



COMMUNICATION SUR LE PROGRÈS IFMG  
COP 2021

Agence de Field Marketing spécialiste des dispositifs commerciaux à valeur ajoutée, 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 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.

La crise majeure que nous traversons ne fait que **renforcer nos engagements** en faveur d'une meilleure prise en compte des enjeux sociaux, environnementaux et sociétaux. Pour aller plus loin nous avons souhaité **donner plus de sens et d'ambitions** à nos activités et nos métiers à travers la définition de notre raison d'être :

« **Accélérer la croissance durable** »

- **Pour nos clients** : IFMG accélère la

croissance sur le marché et est le relais sur le terrain des valeurs et de l'engagement responsable de ses clients.

- **Pour les Femmes et les Hommes d'IFMG** : IFMG accélère le développement des compétences et les carrières de ses collaborateurs.

- **Pour le territoire** : IFMG accélère l'insertion par l'emploi.

- **Pour la planète** : IFMG accélère sa transition bas carbone et se fixe pour objectif de contribuer à la transition vers un marketing responsable.

**La raison d'être** s'articule autour de 3 engagements assortis d'objectifs et d'indicateurs :

-Proposer des solutions innovantes et responsables à nos clients

-Faire grandir les Femmes et les Hommes d'IFMG

- Avoir un impact positif sur le territoire

Les principes soutenus sont présentés en détail en annexes du présent rapport.

**En renouvelant pour 2020-2021 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 d'amélioration continue et de transparence qui se traduit de manière concrète par un plan d'actions sur nos enjeux prioritaires. C'est ainsi avec fierté que je vous présente notre **4ème Communication sur le Progrès** vouée à devenir un véritable instrument de mesure de nos actions et de nos réalisations.

## LE MOT DU DIRECTEUR GENERAL

*Dans un monde en perpétuel mouvement, je souhaite par notre engagement responsable qu'IFMG\* 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  
Signataire de la COP







# Sommaire

01. **Présentation du groupe**

02. **Notre démarche RSE**

03. Engagement #1 : **Faire grandir les Femmes et les Hommes d'IFMG**

04. Engagement #2 : **Proposer des solutions innovantes et responsables à nos clients :**

05. Engagement #3 : **Avoir un impact positif sur le territoire**

# 01. Présentation du groupe



# Notre mission

1MPACT fournit des solutions de **field marketing** pour accompagner et mettre en œuvre les stratégies marketing et commerciales de ses clients sur les canaux **physiques, mobiles & digitaux** tout au long du cycle de vie des consommateurs.

Nous faisons cela avec un mindset, pour embrasser **le changement, la flexibilité et l'innovation**, à travers une réflexion plus agile et de nouveaux modèles commerciaux centrés sur l'analyse et l'évolution des besoins clients.

**Déploiement des stratégies  
multicanal pour ses clients à  
travers des solutions  
sur-mesure  
depuis 18 ans**



**Experience client**

Maximiser les points  
de contact



**Force de vente**

Adapter la pression commerciale à  
vos défis



**Vente Directe**

Créer une relation avec le  
consommateur final



**Merchandising**

Augmenter la visibilité



**Entraînement**

Mettre en place des programmes de  
certification et de formation  
exclusive



**Audit & visites mystères**

Mesurer la performance de vos  
actions

# Nos Valeurs



## PERFORMANCE

Nous aidons en permanence les entreprises à relever leurs défis.



## CREATIVITÉ

Nous construisons des solutions innovantes et nous avons l'audace d'élargir le champ des possibles.



## FLEXIBILITÉ

Cela fait partie de l'ADN d'Impact. Nous mobilisons des ressources et mettons en pratique des solutions rapides et qualitatives.



## ESPRIT D'ÉQUIPE

Notre capacité à travailler en équipe, à s'entraider, à reconnaître les valeurs de chacun pour atteindre une performance collective.



## RESPONSABILITÉ

Nous recrutons des collaborateurs aux valeurs éthiques et aux compétences avérées. Les critères de haute performance définis sont ainsi partagés par tous.



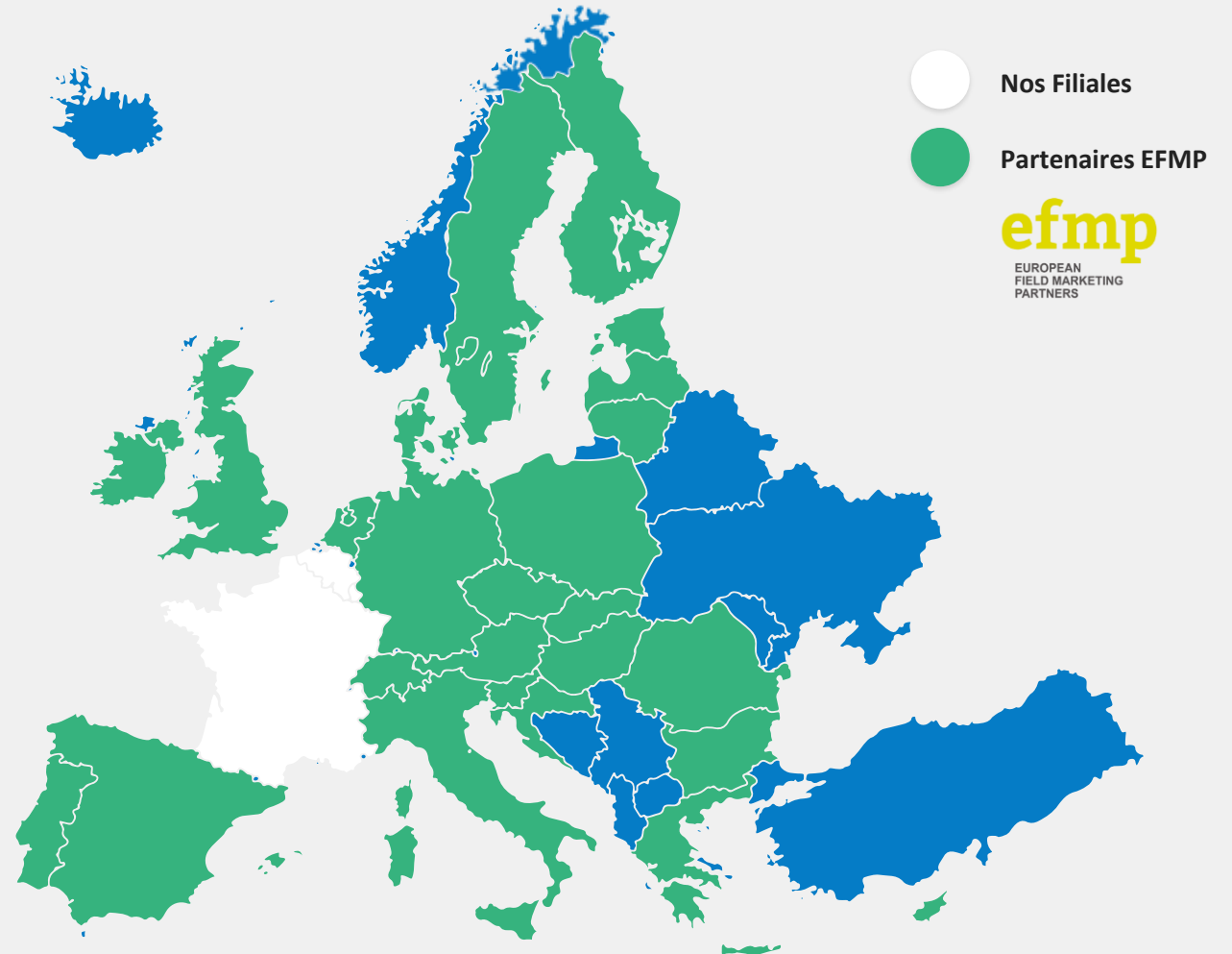
## Réseau

Nous sommes fiers de faire partie du réseau européen de l'EFMP European Field Marketing Partners, qui regroupe les agences de field marketing et qui partagent nos valeurs à travers l'Europe, du SORAP (Syndicat des Professionnels de l'Action Commerciale Terrain), FVD (Fédération de la Vente Directe), IRI, Nielsen (mesure et analyse des données) et de l'Institut du Commerce.

### Nos Partenaires



IRI  
Growth delivered.





## Nos filiales



Un acteur majeur de  
l'investissement en capital  
en Europe




### FRANCE



### BELGIUM



# Impact intègre le "Try Before You Buy"

Impact Field Marketing Group fait l'acquisition de la plateforme collaborative  **DEMOOZ** pour accélérer sa digitalisation et proposer de nouvelles expériences clients adaptées aux nouveaux usages des consommateurs.

## **L'humain et le partage au cœur de l'acte d'achat**

Demooz met en relation les particuliers et les clients Ambassadeurs pour tester les produits en situation réelle d'usage. Ces démonstrations permettent d'offrir des expériences avec des utilisateurs du produit au quotidien. Le concept du "Tester Avant d'Acheter" est un moyen efficace pour développer les ventes d'un produit et augmenter sa visibilité. Aujourd'hui, de nombreuses enseignes ont adopté le concept et y ont recours mais la difficulté est de trouver des démonstrateurs qui acceptent de recevoir chez eux des consommateurs. Demooz propose aux marques de gérer pour elles des showrooms à domicile et des réunions de particuliers. Une version 2.0 des réunions Tupperware.

## **Un service omnicanal et phygital**

L'Ambassadeur peut être sollicité par le testeur qui souhaiterait acheter le produit via la plateforme Demooz. Après cette mise en relation, le testeur choisit comment il souhaite tester le produit en demandant une démonstration au domicile de l'Ambassadeur à proximité de chez lui ou en livestreaming. Les démonstrations en ligne animées par des e-Ambassadeurs permettent de proposer un nouveau mode de shopping sans contact : le Live Shopping.

## **Le programme ambassadeurs Demooz pour fidéliser les clients**

Cette communauté de passionnés accompagne chaque utilisateur afin qu'il réalise le bon achat au bon moment. Les ambassadeurs produisent aussi du contenu sur les réseaux sociaux pour donner de la visibilité à la marque et à ses produits. Le Programme Ambassadeurs Demooz s'adapte à tout type de secteurs : objets connectés, domotique, électroménager, automobile ...

*"Nous collaborons avec les équipes de Demooz depuis un certain temps, et avons été conquis tant par les personnes que par la complémentarité de leur offre avec celle du groupe Impact en France et en Europe. La communauté Demooz incarne le maillon qui nous manquait pour créer les offres phygitalles les plus performantes possible. Ensemble nous offrons à nos clients un retour sur investissement garanti tout au long du parcours des consommateurs, de l'intention d'achat à l'après-vente, et ce avec la souplesse nécessaire. »*

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

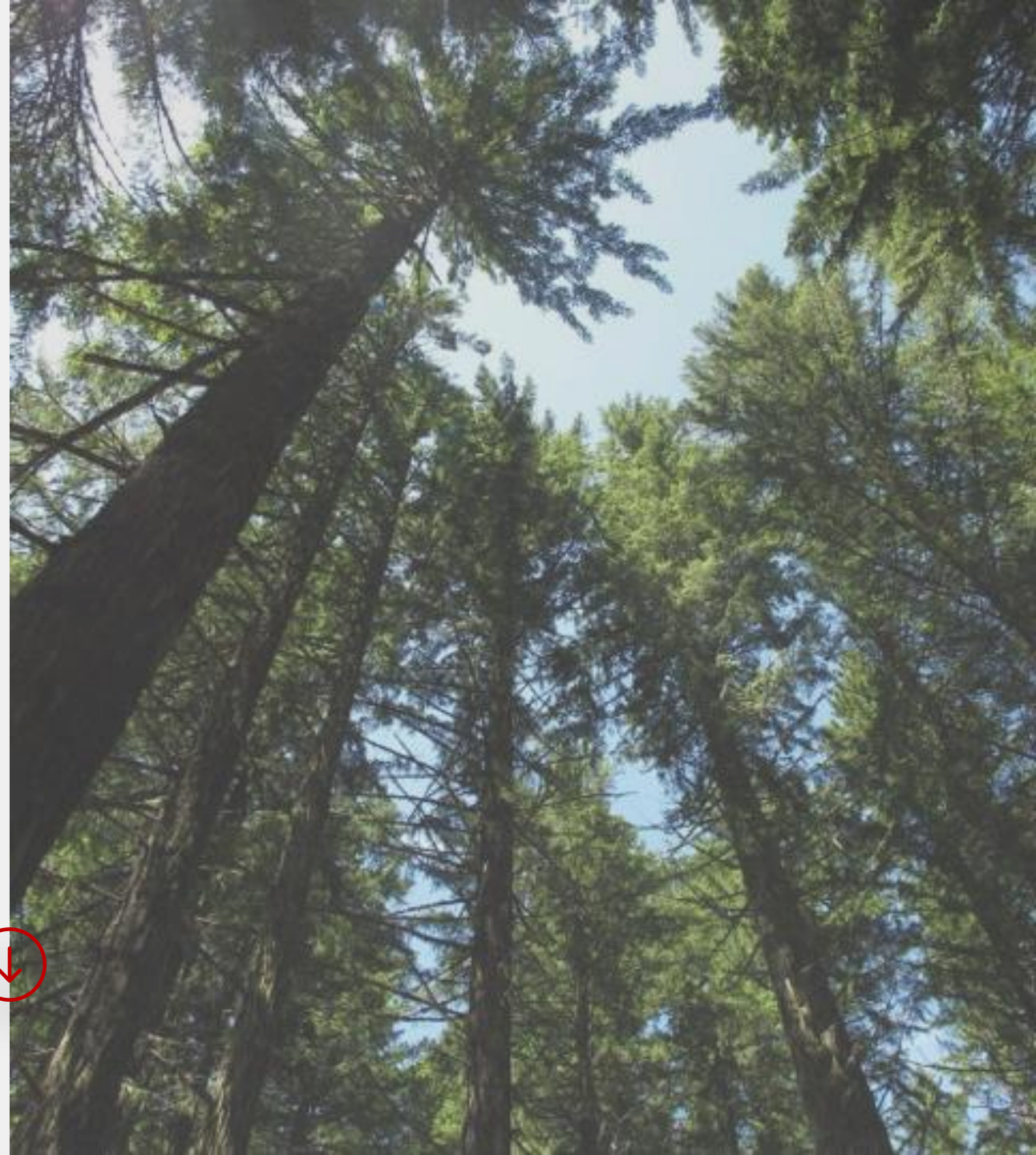


*"Nous sommes très heureux de rejoindre l'aventure Impact. Les synergies entre nos offres de service sont évidentes et la plateforme Demooz sera assurément un avantage concurrentiel pour le groupe. Le Retail fait face à de nouveaux enjeux et ensemble nous avons les solutions pour y répondre. Les nouveaux paradigmes créés par la crise du Covid, l'appétence grandissante pour le digital et le besoin de tester des produits de plus en plus techniques changent la donne et nous serons pleinement en mesure d'accompagner les industriels à s'adapter et poursuivre leur croissance. »*

**Stéphane Millet,**  
CEO de Demooz



## 02. Notre démarche RSE





# Raison d'être IFMG

## « Accélérer la croissance durable »

**Pour nos clients :** IFMG accélère la croissance sur le marché et est le relais sur le terrain des valeurs et de l'engagement responsable de ses clients.

**Pour les Femmes et les Hommes d'IFMG :** IFMG accélère le développement des compétences et les carrières de ses collaborateurs.

**Pour le territoire :** IFMG accélère l'insertion par l'emploi.

**Pour la planète :** IFMG accélère sa transition bas carbone et se fixe pour objectif de contribuer à la transition vers un marketing responsable.

La raison d'être s'articule autour de 3 engagements assortis d'objectifs et d'indicateurs :

- **Proposer des solutions innovantes et responsables à nos clients**
- **Faire grandir les Femmes et les Hommes d'IFMG**
- **Avoir un impact positif sur le territoire**





# Notre modèle d'affaires

## Nos Ressources

### Capital Humain

1100 collaborateurs  
10 000 CIDD

Diversité des profils et savoir-faire

### Capital économique et financier

Actionnariat stable  
Structure financière solide  
Présence européenne

### Capital intellectuel

Expertise Formation  
Expertise Recrutement  
Business intelligence  
Business innovation (digital)

### Capital Immatériel

Politique RSE  
Politique RGPD

### Capital naturel

Car Policy  
Politique Green IT  
Logistique éco-responsable

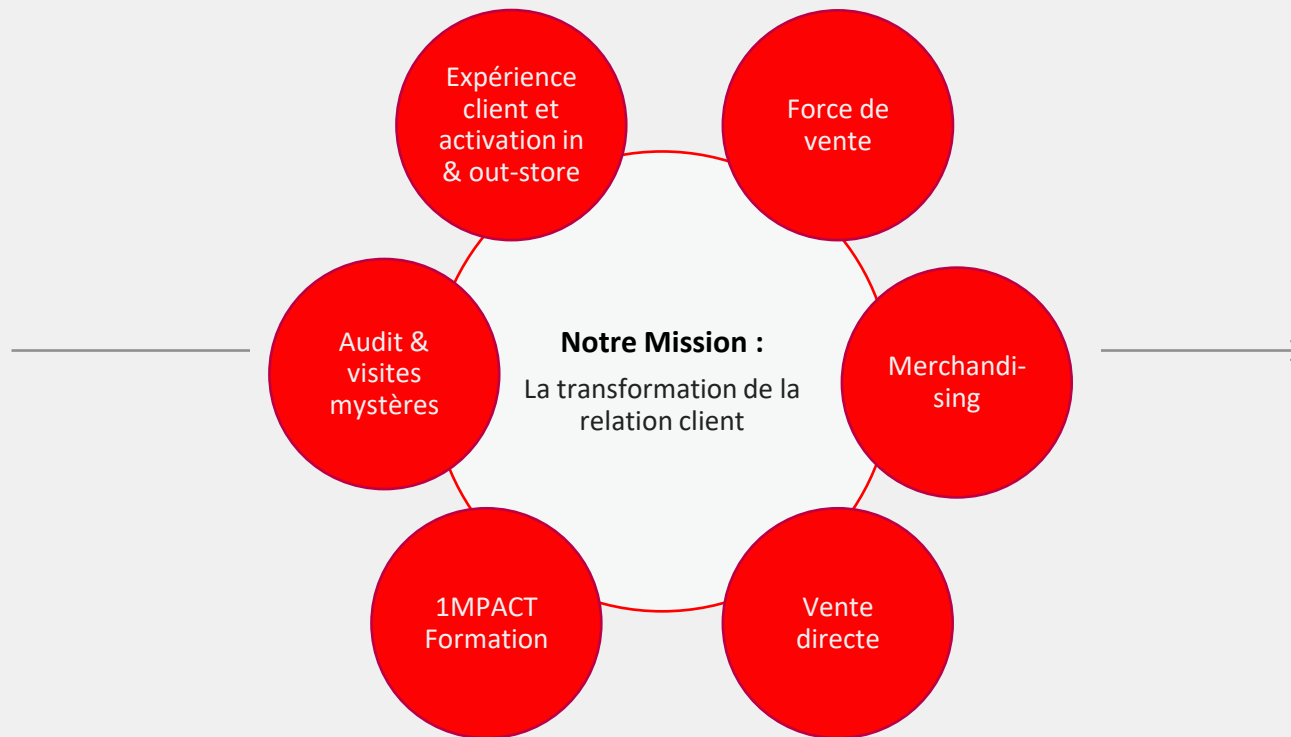
## Nos Macro-tendances

TRANSFORMATION  
NUMÉRIQUE

EVOLUTION DU PARCOURS  
D'ACHATS

EVOLUTION DES BESOINS  
DES CONSOMMATEURS

ACCÉLÉRATION DUE À LA  
CRISE SANITAIRE



## Nos Engagements

PROPOSER DES SOLUTIONS  
INNOVANTES ET RESPONSABLES À  
NOS CLIENTS

FAIRE GRANDIR LES FEMMES ET LES  
HOMMES D'IMPACT

AVOIR UN IMPACT POSITIF SUR  
L'EMPLOI ET LE TERRITOIRE

## Notre Création de valeurs

### Clients

CA

Fidélité clients (+ 5 ancienneté) +  
accroissement des contrats : nb de  
clients avec plusieurs contrats

### Collaborateurs

Masse salariale

Taux de satisfaction des  
collaborateurs  
Nb évolutions de carrières  
Nb d'heure de formation  
Turnover

### Communauté financière

Participations

### Société civile

Apprentissage des jeunes  
Partenariat académique  
Programme de réinsertion  
Partenariat CAP Emploi

### Fournisseurs

Indicateur sur la stabilité des  
relations

### Planète

Economie de carburant  
Matériaux recyclés

## Politique RSE

### *Environnement de confiance*

Nous pensons qu'il ne sera désormais plus possible de penser performance économique sans performance écologique et sociale. Former une communauté, c'est être liés par des mêmes valeurs, une même culture et partager des obligations mutuelles. S'engager et garantir une démarche responsable au sein d'IFMG est un élément crucial pour construire et consolider les relations de confiance avec nos collaborateurs, nos partenaires et nos clients.

### *Nos engagements*

La raison d'être d'IFMG, « accélérer la croissance durable », s'articule autour de 3 engagements assortis d'objectifs et d'indicateurs :

- Proposer des solutions innovantes et responsables à nos clients
- Faire grandir les Femmes et les Hommes d'IFMG
- Avoir un impact positif sur le territoire

### *La feuille de route RSE d'Impact pour 2021-2022*

La feuille de route RSE pour 2021-2022 renouvelle les ambitions d'Impact autour de 7 priorités : l'attractivité des talents, le développement des collaborateurs, la santé et la sécurité, la diversité, l'éthique, l'empreinte environnementale des opérations et la communication RSE.

A travers cette démarche, **IFMG s'engage à l'atteinte d'objectifs d'amélioration quantifiés coconstruits avec ses investisseurs. Pour la première fois, la dette d'IFMG est indexée sur leur atteinte .**

Sur chacune des priorités, des fiches actions avec des mesures concrètes, des indicateurs de performance, des pilotes et un calendrier de mise en œuvre ont été construites. Elles sont portées par le Comité RSE qui coordonne leur déploiement opérationnel.

### *Focus sur l'élaboration de la Feuille de route RSE pour 2021 et 2022*

En 2020, Impact a entrepris le renouvellement de sa feuille de route RSE avec pour objectifs d'incarner la RSE au quotidien, de travailler sur des axes RSE stratégiques connectés business et de renforcer la crédibilité de la

démarche à travers l'obtention d'un nouveau label ESG.

Les travaux réalisés entre septembre 2020 et mars 2021 avec accompagnement cabinet de conseil RSE ont permis de :

- Hiérarchiser les enjeux RSE d'Impact au regard du niveau d'impact sur le business et du niveau de maturité dans la gestion des enjeux
- D'identifier les axes d'amélioration lors d'ateliers thématiques collaboratifs
- De définir un plan d'actions RSE structuré comprenant des mesures concrètes, des indicateurs de performance, des pilotes en charge du déploiement des actions et un calendrier de mise en œuvre.
- D'engager la Direction avec la définition d'objectifs d'amélioration quantifiés coconstruits avec nos investisseurs et l'indexation de la dette d'Impact sur l'atteinte de ces objectifs

## Synthèse de la feuille de route RSE d'IFMG pour 2021-2022

THÉMATIQUES	ODD(S) ASSOCIÉ(S)	ENJEUX POUR IMPACT (RISQUES / OPPORTUNITÉS)	POLITIQUES ET PLAN D' ACTIONS ASSOCIÉS	INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE	OBJECTIFS D'AMÉLIORATION
Attractivité des talents	8	Renforcer l'attractivité d'Impact Impliquer nos collaborateurs dans le projet de l'entreprise	Raison d'être d'Impact Plan de communication	Indice d'attractivité	En cours de construction
Développement des collaborateurs	4, 8	Accompagner nos collaborateurs dans leur parcours professionnel en anticipant les évolutions des emplois et compétences	Diagnostic des compétences Plan de formation Talent Program	Taux de satisfaction des salariés	Amélioration du taux de réponse positives : +5 points entre 2021 et 2022
Diversité	5, 10	Garantir l'égalité des chances et un climat social de qualité aux collaborateurs et futures recrues	Politique Handicap Politique contre le harcèlement sexuel	Index égalité F/H	+2 pts en 2022*
Santé et sécurité des collaborateurs	3	Assurer la santé, la sécurité et le bien-être à l'ensemble de nos collaborateurs dans nos bureaux et sur le terrain	Plan de prévention Covid 19 Accord Télétravail Formation « Sécurité routière »	Taux d'absentéisme longue durée	Amélioration continue
Ecoconception de nos services	12, 13	Accompagner nos partenaires dans leurs démarches environnementales Déployer une démarche de réduction de l'empreinte environnementale d'Impact	Politique environnementale (Car Policy, Green IT, Achats responsables) Bouquet de solutions environnementales à destination des clients Formation « Marketing Responsable » (projet 2022)	Litre de carburants/k€CA	-4% en 2022 par rapport à 2020*
Ethique et Ethics Data	16	Garantir des pratiques commerciales responsables et transparentes Protéger les données de l'activité et la vie privée de nos parties prenantes	Charte éthique et Code de Conduite Programme RGPD Formation et sensibilisation des collaborateurs	Taux de formation charte Ethique (en construction) Indice Ethics Data	100% de collaborateurs formés en 2022
Communication RSE	17	Entrainer nos collaborateurs et parties prenantes dans notre démarche RSE	Certifications ESG Evènements d'entreprise	Note Ecovadis Note PWP	Certification Ecovadis Gold*

## Gouvernance RSE

En 2021, la gouvernance RSE d'Impact s'est fortement renforcée avec la création d'un poste de Chargée de mission RSE & Customer Service à la Direction Commerciale et l'élargissement du Comité RSE pour intégrer les filiales du Groupe à la démarche et faire le lien avec le terrain.

### Le comité de Pilotage :

La feuille de route RSE d'IFMG est pilotée par la Direction Commerciale avec l'accompagnement d'un cabinet conseil RSE. Le Comité de pilotage oriente la démarche RSE du Groupe, anime le Comité RSE, consolide les indicateurs RSE et fait le lien avec le Directeur Général et le COMEX qui valident et suivent l'avancement de la feuille de route.

### Le comité RSE :

Le comité RSE a la charge du déploiement opérationnel des fiches actions RSE. Il est composé de la Directrice Commerciale, du Directeur du Développement, du Secrétaire Général et Finances, du Directeur des Forces de vente France, de la Directrice Animation Commerciale, du Responsable RH et Droit Social, de la Responsable Marketing Digital, Directrice RH et Communication Impact Belgique, de la Chargée de mission RSE & Customer Service et du cabinet de conseil Sustainable Metrics..

Pour chacune des actions, un sponsor parmi les membres du Comité RSE est nommé pour accompagner les contributeurs dans la réalisation des actions.

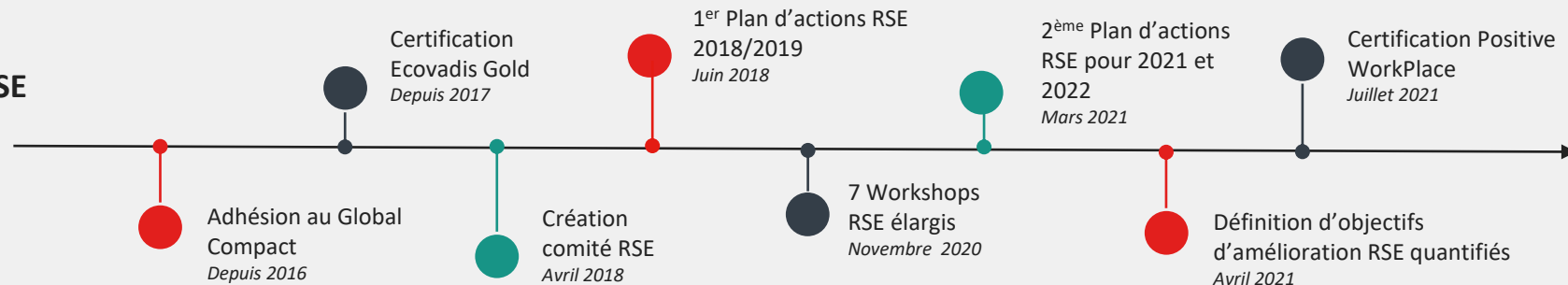
Le Comité RSE se réunit tous les semestres pour suivre l'avancement du déploiement des actions.

### Révision de la feuille de route RSE

La feuille de route RSE est validée par le Directeur Général. Une revue semestrielle est réalisée par le COMEX, et l'avancement des actions et objectifs est présenté annuellement aux Investisseurs.

La feuille de route RSE est révisée tous les 2 ans.

### Une démarche RSE de plus en plus mature





## Notre contribution à la réalisation des Objectifs de Développement Durable (ODD)

IFMG prend en compte dans ses activités les Objectifs de Développement Durable (ODD) des Nations unies et s'engage à participer à leur atteinte en réduisant les externalités négatives de ses activités et en maximisant leurs effets positifs, notamment au travers du déploiement de sa feuille de route RSE.

Le Groupe concentre ses actions sur les ODD les plus proches de son cœur de métier et a décidé d'amplifier en 2021 son action en faveur des ODD jugés prioritaires par l'entreprise (ci-contre).

Les actions menées par le Groupe participant à l'atteinte des ODD sont identifiées dans le présent rapport.



## Un engagement responsable reconnu



### Ecovadis / Clients

*Certification Gold depuis 2017*

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 a encore amélioré sa note en obtenant à nouveau le niveau Gold à l'évaluation Ecovadis 2019. Prochaine évaluation à l'été 2021 (en cours).



### 21Invest / Investisseurs

*En 2020, IFMG a reçu la note maximale de A+ sur sa performance ESG.*

Chaque année, notre actionnaire 21 Invest évalue la performance extra-financière de ses participations à travers un questionnaire portant sur les thématiques sociales, environnementales et de gouvernance.

21 Invest travaille également avec IFMG, sur la base d'indicateurs et de bonnes pratiques ESG, pour améliorer notre performance ESG.



### SORAP / Fédération

*Certification Audit Social des adhérents du SORAP*

Le SORAP\* réalise tous les deux ans une évaluation sociale de ses adhérents. L'audit est mené par un auditeur indépendant IN EXTENSO.

En 2019, IFMG a obtenu un niveau de conformité au-dessus de la moyenne du secteur. La prochaine campagne se déroulera en 2021.

\*Le Syndicat des professionnels de l'action commerciale terrain



### Positive WorkPlace

Impact a entamé le programme de labellisation RSE POSITIVE WORKPLACE© France. L'évaluation porte sur la pérennité dans l'exercice de nos activités, la responsabilité de notre gouvernance, le développement de notre capital humain, la préservation de l'environnement et l'impact du numérique, notre impact sur l'écosystème et le territoire.

L'évaluation intègre un questionnaire adressé à nos parties prenantes clés : nos salarié(e)s, nos clients, nos fournisseurs.

## 03. Engagement #1 “Faire grandir les Femmes et les Hommes d’Impact”



## Notre engagement

### Objectifs de Développement Durable associés



### Notre vision « Happiness at Work »

IFMG crée de la valeur pour ses collaborateurs à travers un environnement de travail épanouissant, un management de proximité, flexibilité et autonomie de travail, la formation et le développement personnel, des outils collaboratifs et la participation aux bénéfices de l'entreprise.

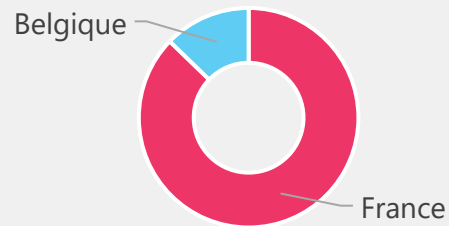
### Nos axes prioritaires pour 2021 et 2022

- 1/ Développement des collaborateurs : Accompagner nos collaborateurs dans leur parcours professionnel en anticipant les évolutions des emplois et compétences
- 2/ Attractivité : Renforcer l'attractivité d'IFMG et Impliquer nos collaborateurs dans le projet de l'entreprise
- 3/ Diversité : Garantir l'égalité des chances aux collaborateurs et futures recrues
- 5/ Santé et sécurité : Assurer la santé, la sécurité et le bien-être de nos collaborateurs au siège et sur le terrain

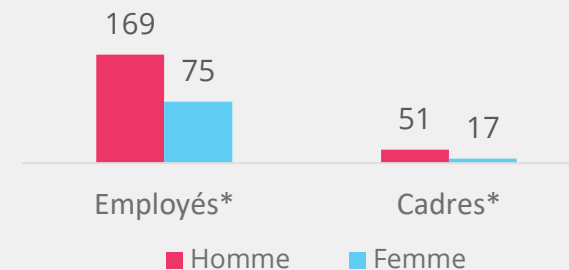
### Nos objectifs de progrès

- Taux de satisfaction des salariés\* : + 5 points de réponses positives en 2022 par rapport à 2020
- Index égalité professionnel\* : +2 pts en 2022 par rapport à 2020
- Agrément de l'Accord Handicap en 2022

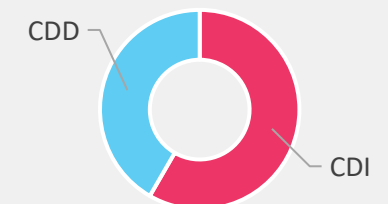
### Nos effectifs – Chiffres clés 2020



Répartition des ETP par pays



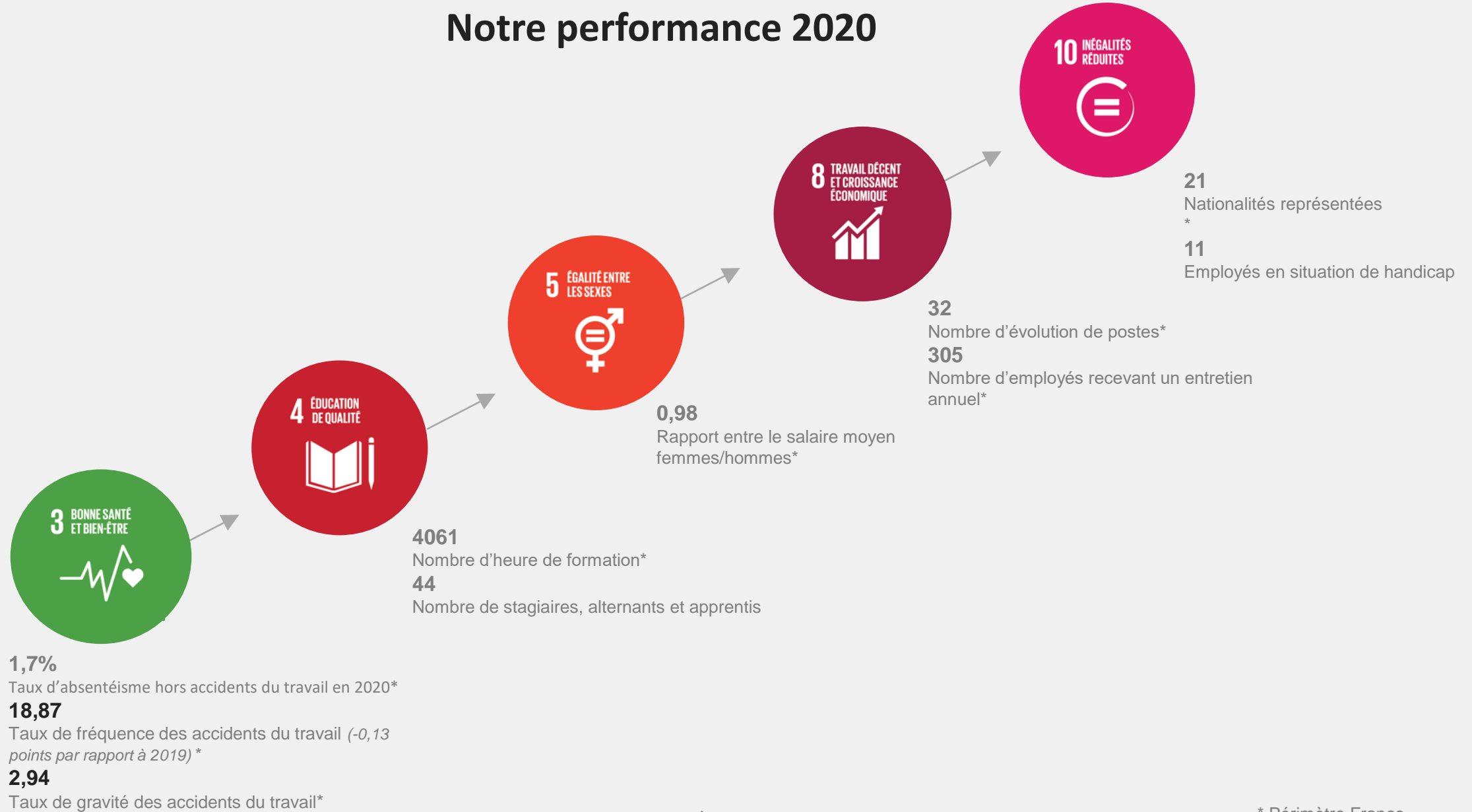
Répartition de l'effectif par statut



Répartition des ETP par type de contrat\*



## Notre performance 2020



## Attractivité des talents

### Faits marquants 2020/2021

#### *Création d'un baromètre d'attractivité*

Lancée en avril 2021, la première étape du projet a consisté à identifier les indicateurs à intégrer au baromètre d'attractivité d'Impact :

- Le nombre de candidatures spontanées reçues
- Le taux de transformation recrutement,
- Le nombre d'évolution de carrières (montée en compétence),
- La moyenne de l'ancienneté et ,
- Le turnover.

Le suivi des ces indicateur en cours de structuration. Les résultats du baromètre seront présentés en 2022.

#### *Définition de la raison d'être*

Dans le cadre du renouvellement de sa feuille de route RSE, le comité RSE a travaillé à la définition de la raison d'être d'IFMG dans le but de donner du sens à la missions des collaborateurs et futurs collaborateur. Elle est présentée dans la section 2 du présent rapport

#### *Plan de communication RSE*

IFMG a structuré un plan de communication France/Belgique afin de valoriser son engagement responsable et les actions de progrès réalisées et de partager l'actualité du Groupe. A titre d'exemple, des témoignages de collaborateurs sont publiés sur le compte LinkedIn du Groupe. L'objectif est de renforcer le sentiment d'appartenance et renforcer l'attractivité du Groupe.

#### *Création d'un trophée de l'innovation*

Nos talents sont force de proposition. Lancement en mai 2021 du 1<sup>er</sup> trophée de l'innovation digitale IFMG. Ouvert à l'ensemble des collaborateurs, le trophée à pour objectif de récompenser les meilleures idées business digital permettant de répondre aux objectifs de nos clients.

### Focus

### Communication RSE



“

MARIE-SARAH BEGUIER  
Chef de Projet Junior  
Animation Commerciale

**1**MPACT  
SALES & MARKETING

J'ai bénéficié d'une évolution rapide et qui ne cesse de croître, avec toujours de nouveaux challenges à relever.

Exemple de communication LinkedIn sur les Talents d'Impact

## Développement des collaborateurs

### Faits marquants 2020/2021

#### *Renforcement du diagnostic des compétences*

Le projet vise à améliorer les compétences métiers et impliquer les collaborateurs dans le projet de l'entreprise. En avril 2021, les lignes directrices ont été définies :

- Etape 1 : structurer les processus et outils de diagnostic des compétences, d'identification des potentiels et d'identification des profils (généraliste/Specialiste/Expert)
- Etape 2 : Identification de l'ensemble des métiers de l'agence et définition d'un parcours de formation adapté

#### *Talent Program*

Le plan de carrière « Talent Program » est réservé à des collaborateurs identifiés comme « à potentiel » (cf. people review) et qui, pour révéler ce potentiel, ont besoin d'un accompagnement particulier.

Cet accompagnement sur 18 mois permettra de :

- faire découvrir des nouveaux métiers / services / filiales
- valider des acquis professionnels permettant de prendre de nouvelles fonctions
- accompagner les collaborateurs dans leur développement avec par exemple des sessions de mentoring

Les objectifs de développement du programme sont les suivants :

- 2021 : 1 personne dans le programme Groupe
- 2022 : 2 personnes dans le programme Groupe avec la parité Homme/Femme

### Focus

#### Talent Program d'Impact



Lancé en mai 2021 à l'initiative de Stéphane Frette, Directeur du Développement chez Impact Field Marketing Group, le talent program a pour objectif de faire découvrir les différents métiers au sein du groupe à travers des missions transverses.

Antoine Metivier est le premier collaborateur à participer au programme. Depuis 1 mois, il effectue une mission transverse au sein du service télévente en collaboration avec la Responsable Call Center pour une durée de 2 mois. A la fin de cette première mission, Antoine sera force de proposition pour développer le Drive et structurer le service.

Sa prochaine mission sera de découvrir les différents métiers de la force de vente pour prendre le rôle de "Chef de Secteur".

**ANTOINE MÉTIVIER**  
Responsable Back-Office

## Développement des collaborateurs

### Faits marquants 2020/2021

#### Entretiens annuels (EAD)

IFMG a mis en place un certain nombre de mesures et de process permettant de :

- évaluer les collaborateurs
- définir les besoins de formation
- prendre leurs souhaits de développement professionnel
- définir leur potentiel d'évolution au sein du groupe

Ces actions sont validées dans le cadre des EAD et de la people review. En 2020, 305 EAD ont été réalisés.

#### Plan de formation

Le plan de formation d'IFMG se structure autour de 5 thématiques : Communication et développement personnel, Management, Techniques « métier », Santé et Sécurité, Autres thématiques (dont RGPD)

En 2020 , 1 367 heures de formations, 159

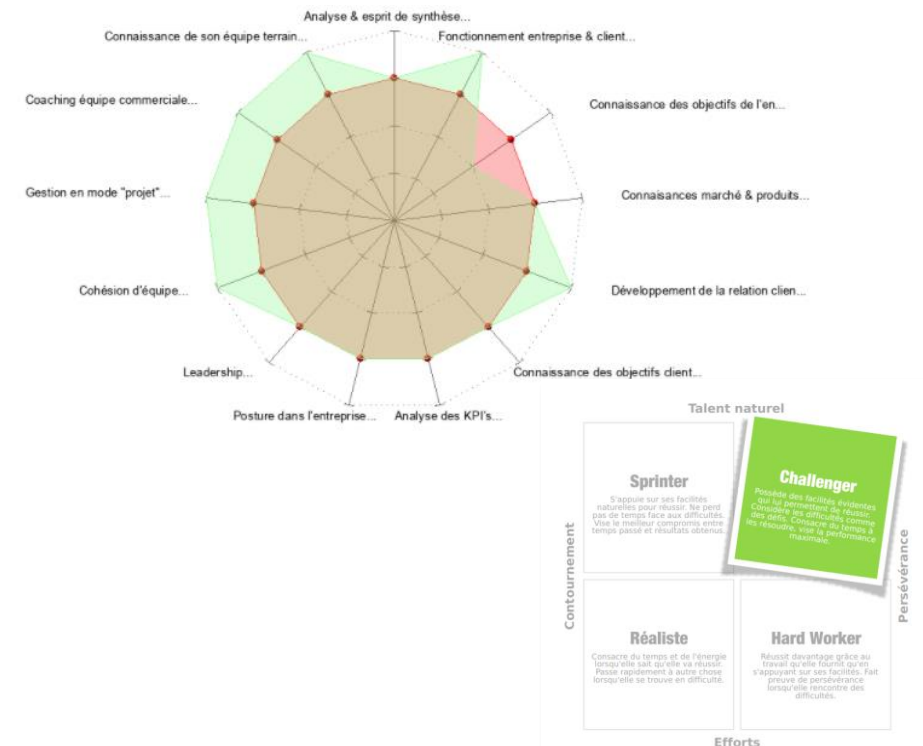
stagiaires. Nouvelles formations portant notamment sur le travail, l'animation de réunion et le management à distance. Formations renouvelées en 2021. Parmi les nouveautés : la mise en place d'une formation « Développement d'une communication positive » ou la sensibilisation « sexisme et harcèlement » à destination du COMEX en 2020 et des managers en 2021.

#### Mobilité interne et externe

Nous proposons à nos collaborateurs des possibilités d'évolution en interne et de nombreuses passerelles chez nos donneurs d'ordre et au sein du Groupe sur d'autres métiers merchandising, FDV. En 2020, plus de 10 collaborateurs ont évolué. Témoignage dans le focus ci-après.

### Focus

### EAD & People review





## Focus Évolutions de carrières

### Mobilité interne



**« J'ai bénéficié d'une évolution rapide et qui ne cesse de croître, avec toujours de nouveaux challenges à relever. »**

« J'ai débuté l'aventure Impact Sales & Marketing, il y a maintenant 3 ans, en réalisant mon stage de M1 au sein du service animation commerciale, plus précisément au service client. J'ai ainsi pu découvrir un secteur d'activité riche et varié qui m'a séduit.

A l'issue de ce stage, l'opportunité d'une alternance s'est présentée, ce qui m'a permis d'approfondir et de développer les missions confiées.

Impact Sales & Marketing a su me faire confiance et j'ai ensuite eu la chance de pouvoir accéder au poste de Chef de projet au sein de la direction Animation commerciale, où je m'épanouis chaque jour. »

**Marie-Sarah BEGUIER,**

Chef de projet Animations Commerciales depuis 3 ans

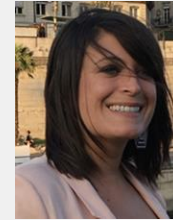


**« On me fait confiance et on me laisse de l'autonomie chez Impact, cela me donne envie de me dépasser. »**

En 2012, j'ai fait le pari de changer de métier étant responsable de magasin dans l'univers de la téléphonie depuis plus de 10 ans. Impact m'a permis de me lancer dans cette nouvelle aventure. Depuis octobre 2012, j'ai pu évoluer en passant par différents postes. De Chef de secteur à responsable régional, puis chef des ventes national et maintenant Chef de Projet, toujours dans le High tech avec des clients et des équipes qui m'apportent beaucoup.

**Gregory DUMONT,**

Chef de Projet depuis mars 2021



**« Chez IFMG, j'ai appris la polyvalence et l'autonomie tout en étant accompagnée et soutenue par ma direction. »**

Après des études en communication visuelle, mon parcours professionnel au sein d'IFMG a commencé en 2012 pour un remplacement de congé maternité au poste d'assistante marketing. J'ai rapidement évolué au travers des multiples missions qui m'ont été confiées, dans différents domaines d'activité tels que le support ADV, l'animation commerciale et dernièrement le D2D. La vraie force de notre société est de donner l'opportunité à chacun de ses collaborateurs d'évoluer et de se renouveler sans cesse dans de nouveaux projets tous plus challengeant les uns que les autres. Et c'est encore le cas pour moi, car un nouveau défi m'attend début juin à la direction commerciale du Groupe.

**Fanny DESPLAT,**

Responsable Gestion des Opérations  
depuis 2017

### Mobilité externe



**« Ce métier fait de rencontres a forgé le passionné que je suis et m'a permis d'accéder à un poste à responsabilité. »**

« À la sortie de mon Master 2, je suis devenu Spécialiste Microsoft, puis délégué commercial chez Impact pour Samsung TV. De belles missions qui m'ont apporté de l'expérience dans la distribution. À la fin de la mission Samsung, Impact a cherché à me conserver et j'ai eu l'opportunité d'intégrer l'équipe Asus. Une vraie opportunité car j'arrivais dans une équipe de passionnés, avec un client formidable. J'ai pu développer ma connaissance du marché du High Tech et prendre le lead sur de gros magasins parisiens. Le poste était très enrichissant car il m'a permis d'avoir plusieurs casquettes : formateur, merchandiser, animateur, négociateur... Mon esprit créatif et l'autonomie qui m'était octroyée m'ont permis de réaliser des opérations d'envergure reconnues par mon client et ma hiérarchie. Cette belle aventure n'est pas terminée car elle se poursuit chez le client sur un poste de compte clé, une réelle opportunité rendue possible par la relation privilégiée entre IMPACT et ASUS.

**Gilles JOCET,** Key Account Manager chez Asus depuis mai 2021.

## Bien-être et conditions de travail

### Faits marquants 2020/2021

#### *Accord télétravail*

L'accord télétravail, prévu pour septembre 2021, vise à pérenniser le télétravail qui a été massivement déployé dans le contexte de crise sanitaire. Parmi les objectifs recherchés : l'adaptation des postes et des prérogatives des clients et managers, la formation des managers sur le managements à distance et adaptation des outils, la formation des collaborateurs sur le télétravail.

Par ailleurs, dans la cadre des négociations annuelles, 2 accords collectifs ont été signés en 2020 (NAO et accord paritaire). Parmi les mesures, les parents ont la possibilité d'aménager leurs horaires le jour de la rentrée scolaire, la journée de solidarité est offerte aux salariés ayant plus d'un an d'expérience.

#### *Ma place en crèche*

Dans le cadre de notre réflexion sur l'équilibre vie familiale - vie professionnelle, Impact Field

Marketing Group a décidé de se positionner en « chasseur de crèche » et de sélectionner et réserver des places en crèche d'entreprise pour ses collaborateurs jeunes parents. Maplaceencreche, réseau leader des crèches d'entreprises nous accompagne pour sélectionner et réserver des places en crèches haut de gamme à proximité des domicile de nos salariés.

#### *Conditions de travail*

Les équipes du siège ont investi les nouveaux locaux en mai 2019. En mai 2021, des travaux d'aménagement ont été réalisés pour plus de convivialité.

En Belgique, les équipes de Promo Sapiens ont emménagé dans de nouveaux locaux. Les bureaux sont plus ergonomiques, plus lumineux et conviviaux. Le dépôt fait désormais partie intégrante des bureaux ce qui facilite la communication et surtout l'esprit d'équipe pour les personnes qui travaillent dans le dépôt.

### Focus

### Réaménagement du siège d' IFMG



## Communication interne

### Faits marquants 2020/2021

#### *Le Mag*

Créé en 2019 dans le cadre du projet de modernisation de l'entreprise, « Le Mag' » permet de diffuser l'actualité de l'entreprise et de faire le lien entre l'ensemble des équipes terrain et siège.

Cette année, nous avons développé un nouveau format one page avec des hors-série permettant de communiquer des Flash News sur les actualités importantes du groupe.

#### *Projet d'intranet collaborateurs*

Prévue pour le 2<sup>ème</sup> semestre 2021, la création d'un espace collaboratif IFMG commun à tous les collaborateurs vise à renforcer le dialogue formel et informel au sein du Groupe. Parmi les futures fonctionnalités : Espace actualité, Partage de données, réseaux social, partage des agenda, accès aux applications métiers et RH ...

#### *World Café*

Les managers du groupe se réunissent en présentiel 4 fois par an lors du séminaire World Café pour partager les résultats et l'actualité du Groupe. Cette année, afin de respecter les mesures en vigueur, l'évènement a eu lieu en distanciel.

#### *Vie d'entreprise*

Au sein d'Impact, améliorer la cohésion d'équipe a toujours été une de nos principales préoccupations. Afin de développer cet esprit, nous organisons chaque année et régulièrement des événements pour resserrer les liens. Avec la crise sanitaire, nous avons digitalisé ces événements et innové avec des plateformes pour animer ces échanges. En juin 2021, nous organisons la 1<sup>er</sup> staff party digitale qui réunira l'ensemble des collaborateurs du Groupe (France et Belgique) autour d'activités conviviales.

### Focus Le Mag

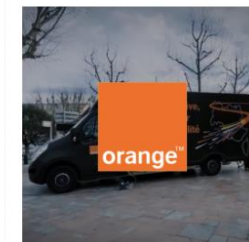
*Extrait du Mag d'avril 2021*



En Avril, ne perdez pas le fil des dernières actus du groupe IFMG : Nouveaux contrats, immersion auprès des équipes terrain, RSE, revue de presse ...

#### **FRESH NEWS !**

Les nouveaux contrats signés 🎉



[ORANGE](#)

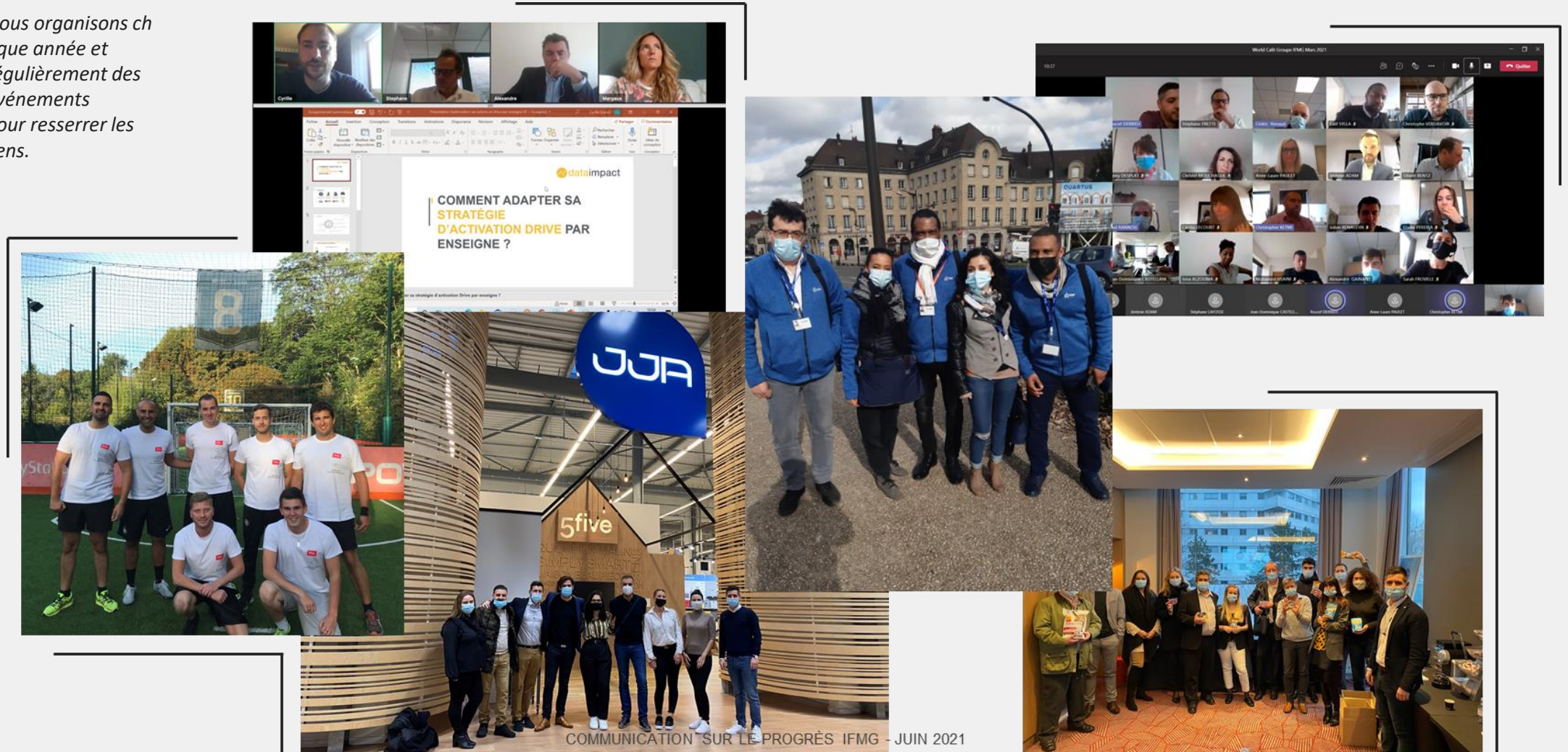


[MONDIAL PARE-BRISÉ](#)



## Focus Team Building

*Nous organisons chaque année et régulièrement des événements pour resserrer les liens.*



## Diversité

### Faits marquants 2020/2021

La diversité fait la force d'IFMG avec des collaborateurs de plus de 20 nationalités différentes, une volonté de respecter la parité homme/femme et un engagement renouvelé pour l'insertion du handicap en milieu professionnel.

#### **Sensibilisation « Sexisme et Harcèlement »**

La formation Sexisme et Harcèlement au travail nous propose de démasquer les inégalités femmes-hommes et de créer notre politique de prévention. Suivie par le Comex en 2020, la sensibilisation a été déployée à l'ensemble des managers en 2021.

En parallèle du programme de sensibilisation, IFMG structure sa démarche pour prévenir et répondre à des situations

de harcèlement (réfèrent RH, charte, sanctions ...)

#### **Accord Handicap**

Impact a souhaité agir en priorité sur le renouvellement de la politique Handicap et, d'une manière plus générale, de notre approche dans la gestion de la singularité au sein de l'entreprise. Un nouvel accord Handicap est en cours d'agrément (prévu en 2022). Il permettra d'encadrer l'action d'impact pour notamment communiquer et sensibiliser sur le handicap en milieu professionnel, définir une ligne managériale et proposer des aménagements aux personnes en situation de handicap.

### Focus

#### **Sensibilisation des collaborateurs**



*Les participants à la formation handicap. Au programme : chiffres clés sur la handicap, cadre réglementaire, les représentations du handicap, le principe de compensation ...*

*La formation « Sexisme et harcèlement » est déployée à l'ensemble des managers en 2021.*





## Santé et sécurité

### Faits marquants 2020/2021

#### Crise de la COVID 19

Toutes les précautions ont été prises pour garantir une parfaite étanchéité et un respect des gestes barrières. L'ensemble des collaborateurs ont ainsi reçu leur kit dès la sortie du confinement.

Afin de garantir des conditions de travail sécurisées, des dispositifs spécifiques ont été mis en œuvre pour le personnel terrain en contact avec du public et pour le personnel sédentaire affecté au siège.

Les équipes sur le terrain ont reçu une formation dédiée sur les gestes et procédures à adopter lors des missions terrain. Elles ont été pensées en concertation avec nos partenaires (clients et distributeurs).

Par ailleurs, Impact a contribué à la rédaction du

Guide du SORAP recensant les bonnes pratiques permettant le retour progressif à une situation normalisée, ainsi que la réalisation des prestations opérationnelles dans des conditions sanitaires optimales.

#### Sécurité routière

En collaboration avec PILLIOT Assurances, Impact équipe ses véhicules de boîtiers DDI afin de mieux comprendre l'attitude des conducteurs et les sensibiliser aux risques routiers. Cette année, nos collaborateurs disposent de formations e-learning pour réduire les facteurs de risques routiers.

#### Prévention des TMS

Des sensibilisations sur les bonnes postures à adopter au travail sont réalisées dans le Mag.

### Focus

### Santé & sécurité des collaborateurs



### Prenez-vous la bonne posture pour travailler ?



**04.** Engagement #2  
“Proposer des solutions  
innovantes et  
responsables à nos  
clients “



## Notre engagement & Performance

### Notre vision

La promotion des principes RSE avec nos clients passe principalement par :

- Le déploiement de stratégies commerciales éthiques et responsables
- L'innovation pour répondre aux évolutions des comportements des consommateurs.
- La mise en place d'échanges pour identifier des axes de progrès pour un marketing toujours plus responsable

### Nos axes prioritaires pour 2021 et 2022

- Garantir des pratiques commerciales éthiques
- Protéger les données de l'activité et la vie privée de nos parties prenantes
- Déployer une démarche de réduction de l'empreinte environnementale d'Impact
- Former nos collaborateurs au Marketing Responsable
- Accompagner nos partenaires dans leurs démarches environnementales

### Nos objectifs de progrès pour 2022

- Certification Ecovadis Gold
- 100% de collaborateurs formés à l'éthique
- 100% de collaborateurs formés RGPD
- 0 incidents de protection des données
- Création d'un module de formation "Marketing Responsable"
- Réduction de l'empreinte Carbone de la flotte de véhicules

### Performance 2020/2021

Baromètre Ethics Data :  
**Niveau excellent,**  
**Note de 85%**

**5,5**

Litres au 100 km en moyenne

**32 728**

Nombre de kilomètres moyens  
parcourus par véhicule

**17,8**

Litres de carburant par K€CA

**103**

Taux d'émissions moyen de la  
flotte en gCO<sub>2</sub>/km



PROPOSER DES SOLUTIONS INNOVANTES  
ET RESPONSABLES À NOS CLIENTS

## 4.1. Marketing éthique et responsable



## Politique Ethique

L'engagement éthique d'IFMG pour des activités respectueuses de l'éthique et de la légalité 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, l'animation, l'audit et le merchandising.

### *Notre politique éthique*

La politique éthique d'Impact se déploie sur les sujets suivants :

- Identification 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 de façon concertée. En 2018, une fiche action Ethique & Corruption a été réalisée afin de limiter les risques.
- Déploiement de notre charte éthique et du code de bonne conduite : Impact fait

respecter par ses collaborateurs et ses partenaires le code déontologique du SORAP et le code de conduite du groupe. La Charte Fournisseurs rappelant les exigences et l'engagement responsable d'Impact aux fournisseurs stratégiques.

- Ethics Data : 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.
- Marketing responsable : En tant que prestataire en promotion commerciale, notre rôle est de garantir un service de qualité qui réponde aux engagements responsables de nos clients et à nos principes éthiques. Nos ambassadeurs ont par exemple suivi un module de formation spécifique sur la promotion du recyclage des produits usagers.

### Ethique

#### Objectifs d'amélioration 2022

**100%** des collaborateurs formés aux enjeux du **RGPD**

**100%** des collaborateurs formés au **code de bonne conduite**

Création d'un module de **formation sur le « Marketing responsable »**



# Ethique des affaires

## Faits marquants 2020/2021

La démarche éthique 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.

### E-learning sur le Code de bonne conduite

Un module de e-learning sur le code de bonne conduite IFMG a été créé en mai 2021 afin de le partager plus largement aux collaborateurs.

### Charte éthique

Depuis mai 2021, la charte éthique d'IFMG est intégrée dans les annexes des contrats de travail et signée systématique par les nouveaux collaborateurs.

## Focus

## Programme éthique d'Impact

### Le code de bonne conduite



**Le Code de Bonne Conduite se fait une beauté**

Retrouvez ci-dessous le nouveau Code de Bonne Conduite d'IFMG.

Bonne lecture ☐

**CODE DE BONNE CONDUITE**

### La charte éthique



**CHARTE ETHIQUE**

Mise à jour le 22/04/2019

**La démarche éthique d'IMPACT Field Marketing Group**

IMPACT Field Marketing Group, en tant que spécialiste des métiers de services aux entreprises, intervient dans plusieurs domaines : le marketing opérationnel, notamment l'animation commerciale, la force de vente et la pose de P.V. Cela implique des relations étroites entre nos équipes et les parties prenantes de nos activités. La présente charte fixe les dispositions à prendre ensemble afin d'être irréprochable d'un point de vue éthique dans notre travail au quotidien.

Une démarche respectueuse des grands principes internationaux

La démarche d'IMPACT Field Marketing Group 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 Field Marketing Group au Global Compact des Nations Unies et par l'intégration des 10 principes du Pacte Mondial.

**Les 10 Principes du Pacte Mondial**

**Droits de l'Homme**

Principe 1 - Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection des droits humains dans tous les aspects de leur activité.

Principe 2 - Les entreprises sont invitées à ne pas être complices de violations des droits de l'homme.

**Normes Internationales du Travail**

Principe 3 - Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective.

Principe 4 - Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination de toutes les formes de travail forcé.

Principe 5 - Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination effective du travail des enfants.

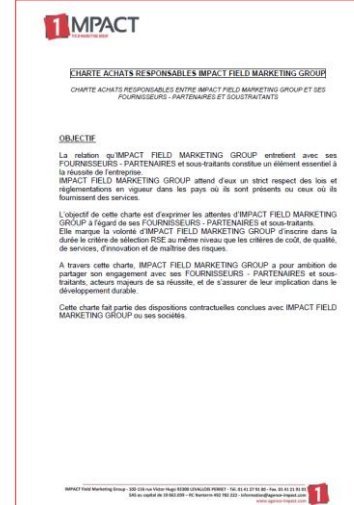
**Environnement**

Principe 6 - Les entreprises sont invitées à promouvoir la prévention des catastrophes liées aux risques naturels.

Principe 7 - Les entreprises sont invitées à promouvoir la prévention des catastrophes liées aux risques technologiques.

**Principe 8 - Les entreprises sont invitées à prendre des mesures pour prévenir, réduire et éliminer les impacts négatifs sur l'environnement.**

### La charte fournisseurs



**CHARTE ACHATS RESPONSABLES IMPACT FIELD MARKETING GROUP**

CHARTES ACHATS RESPONSABLES ENTRE IMPACT FIELD MARKETING GROUP ET SES FOURNISSEURS - PARTENAIRES ET SOUS-TRAITANTS

**OBJECTIF**

La relation qu'IMPACT FIELD MARKETING GROUP entretient avec ses FOURNISSEURS - PARTENAIRES et sous-traitants constitue un élément essentiel à la réussite de l'entreprise. IMPACT FIELD MARKETING GROUP attend d'eux un strict respect des lois et réglementations en vigueur dans les pays où ils sont présents ou ceux où ils fournissent des services.

L'objectif de cette charte est d'exprimer les attentes d'IMPACT FIELD MARKETING GROUP à l'égard de ses FOURNISSEURS - PARTENAIRES et sous-traitants. Elle marque la volonté d'IMPACT FIELD MARKETING GROUP d'inscrire dans la durée le critère de sélection RSE au même niveau que les critères de coût, de qualité, de services, d'innovation et de maîtrise des risques.

A travers cette charte, IMPACT FIELD MARKETING GROUP a pour ambition de partager son engagement avec ses FOURNISSEURS - PARTENAIRES et sous-traitants, acteurs majeurs de sa réussite, et de s'assurer de leur implication dans le développement durable.

Cette charte fait partie des dispositions contractuelles conclues avec IMPACT FIELD MARKETING GROUP ou ses sociétés.

## Ethics Data (RGPD)

### Faits marquants 2020/2021

Notre activité nous oblige à détenir des informations personnelles. Le respect du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) et la protection des données personnelles que nous traitons pour nos clients est essentielle pour IFMG.

Il est important pour nous d'être reconnu par la profession en ayant une certification RGPD Compliant.

#### Création du baromètre Ethics Data

Le baromètre Ethics Data vise à mesurer la performance d'Impact en matière de protection des données personnelles dans une logique d'amélioration continue. Il se compose de 3 indicateurs :

- Le taux d'avancement du plan d'actions RGPD co-construit avec le DPO,

- Le taux de satisfaction de nos clients sur la manière dont Impact accompagne ses clients en matière de protection des données.
- Le taux de suivi de la sensibilisation RGPD par les collaborateurs en France et en Belgique


Dans le cadre de la création du baromètre Ethics Data, Impact a lancé une première enquête de satisfaction auprès de nos principaux clients.

80% des collaborateurs ont suivi la sensibilisation RGPD en juin 2021.

Les résultats détaillés sont présentés dans le focus ci-après.

### Focus

### Programme RGPD Compliance



**9 Programme pour 2021**  
Récapitulatif des recommandations

Priorité	Action	Echéance
1	Finaliser l'analyse d'impact avant validation par la direction générale	30/06/2021
1	Relancer les collaborateurs pour parvenir à un taux de suivi de 100%	30/06/2021
1	Remettre systématiquement la fiche pratique avec la charte éthique pour les contrats < 6 mois	30/06/2021
1	Mettre à jour les sites internet du groupe (politique de confidentialité, cookies)	30/06/2021
2	Archiver dans la base de données LOGA les profils n'ayant pas travaillé pour IFMG depuis au moins 3 ans pour éviter toute relance des personnes	30/08/2021
2	Tenir à jour la liste des contrats clients, avec les différentes obligations imposées à IFMG	30/08/2021
2	Faire un état des lieux de l'ensemble des missions afin de compléter le registre sous-traitant	30/08/2021
3	Insérer dans les mails envoyés par un lien de désabonnement automatique	30/09/2021
3	Procéder à la suppression automatique du profil de l'animateur dans LOGA 5 ans après sa dernière mission	30/09/2021
3	S'assurer de la qualité de la donnée saisie dans les formulaires mis à disposition sur le site internet	30/09/2021

## Focus Baromètre Ethic Data

### Objectifs

Piloter la performance d'Impact en matière de protection des données personnelles

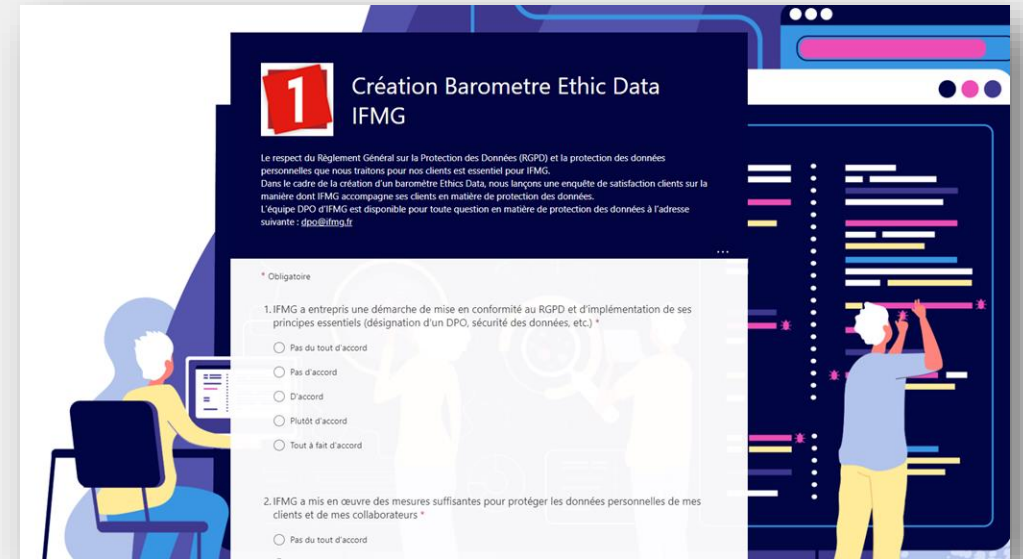
Améliorer en continue les résultats du baromètre

### Suivi de 3 indicateurs

Cette année nous avons piloté le suivi de KPI prioritaires afin d'être dans un processus d'audit qualité et d'amélioration continue.

### Résultats

INDICATEURS	NOTATION
Taux d'avancement du plan d'actions (33%)	84%
Taux de suivi de la sensibilisation au RGPD (33%)	80%
Taux de satisfaction clients (34%)	92%
<b>TOTAL (RÉSULTATS AU 1<sup>ER</sup> JUIN 21)</b>	<b>85% = EXCELLENT</b>
<b>Cibles 2022 :</b>	<b>+2%</b>



Evaluation de la satisfaction client sur l'accompagnement IFMG en matière de protection des données. 5 questions notation de 1 à 5.

## Marketing responsable

### Faits marquants 2020/2021

#### 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.

#### Création d'un module de Formation « Marketing responsable sur le terrain » - Projet 2022

Dans le cadre du renouvellement de la feuille de route RSE, le comité RSE a identifié comme axe prioritaire pour 2022 la formation des collaborateurs au marketing responsable afin de répondre à l'évolution des attentes et des comportements d'achats de nos clients et des consommateurs. Un projet de module de formation sur le marketing responsable sur le terrain sera intégré à la feuille de route RSE 2022.

### Focus


### Projet formation « Marketing responsable »

**MARKETING RESPONSABLE : QU'EST-CE QUE C'EST ?** ✉ in g+ t f

Les avantages du marketing responsable sont nombreux. Mieux comprendre ce qui différencie le marketing responsable du marketing conventionnel est un atout pour votre projet et votre organisation.

**Sommaire du dossier**

- Comprendre le marketing responsable
- Marketing responsable : les avantages
- Marketing responsable : préparer sa démarche



© Olivier Pons / ADEME

**15 Les Services**

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

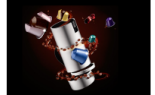


**15 Les Services**

**1 COMMENT RECYCLER**

**Comment recycler ?**

5.000 tonnes de déchets (dont 400 tonnes de capsules Nespresso) sont collectés chaque année en France. Pour trouver le point de collecte le plus proche de chez vous, rendez-vous sur [www.nespresso.com/recyclage](https://www.nespresso.com/recyclage). En magasin, après avoir effectué vos achats, des centres Nespresso vous offriront la collecte de vos capsules.



De nouveaux clients de la Nespresso :  
Nespresso de France, des capsules Nespresso directement de la Nespresso de France.  
Les communes qui ont été équipées : OL, BS, AL, PL, BL, RL



PROPOSER DES SOLUTIONS INNOVANTES  
ET RESPONSABLES À NOS CLIENTS

## 4.2. Réduire notre empreinte environnementale



## Notre Politique Environnementale

IFMG s'engage dans une démarche de réduction de son empreinte environnementale 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, IFMG a posé les bases de son système de gestion environnementale.

Le Bilan Carbone du Groupe, mis à jour en 2021, a permis de structurer l'action d'Impact autour des enjeux prioritaires suivants :

Emissions associées : accompagner nos clients dans la réduction de l'empreinte environnementale des opérations marketing ;

- Mobilité durable : réduire les émissions de CO<sub>2</sub> 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 et réduire la production de déchets et contribuer à leur recyclage (équipements IT, papiers/impressions, emballages)

### Environnement

#### Objectifs d'amélioration 2022

**-4%** de consommation de **carburant par K€ de CA** en 2022 par rapport à 2020

Création d'un **bouquet de solutions environnementales**

## Focus Notre démarche bas carbone

### Les risques climatiques

- A court terme, le risque lié aux restrictions d'accès dans de nombreuses métropoles européennes aux véhicules thermiques (Zones à Faibles Emissions) : Impact modifie sa Car Policy en y intégrant des véhicules hybrides et électriques pour progressivement supprimer les véhicules thermiques.
- A moyen et long terme, les risques de transition liés à l'évolution des comportements des consommateurs et des talents : Pour y répondre, Impact fait évoluer la formation des animateurs pour leur permettre de faire la promotion de bien et services bas-carbone et met en avant son engagement responsable pour attirer des talents.

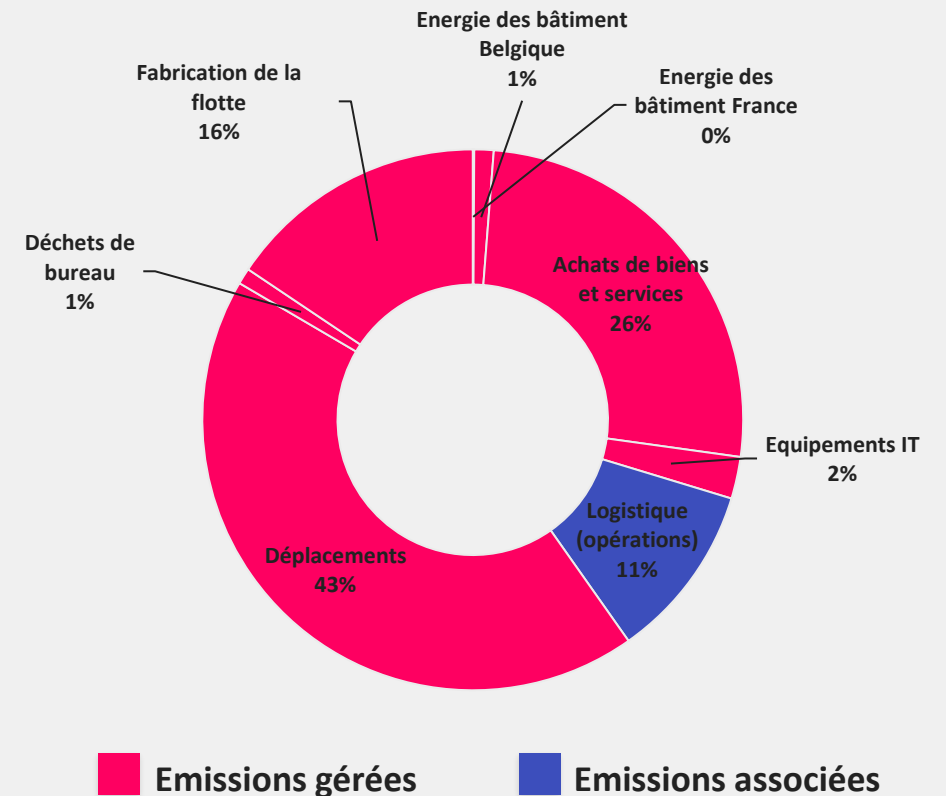
### Bilan Carbone 2020

En 2021, Impact a mis à jour son Bilan Carbone sur un périmètre élargi mesurant ainsi les émissions indirectes significatives sur l'ensemble de sa chaîne de valeur. La méthode employée pour quantifier les émissions carbone est conforme à la norme ISO 14064-1 et à la méthodologie Bilan Carbone® de l'ADEME. Les postes pris en compte sont présentés sur le schéma ci-contre.

Pour illustrer plus précisément les activités d'Impact, notamment dans ses interactions avec ses parties prenantes, les émissions sont découpées en deux catégories :

- Emissions gérées : sous contrôle opérationnel d'Impact principalement liées à la flotte de véhicule (649 véhicules au 31/12/2020).
- Emissions associées : responsabilité des parties prenantes sur laquelle Impact dispose d'une capacité d'influence mais sans contrôle direct. La fabrication et la fin de vie des marchandises ne sont pas prises en compte.

6 000 Tonnes de CO<sub>2</sub>e en 2020



## Agir avec nos parties prenantes

### Faits marquants 2020/2021

Les activités de merchandising sont gérées par nos clients et encadrées dans le cahier des charges de nos opérations. En 2020 dans le cadre du renouvellement de la feuille de route RSE, Impact a souhaité s'engager auprès de ses partenaires (clients et fournisseurs) avec la création d'un workshop dédié à l'empreinte environnementale des opérations.

#### *Proposer des solutions bas carbone à nos clients*

Impact a entamé la rédaction d'un bouquet de solutions environnementales. Parmi les solutions proposées :

- La mise en place d'un suivi du recyclage,
- Le ciblage et l'intégration des points de collecte des déchets au plan de tournée,
- L'optimisation des tournées pour réduire les distances parcourues,
- La mise en avant de PLV écoconçue,

L'objectif pour 2022 est de proposer ses solutions à

nos clients et mettre en place un suivi du CA intégrant une dimension environnementale.

#### *Embarquer nos fournisseurs stratégiques*

Nous travaillons avec notre logisticien LOGSYTECH pour :

- Mesurer l'empreinte carbone de leur prestation : en 2021, nous avons élargi le périmètre de notre bilan carbone en y intégrant les émissions liées à la logistique des activités de merchandising. Nous avons sollicité notre prestataire pour mettre en place un reporting carbone de l'impact de leurs prestations.
- Optimiser le recyclage sur les plateformes logistiques : Depuis 2017, Impact a mis en place un dialogue sur la démarche environnementale de LOGSYTECH en matière de gestion des déchets (bennes spécifiques par flux, formation des salariés ...). Une visite sur site est prévue en 2021.

### Focus

### Impact de la logistique



**270**

Tonnes transportées par  
LOGSYTECH

**≈50**

Tonnes de CO2e



## Focus Bouquet de solutions environnementales

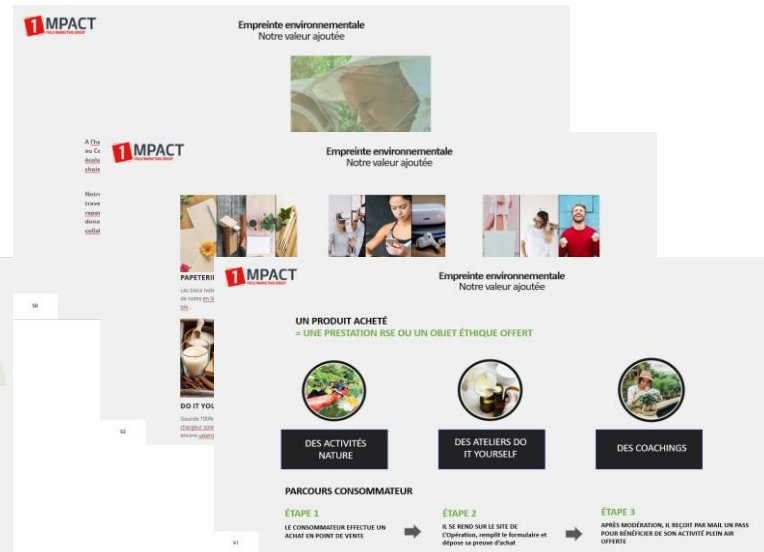
Dans le cadre de la feuille de route RSE pour 2021-2022, le Comité RSE travaille sur la création d'un bouquet de solutions à destination de ses clients pour réduire l'impact environnemental des opérations marketing.

Les axes de travail sont présentés ci-contre. Les premières solutions ont été proposées en juin 2021.

### Axe 1 : Des solutions pour optimiser les opérations d'Impact



### Axe 2 : Des partenariats responsables (offre de PLV éco-conçue ...)



## Impact carbone de la flotte de véhicules

### Faits marquants 2020/2021

Impact réduit l'intensité carbone en proposant des véhicules toujours plus performants et en optimisant l'utilisation des véhicules.

#### *Flotte connectée*

Les véhicules de la flotte d'Impact en France sont équipés de boîtiers connectés et un nouvel ERP a été déployé afin d'optimiser la gestion de la flotte avec notamment un suivi du parc et des outils de pilotage des véhicules. Après une première phase de paramétrage en 2019, ces outils sont opérationnels et permettront d'identifier des axes d'amélioration pour réduire la consommation de carburant par véhicule.

#### *Des véhicules moins émissifs*

A travers l'acquisition de véhicules plus performants, IFMG réduit l'intensité carbone de la flotte de véhicules.

En 2018, IFMG a introduit pour la première fois des véhicules hybrides dans sa flotte. Suite aux retours d'expérience positifs des premiers utilisateurs, des

véhicules hybrides supplémentaires sont proposés aux collaborateurs depuis 2019.

Impact dispose de plusieurs véhicules électriques. De nouvelles bornes de rechargement ont été installées en 2019 et 2020 dans le parking du nouveau siège.

#### *Baisse de la part des véhicules diesel*

IFMG a fait le choix de réduire la part de véhicules diesel pour limiter la pollution aux particules fines notamment dans les grandes agglomérations.

De mars 2018 à mars 2020, la part des véhicules diesel a baissé de 5%.

#### *Sensibilisation à l'écoconduite*

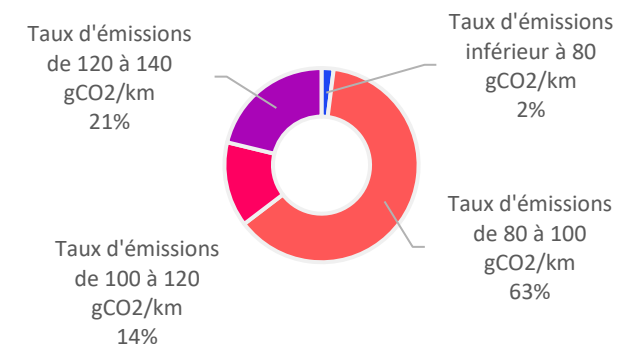
Des conseils et astuces sont mis à disposition des collaborateurs d'Impact Belgique pour les aider adopter une conduite écologique. Quelques exemples : Changer de vitesse sans monter dans les tours, pratiquer la roue libre, contrôler la pression des pneus

### Focus

#### Car Policy

Impact propose des véhicules alternatifs adaptés aux usages : des véhicules hybrides pour les déplacements longue distance et électriques pour les courtes et moyennes distances.

Répartition des véhicules par niveau d'émissions de CO<sub>2</sub>



## Numérique responsable

### Faits marquants 2020/2021

#### Notre démarche Numérique Responsable

Impact travaille avec ses prestataires IT afin de structurer sa démarche Green IT autour des axes suivants :

En amont :

- Définition d'une politique d'achats responsables pour l'achat de matériel informatique et de logiciels
- Réalisation des projets dans une architecture fonctionnelle et technique urbanisée

Utilisation :

- Limitation des consommations électriques
- Maîtrise du transport et du stockage des données tout en respectant la

gouvernance des données et applications

- Réduction des impressions
- Sensibilisation des utilisateurs au numérique responsable

En aval :

- Allongement de la durée d'utilisation des équipements
- Collecte du matériel en fin de vie pour les insérer dans une filière de traitement adaptée selon leur état.
- Sensibilisation à la règle des 4R – Réduire, Réparer, Réemployer, Recycler

### Focus

### Politique Green IT

Politique Green It - IFMG				1MPACT FIELD MARKETING GROUP
Pierre-Vincent VAROQUI	Création du document	V1	13 Juin 2013	
Pierre-Vincent VAROQUI	Modification	V1.1	16 Juin 2016	
Pierre-Vincent VAROQUI	Modification	V1.2	12 Mai 2017	
Pierre-Vincent VAROQUI	Modification	V1.3	11 Juillet 2019	
Pierre-Vincent VAROQUI	Modification	V1.4	21 Avril 2021	

TABLE DES MATIERES	
1. ALLONGEMENT DE LA DURÉE DE VIE DU MATERIEL INFORMATIQUE .....	2
Maintenance du matériel en interne et reconditionnement .....	2
Tri sélectif .....	2
2. POSTE DE TRAVAIL ET SERVEURS .....	2
Poste de travail .....	2
Serveurs .....	2
3. BYOD – Bring Your Own Device .....	2
4. Nouvel outil CAR CHECK .....	3
5. IMPRESSION .....	3
6. RESEAU .....	3
7. SALLE SERVEUR .....	3
8. VIRTUALISATION .....	3
9. PARTENAIRE FIBRE INTERNET .....	3

POLITIQUE GREEN IT pour IFMG - Bureau d'études VAROQUI

## Focus **Dématérialisation**



Avec plus de 2000 emplois créés annuellement, la démarche de dématérialisation du processus de recrutement et de la formation est un axe clés de réduction de l’empreinte environnementale d’Impact.

### **Gestion des contrats de travail**

Déployé en mai 2020, l’outil Psyché permet de fluidifier, sécuriser, et d’accélérer le processus d’arrivée d’un nouveau collaborateur.

L’automatisation d’un workflow permet notamment aux Ressources Humaines de supprimer l’impression des contrats de travail, les allers retours pour les signatures et l’archivage papier des contrats.

### **Présélection des candidats**

De nouveaux outils digitaux ont été déployés en 2019 afin de présélectionner les candidats via des tests de personnalité et de motivation en ligne et un entretien différé.

Cette présélection permet de réduire le nombre d’entretiens réalisés par poste. Cela représente près de 2000 déplacements évités en 2019.

### **Classes virtuelles**

Les classes virtuelles à destination des équipes terrain permettent de remplacer des formations sur site via des outils interactifs.

Elles permettent ainsi de réduire les déplacements de collaborateurs répartis à travers la France et la Belgique.



## Ecoresponsable au quotidien

### Faits marquants 2020/2021

#### *Gestion des déchets*

Les déchets de bureaux sont principalement le papier (environ 75%), le carton, les cartouches d'encre et le matériel IT. Impact tend à réduire les déchets notamment sur les emballages et les matériels informatiques.

En France, depuis 2017, nos déchets de bureau sont collectés par la société Elise qui emploie des personnes en situation de handicap ou en difficulté d'insertion professionnelle. Le recyclage est optimisé avec la pratique du « sur-tri ». En complément, nous faisons appel à Direct Environnement et à Collecte Utile pour le recyclage de nos encombrants.

En Belgique, chaque poste est équipé de poubelles distinctes pour trier les déchets en fonction de leur nature.

La majorité des déchets sont collectés par notre prestataire et le reste est envoyé en centre de traitement.

#### *Electricité renouvelable*

En France 7% de l'électricité consommée est d'origine renouvelable.

#### *Sensibilisation des collaborateurs*

Dans le cadre de la fiche actions « Communication RSE », Impact a intégré à son plan de communication interne des sensibilisations aux écogestes à destination des collaborateurs en France.

### Focus

#### Recyclage des déchets



#### Les déchets collectés en Belgique :

- Papier et carton des bureaux et de l'activité de stockages bureaux)
- Bouteilles, bocaux et flacons en plastique, emballages métalliques et carton à boissons
- Emballages plastiques des palettes
- Palettes en bois inutilisables
- DEEE et déchets métalliques
- Déchets résiduels

## 05. Engagement #3 “Avoir un Impact positif sur le territoire”



## Notre Engagement & Notre Performance

### Objectifs de Développement Durable associés



#### Notre vision

Le développement d'IFMG contribue à son écosystème avec un objectif accélérer la croissance durable pour l'ensemble de nos parties prenantes, clients, fournisseurs, collaborateurs, à travers des actions de proximité.

#### Nos axes prioritaires pour 2021 et 2022

- 1/ Insertion par le travail
- 2/ Démarche achats responsables
- 3/ Engagement de caritatif

#### Nos objectifs de progrès

- Création de partenariats d'insertions par l'emploi
- 100% signature de la charte fournisseur par nos fournisseurs stratégiques

### Sociétal

#### KPI 2020

**+ de 2000**  
emplois créés  
annuellement\*

**+ de 10 000**  
personnes  
actives dans  
notre base de  
données\*

**1** partenariat de réinsertion

**14 K€**  
dépensés pour soutenir des  
projets associatifs et  
caritatifs

**Niveau Gold**  
Note obtenue à l'évaluation  
Ecovadis 2019

**1**  
Audit fournisseurs

\* Périmètre France

## Focus **Pourvoyeur d'emplois sur le territoire**



**429** CDD

Ambassadeur, promoteur des ventes, merchandiseur, animateur, assistant BI, assistant chef des ventes...

**69** CDI

Community Manager, coach formateur, key account manager, assistant RH...

**22** STAGES

Chargé de communication, assistant chef de projet, assistant commercial...

**5** ALTERNANTS

Télévendeur, chargée de développement, chargée de communication, téléprospecteur...

Plus de 500 recrutements en 2020 !



## Insertion par l'emploi

### Faits marquants 2020/2021

#### *Parcours de réinsertion d'anciens détenus*

En mars 2021, Impact a réalisé son 1<sup>er</sup> recrutement avec son partenaire Wake Up Café (WKF), association qui accompagne d'anciens détenus dans leur projet de réinsertion, pour le compte de notre client Suntory. Un programme d'accompagnement global a été mis en place : stage de découverte métiers, ½ journée d'accompagnement, coaching et mise en place d'un parcours d'intégration classique débouchant sur un contrat de travail en CDD ou CDI. (voir focus ci-après)

L'objectif d'Impact est de décliner cette approche avec plusieurs de nos clients sur l'ensemble de nos activités (Animation, merch, FDV) mais aussi au siège.

#### *Employabilité des jeunes*

##### *Alternance et stages*

Depuis sa création, IFMG s'investit dans la formation et l'employabilité des jeunes. Cette

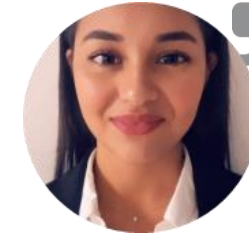
année, le groupe renouvelle son investissement dans le domaine de l'alternance et des stages laissant place à plus de 20 nouvelles recrues. Etudiant en bac+2 au bac +4, tous issus du milieu commercial, les stagiaires alternants IFMG sont aujourd'hui une force pour le groupe et apportent une valeur ajoutée à notre développement. .

#### *Partenariats académiques*

Comme tous les ans, Jean-Dominique Castellani intervient dans la cadre de la formation Techniques de Commercialisation des produits Agro-Alimentaires au sein de l'UIT de Tours. Cette année, avec la crise sanitaire, certains projets n'ont pas été aboutis, Jean-Dominique a du donc laisser de côté son poste d'intervenant et se concentrer sur les enjeux qu'à provoqués le COVID-19. Pour 2021, nous sommes en discussion pour mettre en place un partenariat avec la prestigieuse école de commerce Inseec.

### Focus

#### Employabilité des jeunes



« Être alternante au sein du groupe IFMG m'a vraiment permise de découvrir le domaine qui m'intéresse le plus : La grande distribution, et c'est à travers la mise en place de dispositif que j'en apprend de jour en jour. »

**Sana, chargée de développement IFMG**

« Ce stage en tant que Community Manager m'apporte beaucoup d'expérience et me permet également d'en découvrir de nouvelles facettes. »

**Yanis, chargée de communication IFMG**



## Focus **Wake up Café**



**Stéphane FRETTE**

Directeur Développement Groupe  
Impact Field Marketing Group

”

*« Je suis très heureux de vous annoncer le début de notre partenariat avec l'association Wake Up Café (WKF), afin d'accompagner des anciens détenus dans leur projet de réinsertion*

*Nous avons intégré notre 1<sup>er</sup> Waker il y a maintenant un mois en tant que responsable de secteur, pour lequel nous avons mis en place un programme de proximité ainsi qu'une structure spécifique pour l'accompagner et réussir dans sa réinsertion professionnelle.*

*Je tenais à remercier notre partenaire Suntory pour son soutien et volonté que cette première initiative soit mise en place au sein de la force de vente externalisée que nous gérons.*

*Merci également à toute l'équipe de WKF pour son engagement et accompagnement dans la réussite de ce projet.*

*je suis fier de porter et développer ce programme au sein d'IFMG avec le soutien de Manon Caderby & Elodie Pereira  
Quelle belle aventure humaine ! »*



### Quelques chiffres :

- Taux de récidence : 8 X inférieure à la moyenne
- + de 800 anciens détenus ou semi-liberté accompagnés par WKF
- 3 antennes actuellement (Paris – Montpellier – Lyon) – en cours (Marseille – Toulouse)
- + de 100 partenaires : dont Nespresso, Carrefour, Michel&Augustin et **Impact...**

## Achats responsables

### Faits marquants 2020/2021

#### *Politique achats responsables*

Nous avons initié une démarche d'achats qui s'est traduite en 2018 par la réalisation d'une cartographie de nos familles d'achats et des échanges sur la stratégie de développement durable de nos fournisseurs stratégiques.

#### *Signature de la Charte Fournisseur*

En 2021, les 7 fournisseurs stratégiques identifiés ont signé la charte fournisseurs d'Impact qui rappelle les exigences et l'engagement responsable d'Impact vis-à-vis de ses fournisseurs.

#### *Collaborations avec nos fournisseurs stratégiques*

Nous travaillons avec notre logisticien LOGSYTECH pour :

- Connaître leur politique et plan d'actions RSE
- Identifier des projets d'amélioration pour réduire l'empreinte environnementale : optimisation du recyclage sur les plateformes logistiques (benne spécifiques par flux, formation des salariés ...). Une visite sur site est prévue en 2021.
- Mesurer l'empreinte carbone de leur prestation : en 2021, nous avons élargi le périmètre de son bilan carbone en y intégrant les émissions liées à la logistique des activités de merchandising. Nous avons sollicité notre prestataire pour mettre en place un reporting carbone de l'impact de leurs prestations.

### Focus Nos axes de développement



#### **1/ Structurer la démarche d'achats responsables d'IFMG**

Cartographie des familles d'achats, analyse des risques et opportunités RSE, identification des fournisseurs stratégiques.



#### **2/ Initier la collaboration avec nos fournisseurs stratégiques**

Echange sur les démarches RSE des fournisseurs et réflexion sur les axes de progrès à développer en partenariat.



#### **3/ Rédiger et faire signer la charte fournisseurs IFMG**

Adhésion des fournisseurs aux valeurs d'IFMG en matière de développement durable.



#### **4/ Identifier et intégrer des critères RSE de sélection des fournisseurs et des produits et services achetés**

Cahier des charges pour les appels d'offres et procédure d'analyse des offres suivant le principe de mieux-disance et en raisonnant en coût total et à long terme.



#### **5/ Audit des fournisseurs stratégiques**

Questionnaire pour évaluer la démarche de progrès des fournisseurs stratégiques.

## Mécénat et engagement associatif

### Faits marquants 2020/2021

Que ce soit dans le cadre de nos activités ou à travers des dons, nous nous engageons pour des causes qui nous tiennent à cœur.

#### **ESAT**

Nous faisons appel à des ESAT pour le recyclage des déchets et la fourniture hebdomadaire de panier de fruits.

#### **Association Moeders voor Moeders**

Impact Belgique soutient l'association Moeders voor Moeders qui vient en aide aux mères de famille en difficulté.

Voir le focus ci-après

#### **Unicef**

En 2019, les cadeaux adressés aux clients pour la nouvelle année ont été remplacés par un don au profit de l'Unicef. Impact

poursuit cette action en 2021 avec l'achat de cartes et bougies produits par l'association.

#### **Soutien au personnel hospitalier**

Au cœur de la crise sanitaire en tre mars et juin 2020, IMPACT a apporté son soutien au centre hospitalier de Saint-Denis en mettant à disposition des médecins et aides-soignants les véhicules de sa flotte automobile. Ainsi, Julie, médecin au CHU et d'autres médecins ont eu accès à un véhicule pour faciliter leurs déplacements au cœur de la crise sanitaire.

Les collaborateurs ont également pu contribuer individuellement de manière volontaire aux initiatives solidaires mises en avant chaque semaine dans le Mag Anticrise.

### Focus

#### **L'association A.S.B.L Cœurs d'Asilah de Belgique**

Impact Belgique a offert l'ensemble des ustensiles ménagers pour animation (petits fours, bouilloires, plaques chauffantes, ... trop usées pour l'animation) à un organisme de bienfaisance créé par un de nos merchandiseurs qui s'occupe de gens démunis au Maroc.

*« Nous sommes une association caritative belge et intervenons en faveur des populations précarisées à l'étranger et au Maroc en particulier.*

*Parmi les projets de l'association, nous citons celui de l'approvisionnement des couches pour les personnes âgées en situation de vulnérabilité extrême.*

*Nous comptons actuellement plus de 150 bénéficiaires.*

*Pour répondre aux besoins criants de ces mamans et parents en fin de vie, l'association doit collecter chaque mois une somme de minimum 1500 euros. »*



## Focus L'association Moeders Voor Moeders

### ***L'association***

Impact Belgique soutient l'association Moeders voor Moeders qui distribuent de la nourriture, des habits de bébés et le nécessaire pour les soins d'enfants en bas âge à de centaines de familles en difficultés. Elle compte 160 bénévoles en Belgique. Deux fois par semaine les parents peuvent donner des baignoires aux bébés et y recevoir un repas chaud.

### ***Notre contribution***

Pour certaines animations, nos clients ne souhaitent pas reprendre les produits de démonstration. Lorsqu'il s'agit de nourriture non-périmée, nous proposons à l'association de les reprendre afin de les redistribuer aux personnes dans le besoin.



# ANNEXES



## Les principes Global Compact soutenus par IFMG

En tant que membre du Global Compact, nous nous engageons à respecter les 10 principes du Pacte Mondial. Et pour cette année 2019, 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 entreprendre 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



A Levallois-Perret, le 14 juin 2021

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

Agence de Field Marketing spécialiste des dispositifs commerciaux à valeur ajoutée, 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 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.

La crise majeure que nous traversons ne fait que renforcer nos engagements en faveur d'une meilleure prise en compte des enjeux sociaux, environnementaux et sociétaux. Pour aller plus loin nous avons souhaité donner plus de sens et d'ambitions à nos activités et nos métiers à travers la définition de notre raison d'être :

**« Accélérer la croissance durable »**

- **Pour nos clients** : IFMG accélère la croissance sur le marché et est le relais sur le terrain des valeurs et de l'engagement responsable de ses clients.
- **Pour les Femmes et les Hommes d'IFMG** : IFMG accélère le développement des compétences et les carrières de ses collaborateurs.
- **Pour le territoire** : IFMG accélère l'insertion par l'emploi.
- **Pour la planète** : IFMG accélère sa transition bas carbone et se fixe pour objectif de contribuer à la transition vers un marketing responsable.

La raison d'être s'articule autour de 3 engagements assortis d'objectifs et d'indicateurs :



- Proposer des solutions innovantes et responsables à nos clients
- Faire grandir les Femmes et les Hommes d'IFMG
- Avoir un impact positif sur le territoire

En renouvelant pour 2020-2021 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 d'amélioration continue et de transparence qui se traduit de manière concrète par un plan d'actions sur nos enjeux prioritaires. C'est ainsi avec fierté que je vous présente notre 4ème Communication sur le Progrès vouée 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

102-116 Rue Victor Hugo  
92300 Levallois-Perret  
Tél. : 01 41 27 91 00  
RCS Nanterre 814009668 - SIRET : 81400966800033  
TVA Intra. FR 84814009668

**IMPACT FIELD MARKETING GROUP**  
102-116 RUE VICTOR HUGO 92300 LEVALLOIS PERRET  
SAS AU CAPITAL DE 19.662.039 EUROS - RCS NANTERRE  
E 814009668  
TÉL. 01 41 27 91 00 - FAX. 01 41 27 91 01

## Tableau des indicateurs 2020

### Social

Nombre total d'employés au 31/12	1 178
Nombre moyen d'ETP au 31/12 en France	982
Nombre moyen d'ETP au 31/12 en Belgique	196
Nombre d'employés - Homme*	417
Nombre d'employés - Femme*	236
Nombre de cadres - Homme*	51
Nombre de cadres - Femme*	17
Nombre de dirigeants - Homme*	1
Nombre de dirigeants - Femme*	0
Part des contrats CDI*	58%
Taux de turnover*	9%
Taux d'absentéisme hors accidents du travail*	1,7%
Taux de fréquence des accidents du travail*	18,87
Taux de gravité des accidents du travail*	2,94
Nombre d'heure de formation*	4 061
Nombre de stagiaires*	37
Nombre d'évolution de postes*	32
Nombre d'employés recevant un entretien annuel	305
Rapport entre le salaire moyen femmes/hommes*	0,98
Nombre de nationalités*	21
Nombre d'employés en situation de handicap	11
Nombre d'accords collectifs signés au cours de l'année*	2
Nombre de réunion du Comité d'Entreprise*	18

\* Périmètre France (Hors Belgique)

### Environnement

Nombre de véhicules (VU+VP)	649
Nombre de kilomètres moyens parcourus par véhicules	32 728
Consommation de diesel - Litre	753 128
Consommation d'essence - Litre	39 000
Taux d'émissions moyen de la flotte en gCO2/km*	103
Taux d'émissions inférieur à 100 gCO2/km - Part des véhicules*	65%
Taux d'émissions de 100 à 120 gCO2/km - Part des véhicules*	14%
Taux d'émissions de 120 à 140 gCO2/km - Part des véhicules*	21%
Motorisation diesel - Part des véhicules*	95%
Motorisation essence - Part des véhicules*	3%
Véhicules électriques - Part des véhicules*	1%
Véhicules Hybrides - Part des véhicules*	1%
Consommation d'électricité - kWh	179 367
Consommation de gaz naturel, fuel, charbon en kWh	206 103
Taux de recyclage des déchets	64%

### Sociétal

Nombre d'audits fournisseurs réalisés	1
Nombre de fournisseurs stratégiques ayant signé la charte fournisseurs*	7
Nombre de partenariat de réinsertion	1
Montants dépensés pour soutenir des projets associatifs et caritatifs	14 000

### Ethique

% de collaborateurs ayant pris connaissance du nouveau code de conduite	na
% de collaborateurs formés aux enjeux du RGPD*	80%

#### Méthodologie de reporting

Les indicateurs couvrent 100% du périmètre consolidé du Groupe (France et Belgique) à l'exception des indicateurs signalés avec un \* qui couvrent le périmètre France (hors Belgique).

Période de reporting : 1<sup>er</sup> janv. 2020 au 31 déc. 2020





THANK YOU FOR YOUR ATTENTION