

**GLOBE**  
EFFECTIVE SHOPPER EXPERIENCE

---

**GLOBE**  
EFFECTIVE SHOPPER EXPERIENCE

COP



## L'ENGAGEMENT DU PRÉSIDENT

GLOBE affirme son soutien aux dix principes du Pacte Mondial des Nations Unies concernant les droits de l'homme, les droits du travail, la protection de l'environnement et la lutte contre la corruption.

Depuis de nombreuses années, le Groupe Globe encourage l'intégration de préoccupations sociales, environnementales et économiques dans ses activités et ses relations avec ses employés, partenaires et fournisseurs.

Conscient que la protection de l'environnement est un enjeu pour tous, le Groupe Globe a mis en place de nombreux dispositifs visant à permettre des économies d'énergie, à réduire les émissions de CO2, à limiter les déchets et à les recycler.

Penser global et agir local, assumer nos responsabilités, promouvoir les principes du Global Compact sont des vecteurs forts de motivation, de partage et de fierté. Notre adhésion au Global Compact France le 14 décembre 2020 nous permet de réfléchir et développer une démarche de progrès continu dont nous présentons les engagements pris et les résultats obtenus dans le document ci-après.

GLOBE s'engage à réaliser annuellement sa Communication sur le Progrès afin de pouvoir sensibiliser nos parties prenantes, partager avec tous nos bonnes pratiques, poursuivre et développer nos actions en accord avec les 10 principes du Pacte Mondial des Nations Unies.

Le Pacte Mondial invite les entreprises à adopter, soutenir et appliquer dans leur sphère d'influence un ensemble de valeurs fondamentales, dans les domaines des droits de l'homme, des normes de travail et de l'environnement, et de lutte contre la corruption. Ces dix principes sont inspirés de :

- La Déclaration universelle des droits de l'homme
- La Déclaration relative aux principes et droits fondamentaux au travail
- Organisation internationale du travail
- La Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement
- La Convention des Nations Unies contre la corruption

# LES 10 PRINCIPES DU GLOBAL COMPACT

## LES DIX PRINCIPES DU GLOBAL COMPACT DES NATIONS UNIES



### DROITS DE L'HOMME

- 1 Promouvoir et respecter la protection du droit international relatif aux Droits de l'Homme
- 2 Veiller à ne pas se rendre complices de violations des Droits de l'Homme



### NORMES INTERNATIONALES DU TRAVAIL

- 3 Respecter la liberté d'association et reconnaître le droit de négociation collective
- 4 Contribuer à l'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire
- 5 Contribuer à l'abolition effective du travail des enfants
- 6 Contribuer à l'élimination de toute discrimination en matière d'emploi



### ENVIRONNEMENT

- 7 Appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant à l'environnement
- 8 Prendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement
- 9 Favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement



### LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

- 10 Agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin

Les Dix Principes du Global Compact des Nations Unies sont dérivés de : la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme, la Déclaration de l'Organisation Internationale du Travail relative aux principes et droits fondamentaux au travail, la Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement, et la Convention des Nations Unies contre la corruption.

En tant que membre du Global Compact, pour 2021 notre communication porte sur 4 principes directement en lien avec les enjeux prioritaires identifiés :

- **Principe 1** : *Promouvoir et respecter la protection du droit international relatif aux Droits de l'Homme*
- **Principe 6** : *Contribuer à l'élimination de toute discrimination en matière d'emploi*
- **Principe 8** : *Prendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement*
- **Principe 10** : *Agir contre la corruption sous toutes ses formes y compris l'extorsion de fonds et pots-de-vin*

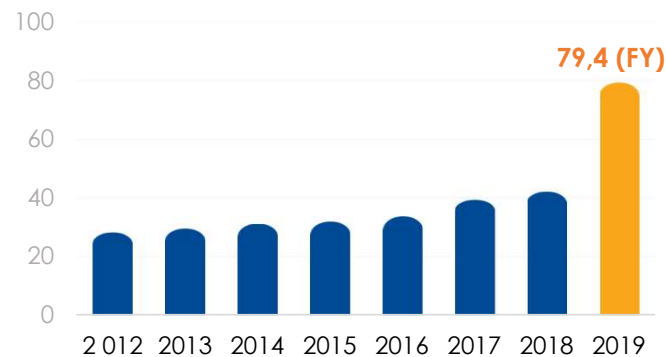
## PRÉSENTATION DU GROUPE

Sur le modèle des grands acteurs de Shopper Marketing Américains, GLOBE GROUPE est le premier groupe en Europe entièrement dédié au Shopper et à la Vente, deux segments du marché historiquement cloisonnés.

Le Groupe, implanté dans une douzaine de villes en France, en Allemagne et en Suisse, accompagne les marques dans l'accélération de leur Transformation Commerciale. Le modèle adresse les besoins du New retail : Shopper Centric, Phygital, Omnicanal, Expérientiel.

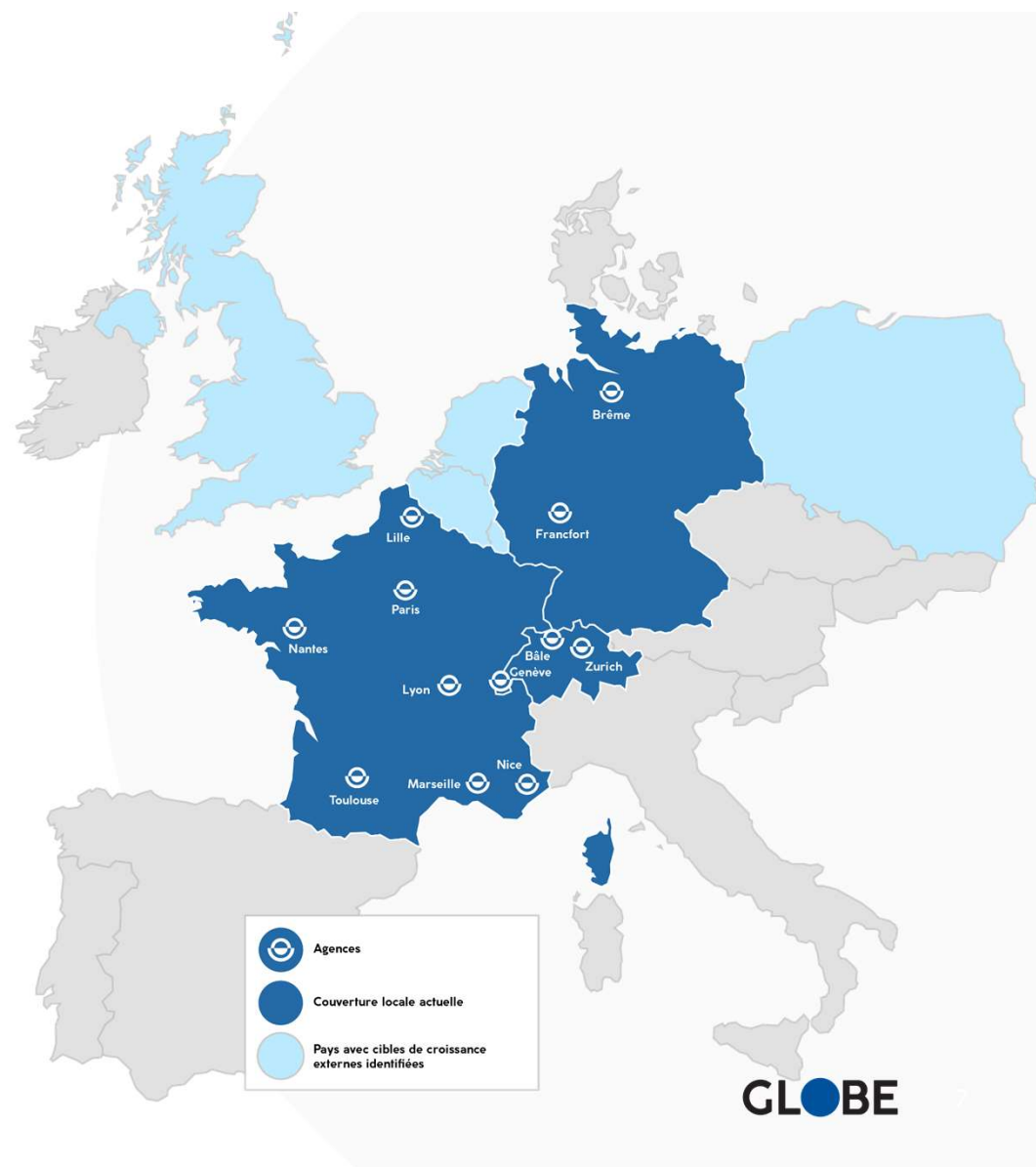
Fondé en 2002 par Jeremy Dahan, le groupe a réalisé en 2019 un chiffre d'affaires proche de 80 M€ (full year) pour 230 collaborateurs et plus de 100 clients actifs, parmi lesquels Adidas, L'Oréal, Dyson, Coca-Cola, Google, Danone.

**GLOBE GROUPE ÉVOLUTION CA EN MIO €**





# LE GROUPE GLOBE



# NOS ENGAGEMENTS

Depuis de nombreuses années, Globe encourage l'intégration de préoccupations sociales, environnementales et économiques dans ses activités et ses relations avec ses employés, partenaires et fournisseurs. Consciente de l'importance d'une politique RSE solide au sein d'une entreprise et de son impact positif sur la performance de ses activités, le Groupe Globe s'engage à l'améliorer au quotidien par égard pour ses collaborateurs et ses clients.

Pour certifier ses engagements, le Groupe Globe fait notamment appel à la solution d'EcoVadis (plateforme collaborative permettant aux entreprises d'évaluer la performance en matière de développement durable), un organisme qui évalue la performance RSE de l'entreprise depuis 2017.



Après une certification EcoVadis Bronze, reçue en 2017, La Société Globe a amélioré ses engagements RSE passant au fil des années au niveau Silver puis Golden en 2020. Cette certification EcoVadis Golden récompense les efforts déployés par les équipes et représente un gage de confiance pour nos collaborateurs qui sont au cœur de nos activités, mais également pour nos clients qui veillent aux bonnes pratiques RSE de leurs partenaires.

## Les principes du Pacte mondial des Nations Unies

A l'instar de nombreuses sociétés françaises, Globe partage les principes du Pacte mondial des Nations Unies concernant les Droits de l'Homme, le droit du travail, l'environnement et la lutte contre la corruption :

- Promouvoir et respecter la protection des Droits de l'Homme reconnus sur le plan international
- Veiller à ne pas se rendre complice de violations des Droits de l'Homme
- Respecter la liberté d'association et veiller à reconnaître le droit de négociation collective
- Éliminer toutes les formes de travail forcé ou obligatoire
- Abolir de façon effective le travail des enfants
- Éliminer la discrimination en matière d'emploi et de profession
- Appliquer une approche de précaution face aux problèmes touchant l'environnement et œuvrer pour limiter ses impacts sur l'environnement
- Entreprendre des initiatives tendant à promouvoir une meilleure protection durable de l'environnement
- Favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement
- Agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion et les pots-de-vin

# NOS VALEURS - FACTEURS DE PERFORMANCE

GLOBE place l'humain au cœur de ses préoccupations. Nous avons construit une démarche de responsabilité sociétale qui repose sur la considération et le respect à apporter à chacun, et en premier lieu à nos collaborateurs.

Le développement durable signifie sens de l'engagement. Il est le fil rouge qui réconcilie valeurs et performances, solidarité et compétences.

Globe prend en compte dans ses activités les Objectifs de Développement Durable (ODD) des Nations unies et s'engage à participer à leur atteinte.

Globe concentre ses actions sur les ODD les plus proches de son cœur de métier.



# NOTRE ENGAGEMENT SOCIAL

## Le respect des droits des salariés

Le Groupe Globe est engagé auprès de ses salariés. Nous mettons en œuvre les moyens garantissant leur sécurité et des conditions de travail adaptées. Nous nous sommes également dotés de dispositifs de gestion dynamique des carrières et nous favorisons le dialogue social.

Enfin, nous menons des actions pour promouvoir la diversité et l'égalité professionnelle, notamment entre les femmes et les hommes, et faire face à tous types de discriminations y compris celles liées au handicap.

### Actions mises en place concernant les ressources humaines et les problématiques liées aux droits de l'homme :

- Politique formalisée pour les ressources humaines et droits de l'homme
  - o Gestion de la santé et sécurité des salariés sur le lieu de travail :
    - Mesures préventives contre les troubles musculo squelettiques
    - Mesures préventives contre le stress
    - Mesures préventives contre l'exposition au bruit (Charte de sensibilisation au bruit)
  - o Echanges et participation sur les conditions de travail
    - Couverture des soins santé des salariés en place
    - Congés supplémentaires au-delà des jours de vacances habituels
    - Rémunérations des heures supplémentaires
  - o Inclusion et Diversité
  - o Dialogue social : mise en place du CSE
  - o Plan d'actions Egalité professionnelle entre les hommes et les femmes
  - o Actions en faveur d'association : « vive les vacances », « viens voir mon taf »
  - o Actions mises en place pour la gestion de la formation et carrières
  - o Entretien annuel/ Entretien professionnel

# INFORMATIONS SOCIALES

*Quelques indicateurs :*

Evolution des effectifs

Répartition par âge - Pyramide des âges

Evolution de l'absentéisme

Inclusion et diversité : notre politique handicap

Note concernant la gestion du COVID

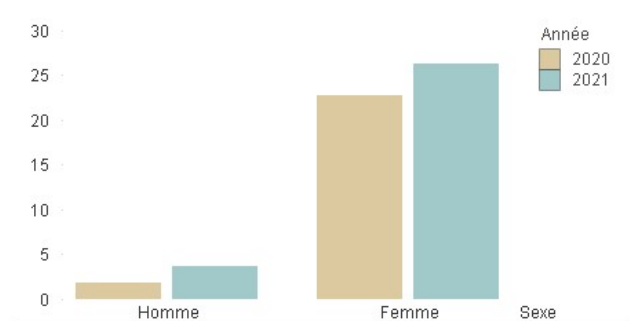
Bien être et conditions de travail

# EVOLUTION DES EFFECTIFS

La répartition des effectifs (moyen EQPT) reste relativement stable entre 2020 et 2021, aussi bien sur le personnel permanent que le personnel ponctuel.

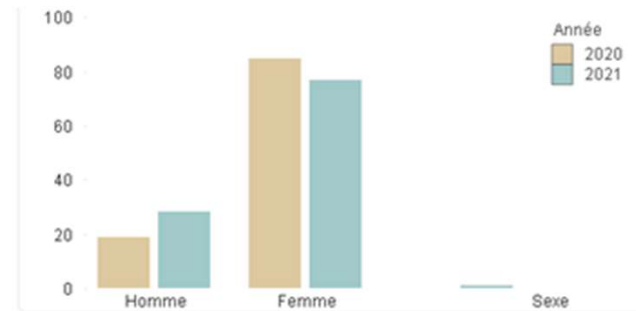
*PERSONNEL STRUCTURE*

Sexe	Année	Effectif
Homme	2020	1,83
Homme	2021	3,67
Femme	2020	22,75
Femme	2021	26,25



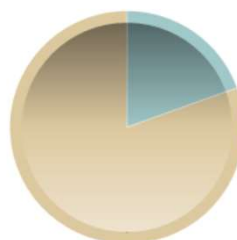
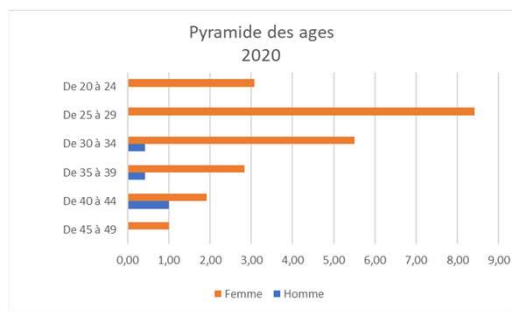
*PERSONNEL PONCTUEL*

Sexe	Année	Effectif
Homme	2020	19,09
Homme	2021	28,25
Femme	2020	84,75
Femme	2021	76,92



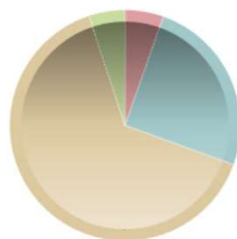
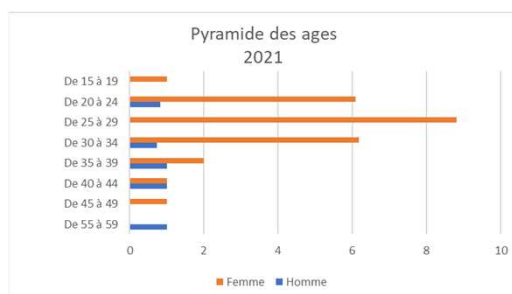
# RÉPARTITION PAR ÂGE - PYRAMIDE DES ÂGES

population siège



Type_contrat	
CCD	5,13
CDI	21,17

Sexe	Age moyen
Homme	37,64
Femme	30,76

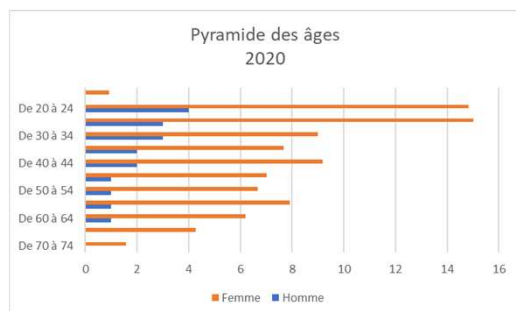


Type_contrat	
CAP	1,67
CCD	7,73
CDI	19,82
CTS	1,56

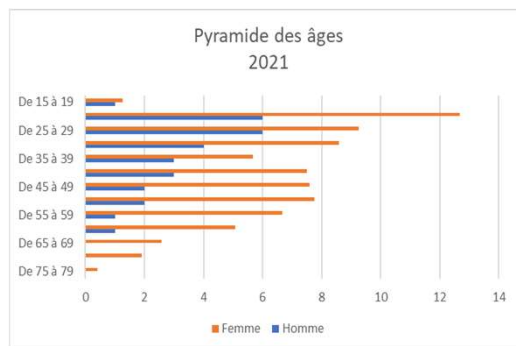
Sexe	Age moyen
Homme	34,38
Femme	29,16

# RÉPARTITION PAR ÂGE - PYRAMIDE DES ÂGES

*Personnel ponctuel*



Sexe	Age moyen
Femme	38,73
Homme	43,19



Sexe	Age moyen
Femme	40,53
Homme	35,56

# EVOLUTION DE L'ABSENTEISME (MALADIE/AT)

Le taux d'absentéisme était en moyenne de 4% jusqu'en 2019.  
Ce taux a été multiplié par 2 voire 3 en raison de la crise sanitaire et des arrêts COVID.

## Maladie

### Population siège et terrain

Taux d'absentéisme 2019 : 4%

Taux d'absentéisme 2020 : 8%

Taux absentéisme 2021: 11%

## Accident du travail

### Evolution fréquence/gravité

Périodes	Nombre d'accident du travail/trajet	Total jours ouvrés arrêts	Nombre d'arrêts de travail > 4 jours	AT Graves en pourcentage	Nombre d'heures travaillées	Taux de fréquence	Taux de gravité (1/1000)	Evolution fréquence	Evolution Gravité
2018	3	106	1	33%	425024	7,06	25%	-64%	46%
2019	4	5	1	25%	431032	9,28	1%	31%	-95%
2020	3	12	1	33%	351585	8,53	3%	-8%	194%

La communication autour de la prévention des risques a permis de diminuer significativement la fréquence des accidents sur les trois dernières années ainsi que leur gravité.

Prévention des risques routiers, chaussures de sécurité, limitation du port de charges, aménagement des postes de travail = actions entreprises sur les dernières années.

Les accidents du travail concernent essentiellement les salariés sous contrat à durée déterminée qui exercent leur activité en dehors du siège. Il s'agit des animateurs commerciaux se rendant sur leur lieu de mission ou l'exécutant.

Par conséquent, tous les animateurs sont désormais formés avant chaque animation sur les gestes barrières, les équipements de protection et le risque routier.

# INCLUSION ET DIVERSITE

Chaque année, nous nous engageons à respecter l'ensemble des lois internationales relatives aux Droits de l'Homme. Globe assure le respect de ces Droits aussi bien dans le cadre de ses activités internes, que de ses activités en lien avec ses clients, fournisseurs.

D'autre part, nous veillons systématiquement à bannir toute forme de discrimination et de harcèlement. Nous prôtons la diversité et l'équité et nous encourageons la communication.

Notre politique est construite autour de ces valeurs et l'ensemble de nos parties prenantes en sont informées.

La promotion de la diversité et de l'équité est au cœur de notre quotidien. Que ce soit dans le cadre de nos recrutements, de notre politique de gestion des ressources humaines ou plus largement de notre management, nous assurons l'ensemble de nos candidats et à nos collaborateurs une égalité de traitement, abstraction faite de tout critère d'origine, d'âge, de sexe, de convictions religieuses, de lieu de résidence, d'identité de genre ou encore de handicap.

Notre logique de diversité et d'équité se veut également, à travers notre processus de recrutement, orientée emploi de personnes en situation de handicap. Nous travaillons depuis plusieurs années sur notre politique handicap et menons structurellement trois actions favorisant l'insertion des travailleurs en situation de handicap :

- le versement de la contribution Agefiph, en France ;
- le recrutement direct ;
- le recours aux établissements et services d'aide par le travail (ESAT).

Le Groupe fait d'ailleurs appel à des entreprises qui développent des activités commerciales réalisées en priorité par des personnes en situation de handicap. Ces activités sous-traitées sont notamment :

- le tri et l'envoi du courrier ;
- la saisie administrative ;
- la réception des livraisons, la manutention et la préparation de commandes, pour les opérations logistiques ;
- la collecte et le recyclage du papier ;
- la livraison des corbeilles de fruits mises à disposition des collaborateurs.

\*NB: Notre activité est d'attirer l'attention des consommateurs en étant présents physiquement en point de vente par le biais d'installation de PLV accompagnées d'ambassadeurs de marques, de les inciter à découvrir et acheter les produits de la marque animée et d'accroître ainsi le volume des ventes des produits traités. Nous avons subi de plein fouet les répercussions du Coronavirus notamment par la fermeture des commerces non alimentaires dans lesquels nous intervenons quotidiennement, restriction voire interdiction des prestations d'animation par les distributeurs et de dégustation dans les grandes surfaces. Le recrutement s'est donc arrêté et n'a repris que très progressivement avec des vagues de pics et creux liées au contexte sanitaire.

Le Groupe a décidé d'investir différemment pour le handicap via les ESAT et notamment les Papillons de Jour avec qui nous allons travailler en 2022 sur des formations et campagnes de sensibilisation.

## NOS ACTIONS EN CHIFFRES

Données Groupe				
	2018	2019	2020*	2021*
Moyenne age	53,80	55,40	50,61	56,11
Répartition H/F (effectif en nombre de personnes physiques)				
Hommes	2,00	2,00	3,00	3,00
Femmes	50,00	50,00	30,00	14,00
Equivalent en heures/jours de travail effectifs				
Heures annuelles	4 976,17	4 143,50	3 789,66	479,00
Nombre de jours	710,88	1 317,00	681,34	217,00
Recours aux ateliers protégés (ESAT) HT				
Fournitures	1 517,60	564,80	6 090,00	9 288,00
Corbeilles de fruits	7 441,56	7 675,13	1 625,00	1 400,00

2022...

- Toutes les offres d'emplois porteront désormais la mention: « À compétences égales, priorité sera donnée aux travailleurs handicapés et autres bénéficiaires de l'obligation d'emploi de l'article L. 5212-2 du code du travail ».
- Renouvellement de nos engagements annuels avec ESAT Pleyel pour les corbeilles de fruits en livraison hebdomadaires
- Poursuite de nos actions en faveur du handicap avec « Les Papillons de Jour » avec la reconduction de notre pack entreprise.
- Participation au DUO DAY
- Mise en place de partenariat pour des stages d'insertion

# COVID 19

Notre société a subi de plein fouet les répercussions du Coronavirus : chute du chiffre d'affaires de 100% à partir du 17 mars 2020, fermeture des commerces non alimentaires dans lesquels nous intervenons quotidiennement (parfumeries notamment dans le secteur du Luxe), restriction voire interdiction des prestations d'animation par les distributeurs et de dégustation dans les grandes surfaces.

Toutes nos équipes opérationnelles (recrutement, call center, accueil, chef de projets) ont donc une activité fortement réduite.

L'équipe commerciale a dû assurer une continuité d'activité partielle avec les clients. L'annulation pure et simple des Opérations prévues avec les clients référents de l'Agence nous a contraint à demander à bénéficier des mesures exceptionnelles d'accompagnement mises en place par le gouvernement.

Les managers se sont fortement mobilisés pour garder le lien avec collaborateurs, et les accompagner sur le travail à distance.

La Direction n'a pas manqué d'adresser régulièrement en visioconférence des communiqués pour informer de manière transparente de la situation opérationnelle et financière de l'entreprise.

La reprise s'est faite progressivement dans le respect des jauges et gestes barrières.

Un plan de prévention a été mis en place et est révisé en fonction de l'évolution de la situation sanitaire.

# BIEN ÊTRE ET CONDITIONS DE TRAVAIL

La dimension sociale de la RSE est importante et influence positivement le bien-être des collaborateurs et leur productivité.

Travailler dans une entreprise responsable qui fait le choix de s'investir pour ses parties prenantes, l'environnement et la société, c'est sentir que les collaborateurs occupent une place importante dans ses préoccupations. C'est leur donner l'envie de s'investir pour une société dont ils partagent les valeurs et qui les écoute.

Le bien être de nos collaborateurs arrive en tête de nos préoccupations lorsqu'on parle de RSE.

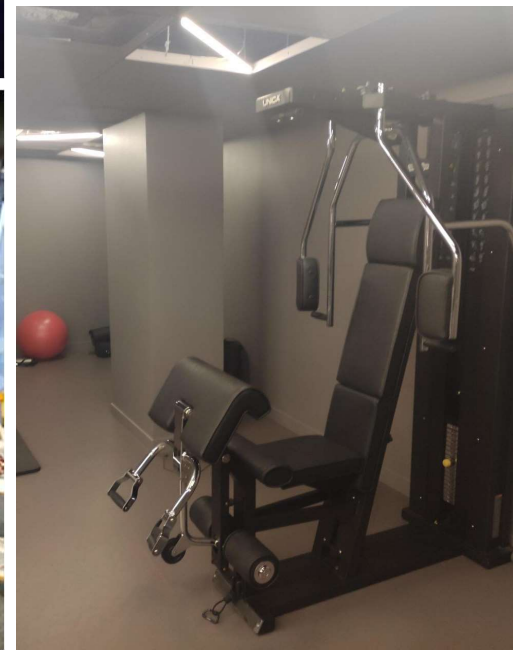
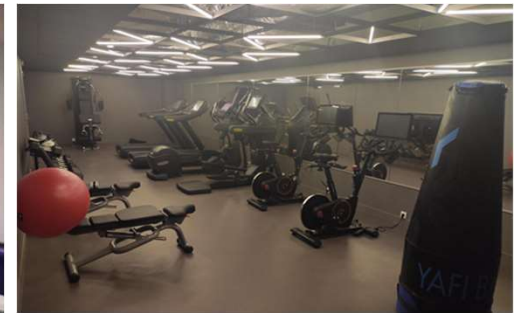
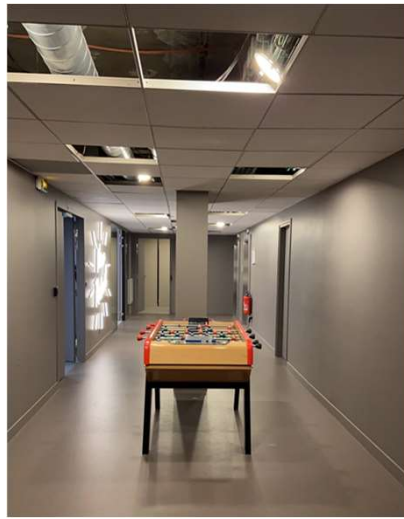
Pour renforcer le bien-être au travail, l'esprit d'équipe, l'adhésion et fédérer les équipes, nous activons divers leviers en s'adaptant évidemment au contexte sanitaire.

## NOS ACTIONS MARQUANTES EN 2021

Investir dans des nouveaux bureaux (déménagement en mai 2021) :

- Améliorer le bien-être au travail au quotidien : créer un lieu de détente avec des jeux et de vrais espaces de discussion et de détente conviviaux, prendre une véritable pause déjeuner pour décompresser et échanger avec ses collègues, ...
- Salle de sport
- Cafétéria- Livraison de fruits
- Machine à jus
- Au quotidien, une Chief Happiness Manager qui met en place des moyens pour que les salariés se sentent plus heureux au travail.
- Des événements tout au long de l'année (traiteur petit déj, déjeuners, séminaires, Halloween, Noël – Secret Santa Quest, Epiphanie...)

Le télétravail : il a toujours été autorisé de manière ponctuelle sur demande des collaborateurs. La crise sanitaire nous a contraints à revoir notre organisation. Le télétravail est désormais un sujet de grande importance qui mérite du temps d'analyse, de concertation et de mise en œuvre. Il s'inscrit dans une démarche d'amélioration de productivité et de bien-être et sera formalisé dès le deuxième semestre 2022.



# NOTRE ENGAGEMENT SOCIÉTAL

Globe facilite l'accès à l'emploi au plus grand nombre

- 1 VIVIER DE 27 000 ANIMATEURS, ET 15 000 PROMOTEURS
- DES CENTAINES DE COLLABORATEURS TRAVAILLENT DANS TOUTE LA FRANCE CHAQUE JOUR
- 5 000 FICHES DE PAIE PAR MOIS
- PAIEMENT RAPIDE ET SIMPLIFIÉ
  - Possibilité de **paiement à la semaine** à tout moment pour les collaborateurs qui le souhaitent
  - Règlement par **virement**



Globe soutient les jeunes les plus défavorisés

PROGRAMME GLOBE PARTAGE = ENGAGEMENT ASSOCIATIF



Permettre aux collégiens sans réseau de l'éducation prioritaire de faire des stages de troisième motivants, de qualité, et pertinents pour leur orientation !



Depuis 1993, l'association organise des vacances et du soutien scolaire à destination d'une centaine d'enfants des centres sociaux de Lille et de Roubaix.

# NOTRE ENGAGEMENT ENVIRONNEMENTAL

La Société Globe assure des services sans aucune production industrielle. Notre politique environnementale est donc essentiellement liée à notre consommation d'énergie, de papier, ainsi qu'à la gestion de nos bureaux et de nos déchets. Conscient que la protection de l'environnement est un enjeu pour tous, Globe a mis en place de nombreux dispositifs visant à permettre des économies d'énergie, à réduire les émissions de CO2, à limiter les déchets et à les recycler.

## Actions concernant les problématiques environnementales :

- Gestion des déchets et recyclage
  - o Recyclage des consommables (cartouches, tonner imprimantes)
  - o Recy'go : procédés mis en place pour recycler les déchets papiers et cartons
  - o Consommation d'énergie : allumage et extinction automatique des lumières, chauffage, climatisation
- Dématérialisation :
  - o Les tickets restaurant dématérialisés avec la carte Bimpli
  - o Les notes de frais dématérialisées avec la plateforme Eurecia
- Politique environnementale :

Globe concentre ses efforts autour de cinq engagements clés. Dans l'objectif d'un développement durable, d'une consommation raisonnée des ressources (énergie, eau...) et de la valorisation de l'essentiel de ses déchets, Globe prend en compte la dimension environnementale dans son développement et assure un suivi de ses principaux impacts tout en cherchant à les limiter.

Ainsi, en faveur de l'environnement, Globe :

  - Agit pour diminuer les impacts sur l'environnement générés dans le cadre de sa relation avec ses clients, par exemple en promouvant la dématérialisation des supports papier.
  - Favorise, autant que faire se peut, l'utilisation de moyens moins metteurs en gaz à effet de serre, notamment en privilégiant une flotte de véhicules à moindre rejets, l'usage e conférences téléphoniques...
  - Inclut un volet environnemental dans l'évaluation de nos fournisseurs.
  - Sensibilise à l'environnement.
  - Agit pour la réduction des déchets et leur valorisation.

# Globe s'engage notamment à :

Réduire son impact environnemental sur ses opérations :

**RECYCLAGE DE TOUTES LES TENUES NON RÉUTILISABLES EN PARTENARIAT AVEC :**

**LE RELAIS**

Leader de la collecte, du tri et de la valorisation des textiles d'habillement en France. Il assure 55 % de la collecte textile, gère 14 centres de tri et valorise 90 % des textiles collectés.



**FÉMINITÉ SANS ABRI**

Association d'aide aux femmes dans la rue, FSA confectionne des trousseaux à partir des textiles récupérés auprès de Globe, pour distribuer aux femmes des kits hygiènes contenant des échantillons donnés par les entreprises



**DES CAISSES DE STOCKAGE RÉUTILISABLES ET DURABLES SONT UTILISÉES POUR LE STOCKAGE DES PRODUITS LORS DES OPÉRATIONS**

**LA SOLUTION GLOBE :**

Des caisses PPEA - Polyéthylène Alvéolaire Extrudé

- Matériau léger et très résistant
- Totalement étanche à l'eau - Imputrescible
- Très forte résistance aux chocs et à l'écrasement - Indéchirable
- Répond aux normes alimentaires
- Assemblable avec d'autres matériaux - durable et réutilisable en boucle
- Recyclable à 100 % et réutilisable une centaine de fois.



**VIA DU MATÉRIEL DE SAMPLING RÉUTILISABLE :**

- Triporteur
- Sampling Bin
- Poubelles de distribution
- Poubelles ...



**VIA UN SOURCING D'ACCESSOIRES ECO-FRIENDLY**

- MATÉRIAUX RECYCLABLES, BIO DÉGRADABLES : Gobelets, assiettes carton, couverts bois/bambou



**GLOBE TRANSPORTE PROPREMENT GRÂCE À SA FLOTTE DE VEHICULES ÉLECTRIQUES :**

**100% ELECTRIQUES**

**CO<sup>2</sup> = 0**

**SOLUTION RÉFRIGÉRÉE**



**SOLUTION SÈCHE**



**SUR CHAQUE OPÉRATION, UN POURCENTAGE D'ÉCHANTILLONS EST REMIS AUX RESTOS DU CŒUR POUR AIDER LES PLUS DÉMUNIS**

**REMISE DES ÉCHANTILLONS AUX CENTRES DES RESTOS DU CŒUR :**

- Sur opérations alimentaires
- Sur opérations hygiènes ...







## Être le relais de l'engagement de ses clients

### Case studies :

**HEINEKEN : FAIRE VIVRE L'HAPPY HOUR ÉCO-RESPONSABLE HEINEKEN 0.0**



**LA DEMANDE :**  
Comment faire vivre une expérience ludique qui sensibilise les consos à l'environnement

**RÉPONSE :**  
Engager le shopper grâce à une expérience éco-participative

- Siroter une bière sans alcool en plein air, au rythme de la bonne musique : plus les consos pédalent et plus la musique s'intensifie
- Une mécanique Nudge couplée à une expérience de vote pour inciter les consos à recycler leur canette Heineken 0.0 après chaque dégustation
- Drive to store 100% éco-responsable via un E-BR (flashcode)



**EXPERIENCE ECO-PARTICIPATIVE**



**VOUS ÊTES PLUTÔT ?**



**E-BR**



**MECANIQUE NUDGE**

**LA PETITE MARSEILLAISE**

**LA DEMANDE :**  
Comment réaffirmer les engagements RSE du Petit Marseillais, et notamment la préservation de la biodiversité de Provence, autour du lancement de la 1<sup>ère</sup> gamme de gels douche bio ?

**RÉPONSE :**  
Engager les shoppers dans les choix RSE de la marque pour leur faire comprendre de manière ludique et interactive les partis pris forts du Petit Marseillais.

**LE CONCEPT : ON SE MOUILLE POUR LA PLANÈTE**  
Les consos sont invités à se co-engager en votant pour leurs projets préférés. Celui qui aura récolté le plus de votes sera concrétisé par la marque en partenariat avec le Conservatoire du Littoral







**ST LAZ' MARKET** x **SECOURS POPULAIRE FRANÇAIS**

Lieu de vie et de partage, le ST LAZ' MARKET apporte son soutien au Secours Populaire Français avec l'installation d'un **bar à cadeaux solidaire** + la **collecte de dons**.

Les visiteurs y font emballer leurs achats et déposent, dans des hottes, des cadeaux neufs achetés au bénéfice de familles et d'enfants défavorisés.

Une **initiative solidaire** aux côtés de l'association et de ses **Pères Noël verts** pour soutenir le projet « **Offrez un cadeau neuf, comblez une famille** » lancé il y a 43 ans, et placé sous le signe de la générosité et du partage





Carte Noire en collaboration avec 1% For The Planet soutient des associations en faveur de la biodiversité.

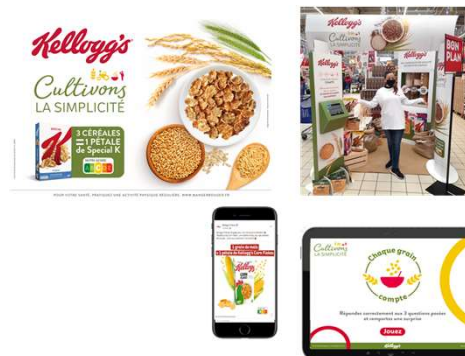
GLOBE accompagne la marque pour porter les engagements auprès des français en endossant un rôle d'éducation via un discours vrai et sincère qui vient expliciter : « Le café Bio, c'est quoi ? ».

Une activation qui se matérialise avec une production de PLV éco-conçues, 100% recyclables, Imprim'Vert avec limitation de couleurs et 0 vernis.

GLOBE accompagne KELLOGG'S dans la stratégie d'activation de son programme RSE Cultivons la Simplicité pour porter auprès des shoppers les valeurs et engagements des marques du groupe.

Des temps forts annuels qui viennent soutenir les piliers NUTRITION, SOUTIEN - PARTAGE et AGRICULTURE dans une démarche de transparence pour apporter les preuves des actions engagées de la marque directement sur le lieu de vente.

Une approche pédagogique à valeur ajoutée qui passe par des supports dématérialisés et PLV éco-responsables.



Dans le cadre du partenariat de BONDUELLE avec l'enseigne LECLERC et en tant que partenaire RSE privilégié, GLOBE participe à la conception, création et déploiement d'une activation stratégique visant à valoriser auprès des shoppers les engagement de la marque et du distributeur sur différents piliers thématiques tout au long de l'année : Agroécologie, soutien de l'économie locale et excellence nutritionnelle.

# NOTRE ENGAGEMENT ÉTHIQUE

Toutes les entreprises sont tenues de se prémunir contre les risques basiques de corruption. Globe s’y engage fortement et a formalisé sa politique dans ce sens :

- Code éthique et conduite des affaires :
  - Anti-corruption et extorsion
    - Procédure d’approbation des transactions sensibles
  - Conflits d’intérêts
  - Sécurité de l’information
    - Anonymisation des déchets
    - Note au personnel

Le code de conduite éthique des affaires de Globe établit des règles de conduite fondées sur les valeurs fondamentales de notre entreprise. Ce code est cohérent avec nos stratégies et nos pratiques, et il joue un rôle clé dans le respect de nos obligations en matière de conformité juridique et réglementaire. Dans un monde numérique au sein duquel les règles sont souvent définies de manière empirique, au fil des innovations, nos clients peuvent compter sur Globe et ses collaborateurs pour garantir la protection de leurs données grâce à des plans spécifiques et sur mesure. Nos collaborateurs peuvent quant à eux compter sur Globe, ainsi que sur chacun de leurs collègues, pour offrir un environnement sûr et positif, au sein duquel ils seront soutenus et traités équitablement et avec respect. Notre Code de conduite éthique des affaires est le guide auxquels se réfère, telle une boussole, chacun de nos collaborateurs et partenaires afin de faire vivre pleinement les valeurs Globe, d’appliquer les politiques de l’entreprise et d’assurer la conformité à ses exigences légales. Le Code de conduite éthique des affaires de Globe nous guide pour veiller à ce que tout ce que nous entreprenons pour nos clients le soit de manière conforme à l’éthique (soit la seule manière envisageable chez Globe).

## **... le secret professionnel et la confidentialité des données**

Conformément à la réglementation, Globe respecte la confidentialité des informations couvertes par le secret professionnel qui lui sont fournies dans le cadre de ses activités. Ces principes sont appliqués par nos salariés ainsi que par nos sous-traitants. Tous nos collaborateurs signent une charte déontologique et informatique à leur entrée chez nous les engageant au respect du secret des données auxquelles ils ont accès pour la gestion des dossiers.

Globe met en œuvre les dispositifs nécessaires afin d’assurer la protection des données et la sécurisation des accès au Système d’Information. Nos traitements de données font l’objet de déclarations auprès de la CNIL (Commission Nationale de l’Informatique et des Libertés – [www.cnil.fr](http://www.cnil.fr)) en conformité avec la réglementation en vigueur.

Toutes les mesures nécessaires sont mises en œuvre pour protéger les données à caractère personnel contre la destruction accidentelle ou illicite, la perte accidentelle, l’altération, la diffusion ou l’accès non autorisés.

CARTOGRAPHIE DES RISQUES DE CORRUPTION			
Typologie de risque		Actions/Définitions	Niveau de risques
Clients	Grands comptes	Procédure d'achat très rigides et encadrées avec un système d'approbation des commandes et de validation de factures	Risques très faible
	Marché Public	Part très faible dans notre CA (moins de 500k€ en 2019 sur plus de 60 millions d'€ de CA)	Risques très faible
Charges	l'essentiel des charges compte tenu de notre activité de prestations de services sont des charges sociales/salaires	Règlementation du travail, contrôle de l'Etat, Contrôle interne par les contrôleurs de gestion, dématérialisation des déclaration (DSN)	Pas de risque
Achats Opérationnels	Matériel de PLV, mobilier commercial, production de stand	Représentent environ 1,5millions d'€ de valeur d'achat/an	Risque lié à la fragmentation des fournisseurs (faible volume moyen par fournisseur)
Flotte voiture	Contrat de flotte automobile	Représente un budget inférieur à 1 million € géré par un acheteur dédié	Risque potentiel mais restant faible
Stockage	Stocks d'échantillons gérés pour nos clients	Ne représente pas de valeur dans nos comptes (donc pas de suivi de stock rigoureux) mais une valeur marchande	Risque faible pour la majorité (snacking, boissons,...)
PROCEDURE DE CONTRÔLE POUR PREVENIR LA CORRUPTION			
Signature		Pas de délégation de pouvoir officielle uniquement ponctuelle et limitée. Le Président signe tous les contrats (RH, commerciaux,...)	
Organisation		Séparation des rôles notamment dans le département Finance: Comptabilité Fournisseur/Comptabilité Générale/Trésorerie	
Finance/Comptabilité		Comptabilité analytique avancée - équipe de controleur de gestion indépendante de l'équipe comptable	
Outils Informatiques		ERP robustes : SAP couplé avec une solution de numérisation les deux permettant de tracer l'historique des actions par utilisateur	
Formation		Séminaire annuel	

# NOTRE ENGAGEMENT « ACHAT RESPONSABLE »

Les actions mises en place ne sont pas toutes formalisées mais se multiplient comme le recours aux entreprises adaptées, livraison de corbeilles de fruits bio, utilisation de fournitures avec matériaux recyclés, dématérialisation...

Notre objectif est de favoriser le développement durable dans les relations avec nos prestataires

Les achats et le recours aux prestataires par Globe se font dans un esprit d'équilibre entre les parties prenantes en intégrant des exigences, spécifications et critères en faveur de la protection et de la mise en valeur de l'environnement. Nous favorisons les achats équitables et faisons régulièrement appel à des ateliers solidaires.

Chaque nouveau fournisseur est évalué notamment sur sa politique RSE et son engagement environnemental en fonction du périmètre de prestation. Chacun de nos prestataires s'engage à respecter la législation fiscale et sociale en vigueur. Le Groupe Globe cesserait toute relation d'affaires avec des prestataires qui ne seraient pas en règle.

## CHEZ GLOBE TOUTES LES TENUES SONT CERTIFIÉES :

### OEKO-TEX \*

\* Un tissu OEKO-TEX® Standard 100 a été contrôlé à chaque étape du traitement : matières premières, fils, teinture. Il ne contient pas de produits chimiques nocifs pour la santé.



### WRAP\*\*

\*\* L'objectif du programme de certification WRAP est de surveiller et de certifier de manière indépendante la conformité à ces normes, afin de garantir que les produits cousus sont fabriqués dans des conditions légales, humaines et éthiques.

### GRAPHO 12

Implantée en Aveyron, l'Imprimerie Grapho12 a été créée en 1981. Le bureau de fabrication s'articule autour de partenaires français : Rotativistes, Façonniers, Cartonnières, Sérigraphes, Routeurs... permettant de mieux répondre à un très large panel de compétences, tout en respectant une parfaite éthique professionnelle



### IT IMPRIMEUR

IT Imprimeur est implantée à Saint Cyr sur Loire (37) depuis plus de 20 ans. Cette imprimerie utilise exclusivement des encres végétales depuis 2008. Ils ont recours à un processus de recyclage strict de toutes les matières utilisées. Depuis le début de l'année 2020, tous leurs bureaux de fabrication proposent un circuit écologique complet sur les produits d'impression : Papier recyclé et certifié 100% PEFC, Encre végétale, Emballage sans plastique, bande papier sans colle (sleeve paper).



## CHEZ GLOBE, TOUS NOS IMPRIMEURS SONT CERTIFIÉS :

### IMPRIM'VERT \*

\* La marque Imprim'Vert® a pour objectif de favoriser la mise en place, par les entreprises exerçant des activités d'impression, d'actions concrètes conduisant à une diminution des impacts de l'activité sur l'environnement.



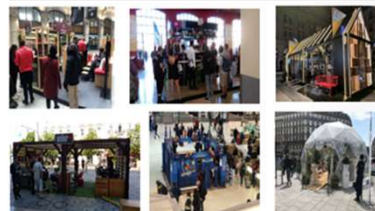
### PEFC\*\*

\*\* PEFC certifie la gestion durable des forêts et rassemble autour d'une vision multifonctionnelle et équilibrée de la forêt dans 51 pays à travers le monde.

## DESKS RECYCLABLES ET RÉUTILISABLES



## STAND EVENT RÉUTILISABLES



# FEUILLE DE ROUTE RSE 2022-2023

Globe poursuivra ses efforts pour conduire au mieux sa politique RSE qu'elle mène déjà depuis sa création.

Nous sommes au commencement de cette aventure Global Compact mais nous sommes déjà fiers du chemin parcouru. Nous sommes convaincus que les 10 principes sont de beaux combats à mener et nous avons beaucoup de projets en tête.

En 2022, des indicateurs seront définis selon nos thématiques d'action.

Voici ci-dessous quelques exemples :

- Optimiser l'impact social
  - Améliorer le flux de candidatures masculines ou féminines sur les métiers présentant un déséquilibre en terme de mixité
  - Former régulièrement les acteurs du recrutement afin d'identifier et de lutter contre les discriminations lors des process de sélection,
  - Inciter la mobilité professionnelle,
  - Travailler sur des leviers de conditions de travail (télétravail ) d'articulation entre la vie professionnelle et personnelle (l'harmonisation des temps de vie)
  - Duo DAY 2022
  - Optimiser l'impact environnemental du social par l'innovation: digitalisation de l'ensemble des process (parcours candidats, parcours d'intégration, process RH et paie, process d'exploitation)
- Optimiser l'impact environnemental de nos services et du fonctionnement de notre entreprise :
  - Mettre en place des actions pour intégrer la RSE dans nos achats
  - Augmenter les produits issus du développement durable

**GLOBE**  
EFFECTIVE SHOPPER EXPERIENCE

