnes atteintes de rhumatismes. L'objectif de la Fondation, créée et reconnue d'utilité publique (RUP) par décret du premier ministre le 29 juin 2006, est de guérir les rhumatismes les plus graves.



La fondation Arthritis contribue aux investissements dans le secteur de la recherche médicale, promeut la prise en charge de cette maladie auprès des gouvernements et des instances législatives, favorise la découverte et l'évaluation de thérapies innovantes contre ces maladies, concourt à l'information sur ces maladies, à leur prévention ainsi qu'à l'amélioration de la qualité de vie des malades, notamment en collaboration avec les associations de malades représentées dans la fondation. Impact sponsorise Lionel Comole, pilote de course et dirigeant de la fondation, dans la promotion de la fondation et dans ses efforts pour combattre l'inflammation (projet MIRIAD), prévenir les rhumatismes inflammatoires (projet ICARE), guérir la polyarthrite (projet CURE-RA), comprendre et guérir l'arthrose (projet ROAD).

« La Fondation Arthritis a le privilège de pouvoir s'appuyer sur quelques entreprises partenaires, telle que la société Impact Group qui, par le versement d'une subvention annuelle de 30.000€, contribue activement aux avancées de la recherche médicale dans le domaine des maladies articulaires. Ce partenariat, inscrit dans la durée, nous permet de pérenniser nos actions à long terme. »



Thierry Gondole
Directeur Général de
la Fondation Arthritis

Lionel Comole est un modèle pour les équipes d'Impact, en illustrant la façon dont le sport peut être utilisé pour combattre la maladie.

