RSE*

* Responsabilité Sociétale des Entreprises

RAPPORT 2024

Impression très limitée

IMPEX

pour une démarche consciente de conception et distribution multicanal

© IMPEX SAS – Édition 2024

Réalisation Design Impex
Impression très limitée _ NUMERIP - Les Abrets (38) - 08/2024

Sous réserve d'erreurs typographiques, d'impression ou d'omission.

Sommaire

PAGE À PAGE

P.4 L'ÉDITO
MOT DU DIRECTEUR GÉNÉRAL

P.5 QUI ...
SOMMES NOUS ?

P.6-7 L'HISTOIRE
EN QUELQUES DATES

P.8-9 LA STRATÉGIE RSE
CELLE D'IMPEX

P.10-11 LES PILOTES RSE
ENGAGÉS POUR IMPEX

P.12 LES CHIFFRES CLÉS
LES PLUS IMPORTANTS

P.13 PILIER 1
AGIR EN PARTENAIRE ENGAGÉ
S'engager à mettre sur le marché des produits et services plus responsables pour façonner une consommation raisonnée.

P.19 PILIER 2
AGIR EN EMPLOYEUR RESPONSABLE
Donner du sens à nos salariés en quête de projets collectifs fédérateurs.

P.23 PILIER 3
AGIR EN ENTREPRISE CITOYENNE
Nous engager en faveur de l'environnement en mettant sur le marché des produits moins consommateurs de ressources naturelles

P.28 OBJECTIFS & PRIORITÉS
POUR 2026

L'Edito

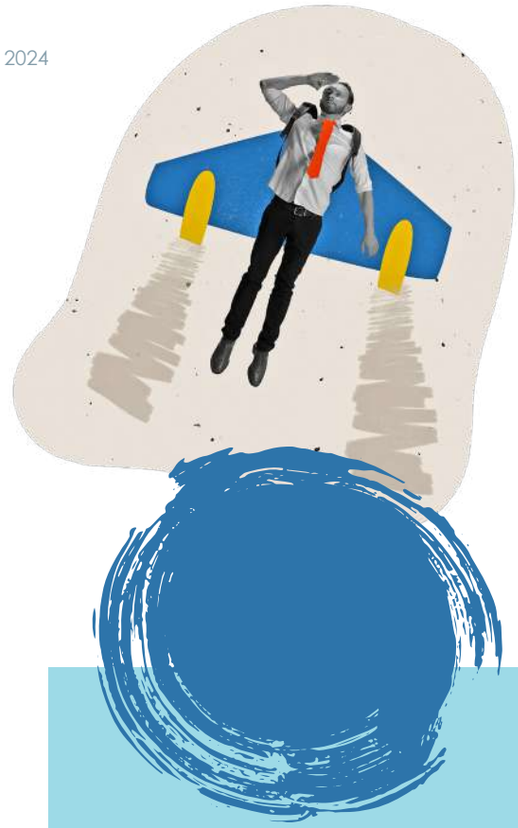
DEPUIS PLUS DE 50 ANS, IMPEX EST UN ACTEUR, LEADER SUR SON MARCHE AVEC UNE DEMARCHE CLIENTS ET QUALITÉ FORTE.

Nos modes de consommation connaissent des changements profonds et durables. Aujourd'hui, nos clients attendent de nous une transformation significative de l'impact environnemental de l'entreprise.

Nous devons donc anticiper une offre produits et services en adéquation avec leurs attentes, une information plus transparente et une démarche plus éthique.

Face à l'urgence des crises sociales, économiques et climatiques auxquelles nous sommes confrontés, nous avons décidé d'engager un vrai projet d'entreprise avec l'ensemble du personnel afin de contribuer à la performance globale de ses activités.

Marc Coussedière
directeur général



NOTRE CREDO

accompagner nos clients vers une consommation plus responsable pour les rendre acteurs de leur engagement.

Pour ce faire, nous nous appuyons sur 3 piliers :

→ **AGIR en partenaire engagé**

→ **AGIR en employeur responsable**

→ **AGIR en entreprise citoyenne.**

Ce rapport RSE est l'occasion de montrer à l'ensemble de nos parties prenantes que nos paroles s'accompagnent d'actes concrets.

Qui sommes nous

IMPEX est depuis plus de 50 ans, spécialisée dans la conception, le sourcing, la distribution multicanal d'équipements et services multimarques pour l'automobile, le deux-roues et plus récemment sur le marché de l'animalerie avec sa marque Fidelami.

Fournisseur de solutions globales au service de la distribution B2B et B2C, notre entreprise compte aujourd'hui plus de 4000 clients en Europe.

IMPEX est désormais rattachée au Groupe DC Expansion. Créé en 1986, le groupe comprend plusieurs sociétés, dans la distribution de pièces détachées pour véhicules de manutention, les accessoires et produits d'entretien pour automobiles, la moto, le vélo et l'édition.

Les savoir-faire d'Impex s'appuient sur une bonne connaissance de tous les marchés, la maîtrise des solutions packaging et conditionnement, une veille normative et règlementaire avec deux cellules qualité en France et en Asie, pour garantir une totale conformité de nos produits sans oublier le service consommateur et sa Hotline 5j/7.

Forte de toutes ses expériences l'entreprise noue des partenariats avec les plus grands équipementiers automobiles mondiaux. Elle développe et «design» des collections exclusives avec de grandes marques telles que Michelin, Facom, AEG, WRC, Air Wick, Longboard, Roadsign. Elle offre un service d'expert à la carte pour développer des produits à marques de distributeurs.

Notre force est de proposer à nos clients la création de collections complètes, de concepts « prêt à vendre », de prestations personnalisées et réactives. Impex propose une force de vente intégrée qui soutient et accompagne ces offres, propose une expertise merchandising, des solutions de category management et la mise en œuvre d'opérations promotionnelles.

Dans toute l'Europe, IMPEX assure la distribution au point de vente, en entrepôt, au client final, avec 3 plateformes logistiques soit un total de 35 000 m² pour un flux de 290 000 commandes par an et la garantie de livrer partout en 48h.

Notre histoire en quelques dates

1970
→ Les frères ARCAN, André et Daniel créent l'activité grande distribution qui deviendra Impex

1975
→ La société ARCAN devient Impex Diffusion
→ Lancement 1ère marque Impex Racing 69

1982
→ Création du Groupe Impex Diffusion : BELCAR – FEU VERT – INNO+ - TRANSPAC

1988
→ Création du service consommateurs

1989
→ Le groupe Monnoyeur rachète Impex Diffusion qui devient Impex SA
→ Création d'Impex Italia

1992
→ Signature du 1er accord de distribution avec l'enseigne Continent

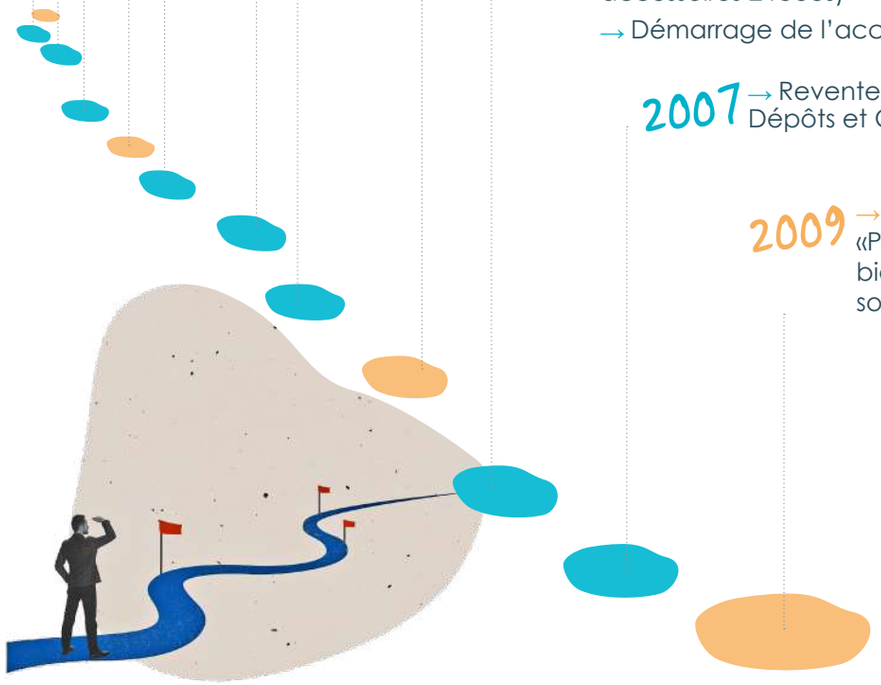
1997
→ 1ère borne interactive chez Auchan - Ecran d'aide au choix consommateur
→ Fusion avec la société Macorex (distribution grandes enseignes)

2000
→ Création du service qualité

2001
→ Distribution des gammes Bosch
→ Rachat d'Ertédis (spécialisée dans les accessoires 2 roues)
→ Démarrage de l'accord Licence Michelin

2007
→ Revente d'Impex à la Caisse des Dépôts et Consignations

2009
→ Labellisation Ecocert «Parfums d'ambiance biologiques», gamme désodorisants Bio Auto Nature



2010
→ Les Licences représentent 20% du CA d'Impex
→ Labellisation Ecocert « EcoDétergents », gamme produits d'entretien Michelin à base d'ingrédients d'origine naturelle

2016
→ Revente d'Impex à Alpha (Fond d'investissement)

2017
→ Engagement dans le programme BSCI

2018
→ Signature de l'accord de distribution Castrol

2021
→ Création de la marque Fidelami

2023
→ 1ère médaille Ecovadis, bronze
→ Rachat par le groupe DC Expansion

Notre implantation géographique

SIÈGE SOCIAL
38490 Chimilin _ France

IMPEX ITALIA
38490 Chimilin _ France

IMPEX IBÉRICA
08530 La Garriga (Barcelona) _ Espagne

INNO PLUS
Hong Kong

La stratégie RSE d'Impex

La RSE est un sujet de société, particulièrement central dans la vie de nos entreprises. Si certaines l'assimilent parfois à une série de contraintes, nous avons pris le parti d'en faire un avantage différenciant pour nous, mais aussi pour nos clients.

LES RAISONS DE NOTRE ENGAGEMENT

Notre engagement va nous permettre de répondre aux fortes attentes qui émanent de tous horizons :

→ les consommateurs, qui veulent aller vers une consommation plus responsable et gagner du pouvoir d'achat ;

→ nos clients, de plus en plus exigeants quant à la qualité et la traçabilité des produits que nous leur proposons ;

→ nos salariés, en quête de sens et de projets collectifs fédérateurs.

NOTRE RAISON D'ÊTRE

Une équipe engagée, qui propose des équipements et services innovants, accessibles et **plus respectueux de l'environnement.**

IMPEX encourage ainsi une **consommation plus responsable.**

MISE EN OEUVRE

OBJECTIFS

- IMPLIQUER ET MOTIVER NOS SALARIES
- REPONDRE AUX CRITERES RSE DANS LES APPELS D'OFFRES
- SE DIFFERENCIER DE NOS CONCURRENTS
- AMELIORER LA QUALITE ET LA SATISFACTION CLIENT
- REDUIRE NOS CONSOMMATIONS
- APPLIQUER ET ANTICIPER LES REGLEMENTATIONS

BÉNÉFICES

Baisse de l'absentéisme
Accélérer nos recrutements
Améliorer l'engagement des salariés

Qualification de fournisseurs « responsables »
Pérenniser et Développer le CA

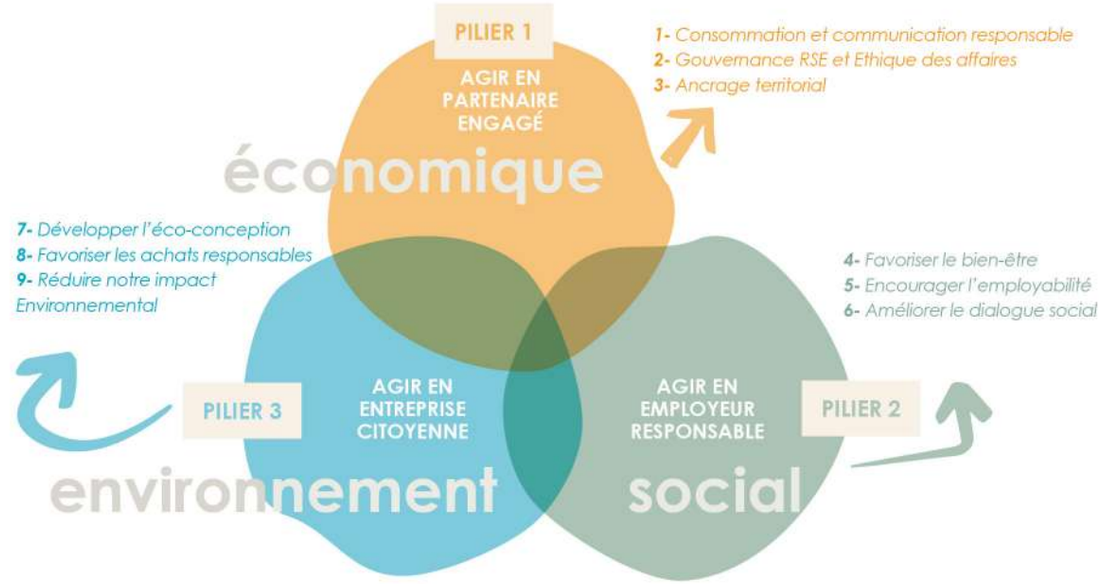
Gagner de nouveaux marchés / Clients / avec des produits innovants

« Eco Réputation » / Réseaux sociaux

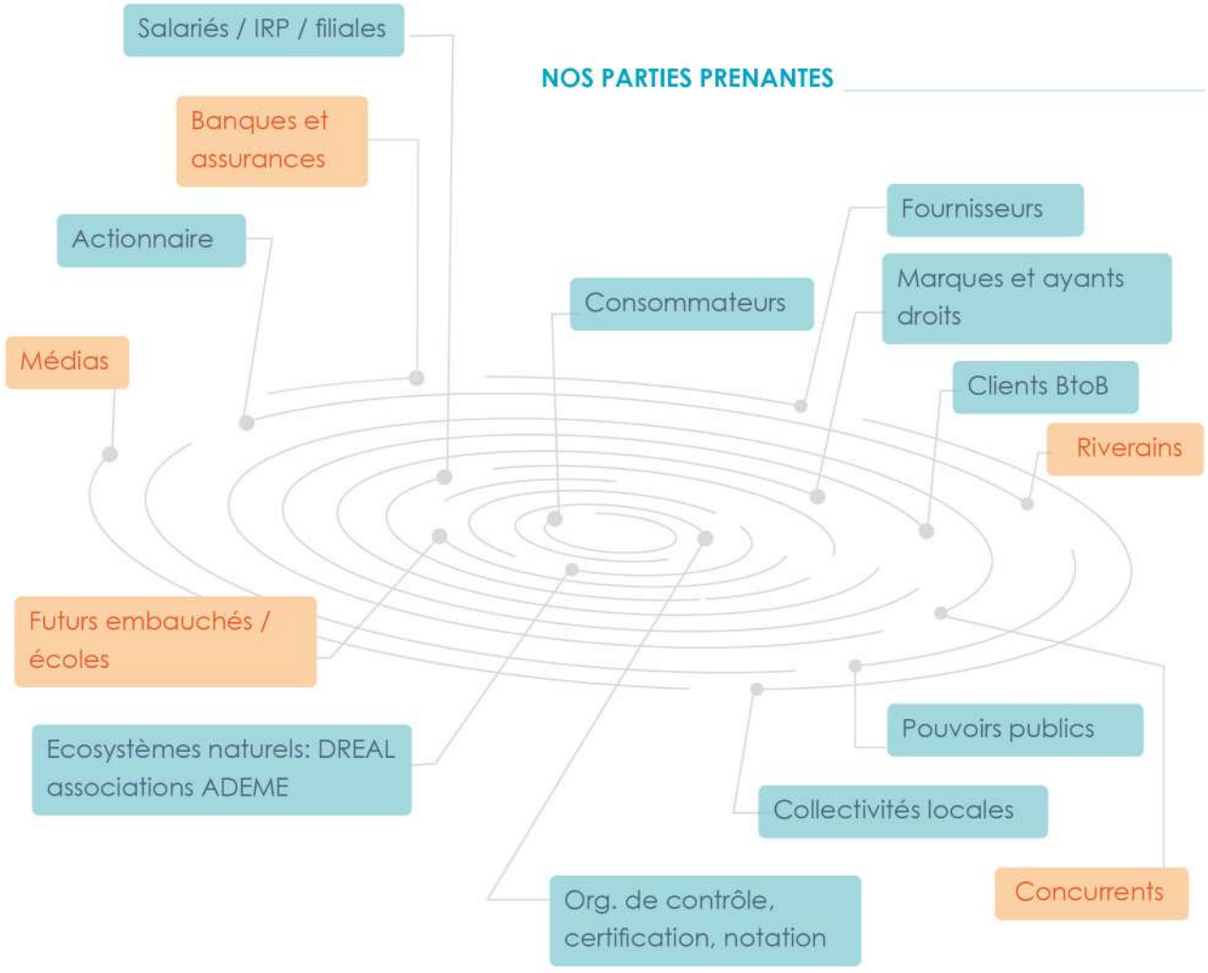
Optimiser nos coûts énergétiques / valorisation déchets
Décarbonation transport
Optimiser le coût de détention du stock

Principe Pollueur / Payeur
Optimisation du coût éco-conception et éco-contributions

NOS ENJEUX



NOS PARTIES PRENANTES



Les pilotes RSE

Notre équipe a choisi de se présenter sous la forme d'un « portrait RSE », en répondant aux questions suivantes :

HÉLÈNE ANSELME : DIRECTRICE RH GROUPE

Fonction au sein de l'équipe RSE : La fédératrice : rassembler autour du projet à travers la communication de nos actions

Motivations à intégrer cette équipe : Participer activement à créer les conditions qui font que nos salariés ont envie de s'investir dans le développement de leur société

Si la RSE était ...

un objet : Une bouteille isotherme éco-responsable

un mot : Responsabilité

une couleur : Le vert de l'espoir

NATHALIE BERNARD : DIRECTRICE ACHATS

Fonction au sein de l'équipe RSE : Responsable du périmètre des achats

Motivations à intégrer cette équipe : Faire que chacun chez Impex soit fier de son entreprise

Si la RSE était ...

un objet : Le mug en bioplastique fabriqué en France : réutilisable, en matière naturelle, empreinte carbone limitée et recyclable.

un mot : Engagement

une couleur : 36% de cyan, 0% de magenta, 28% de jaune, 0% de noir, forcément !

RICHARD PAQUET : DIRECTEUR SUPPLY CHAIN

Fonction au sein de l'équipe RSE : Le perturbateur

Motivations à intégrer cette équipe : Donner du sens à nos décisions et nos actions

Si la RSE était ...

un objet : Un vélo

un mot : L'avenir

une couleur : Le blanc

HAROLD MARGERY : RESPONSABLE QUALITÉ

Fonction au sein de l'équipe RSE : L'éclaireur : guide la mêlée en évitant les écueils !

Motivations à intégrer cette équipe : Engager Impex dans la RSE pour pérenniser son activité, le travail de chaque salarié, et emporter les nombreux défis du développement durable

Si la RSE était ...

un objet : Un Rubik's cube en bois FSC, coloré avec des pigments 100% naturels

un mot : Devoir

une couleur : RAL6002... ou « vert feuillage »

YANN LEGOFF : DIRECTEUR DES VENTES

Fonction au sein de l'équipe RSE : Ambassadeur de notre démarche RSE auprès des clients

Motivations à intégrer cette équipe : Contribuer au rôle qu' IMPEX peut jouer sur le plan Social et Environnemental

Si la RSE était ...

un objet : Un Moulin à Eau

un mot : Avenir

une couleur : Le bleu ciel

JÉRÔME FABRE : DIRECTEUR MARKETING

Fonction au sein de l'équipe RSE : Responsable du périmètre produits et services

Motivations à intégrer cette équipe : Valoriser les actions des équipes Impex en matière de développement de produits, packaging et services plus eco-responsables

Si la RSE était ...

un objet : Un boomerang en bois FSC

un mot : Concret

une couleur : Pantone 3125 C : le bleu Impex

Les chiffres clés

126
M€ CA

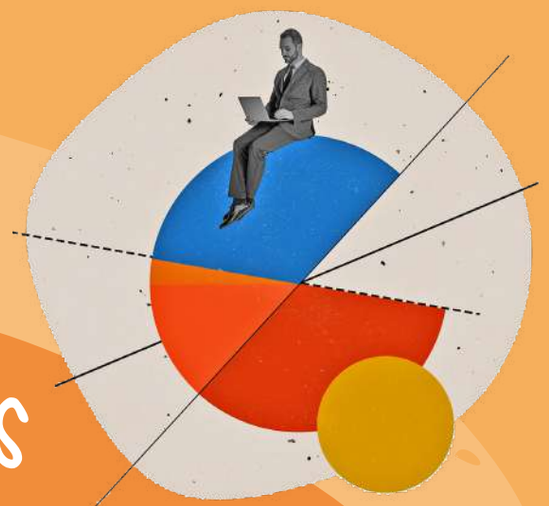
255
COLLABORATEURS

4 000
produits au catalogue

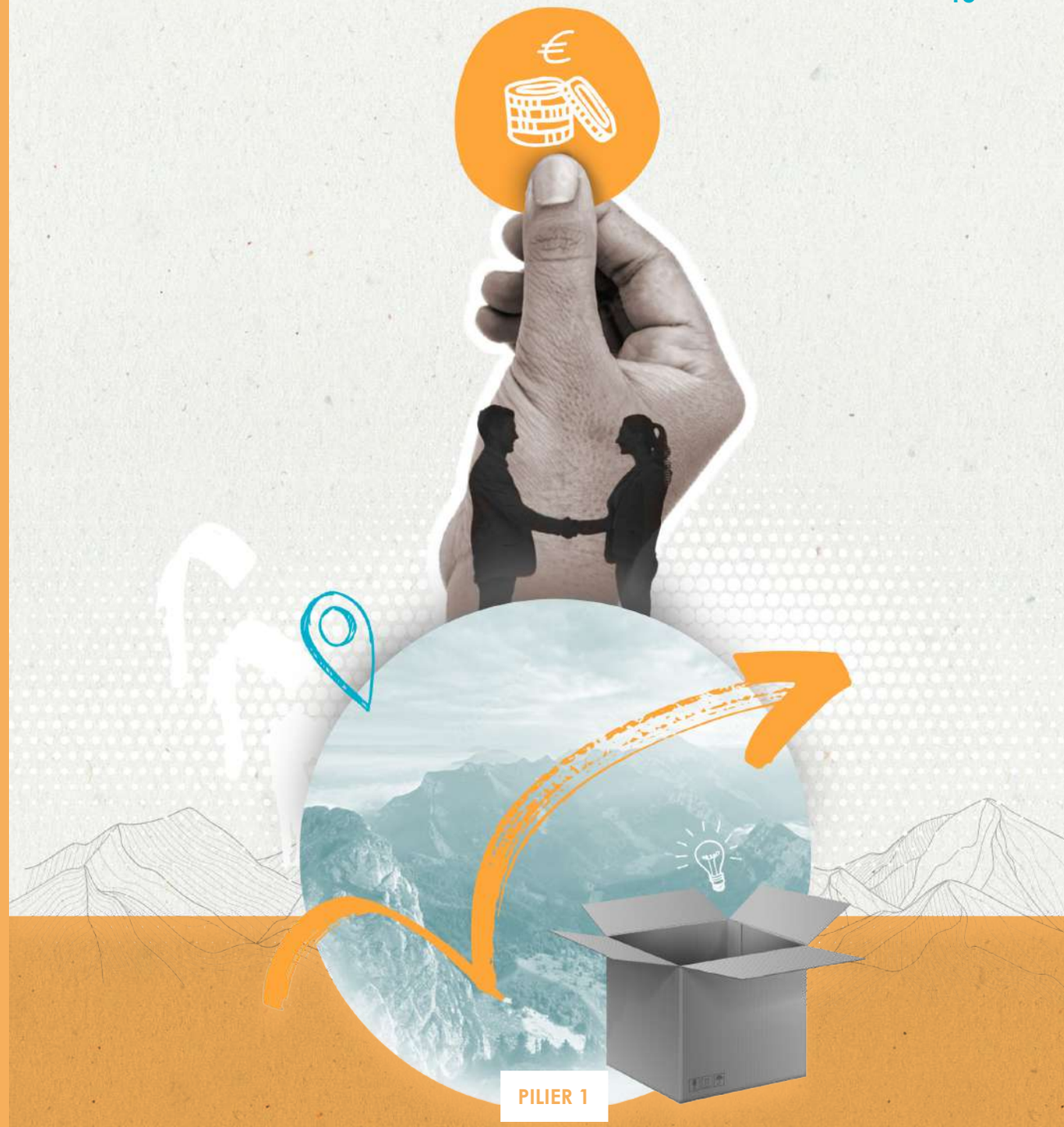
500
commandes expédiées chaque jour

5 000
POINTS DE VENTE LIVRÉS

300
FOURNISSEURS PARTENAIRES



+ 50 ans
d'expertise au service de nos clients



PILIER 1

AGIR EN PARTENAIRE ENGAGÉ

S'engager à mettre sur le marché des produits et services plus responsables pour privilégier une consommation raisonnée.

0.03% du CA
COÛT 2023 DES INCIDENTS ET NON CONFORMITÉS

50%
SCORE ECOVADIS

Consommation et communication responsable

Il est de la responsabilité d'un distributeur de mettre sur le marché des produits et services plus responsables qui permettent aux utilisateurs finaux d'avoir une consommation raisonnée.

DÉVELOPPER LA VEILLE ENVIRONNEMENTALE ET ADAPTER NOS PRODUITS

Nous instaurons une veille environnementale visant à former nos chefs de produits afin qu'ils soient au fait des mentions réglementaires devant figurer sur nos produits.

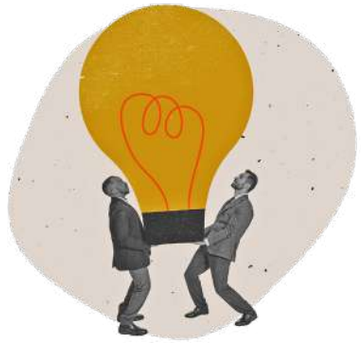
Nos produits évoluent pour répondre aux enjeux actuels.

QUELQUES ACTIONS :

→ Proposer une **offre de produits de décalaminage moteur** favorisant une réduction des émissions de polluants et de la consommation de carburant.

→ Adapter de plus en plus nos offres et services aux **spécificités de nos clients E-commerce** afin de limiter l'impact environnemental des emballages et des flux logistiques.

→ simplification packaging et suremballage pour le canal e-commerce



DÉVELOPPER LE CONSEIL À L'USAGE ET LES SOLUTIONS À FAIBLE IMPACT

Nous nous sommes aussi engagés, dès 2023, à :

→ Développer le conseil à l'usage sur nos produits d'entretien afin de permettre aux consommateurs d'avoir une **pratique efficace et juste de nos produits ;**

→ Proposer des flacons réutilisables avec solution de recharge en bidon grand conditionnement pour **limiter la surconsommation d'emballage.**

FAVORISER L'USAGE RAISONNÉ DE NOS PRODUITS

Nous accompagnons également nos clients dans le déploiement de services liés à l'économie circulaire. Face à l'inflation, les tendances de consommation évoluent vers des modèles plus responsables. Un nombre croissant de clients privilégient désormais **la location ou l'abonnement plutôt que l'achat neuf.** C'est dans cette démarche que nous accompagnons notre client Mobivia dans le déploiement de son offre de service de location de chaînes à neige depuis la saison 2020-2021. Cet accompagnement consiste **à adapter nos offres à ce type d'usage plus intensif** des produits, mais également à apporter les services associés à cette offre (par exemple les solutions pour vérifier et remettre en état les produits entre deux locations).

PROJETS IDENTIFIÉS D'ICI 2026 :

→ RGPD : renforcer nos pratiques en matière de protection de données personnelles via la publication d'une charte

→ Inciter à la récupération et à la réparation des produits lorsque cela est possible (vente de pièces détachées)

→ Continuer les tutoriels sur d'autres familles de produits

→ Proposer de plus en plus de services afin de favoriser l'usage raisonné de nos produits

II Gouvernance RSE et respect de l'éthique des affaires

A. NOMINATION D'UN COPIL RSE

Afin de diffuser la culture RSE et de mobiliser des leviers d'action concrets nous avons fait le choix, dès le lancement du projet, d'une gouvernance RSE basée sur un comité de pilotage.

Ce comité, principalement composé de directeurs, permet l'implication de l'ensemble des services et l'intégration concrète des enjeux RSE dans tous les métiers présents au sein de notre structure.

B. NOMINATION D'UN RESPONSABLE RSE

La responsabilité du projet a été confiée à la Directrice des Ressources Humaines, afin d'apporter une vision fédératrice et d'animer les équipes, en les rassemblant autour d'engagements et de valeurs communes.

Elle sera ainsi garante de :

→ la communication en interne,

→ l'inscription de la RSE au centre des politiques menées par les différentes directions de l'entreprise,

→ la création d'émulations autour de ce projet.

PROJETS IDENTIFIÉS À VENIR :

→ **Définir un budget RSE**

→ **Structurer notre veille juridique**

→ **Mise en place d'un référent éthique (Charte éthique)**

→ **Des objectifs RSE intégrés à la part variable de la rémunération des membres du COPIL**

III Ancrage territorial

72% de nos salariés habitent à moins de 15 km de leur lieu de travail et sont attachés à leur territoire ; la plupart y sont nés. Il était donc naturel de faire de l'ancrage territorial un de nos 9 enjeux.

A. SOUTIEN DU MILIEU ASSOCIATIF LOCAL

Beaucoup de nos salariés sont investis dans une association locale et nous sollicitent pour les encourager. Nous avons pris le parti d'accompagner les associations d'aide aux personnes et celles qui soutiennent la cause animale.

Nos dernières actions :

→ Collecte pour le **secours populaire** : les salariés se sont mobilisés en collectant des produits d'hygiène et de papeterie

→ **Opération pièces jaunes**

→ **Journée de la mobilité douce** : l'engagement de nos salariés nous a permis de décrocher la première place dans la catégorie Entreprise Rurale.

→ Notre marque Fidelami soutient l'action de **La SPA**. Chaque produit acheté contribue à nourrir les animaux en refuge. Nous avons à ce titre participé au **Giving Tuesday** au travers de la SPA.

→ Partenaire de l'enseigne EQUI DOG pour « La Crazy Pink Horses » à l'occasion d'**Octobre Rose** 2023.

B. INVESTISSEMENT AUPRÈS DES STRUCTURES LOCALES

Nous sommes présents aux côtés de nos salariés qui débutent dans leur vie de parents en finançant deux berceaux auprès de la Crèche municipale de Chimilin. Plus tard, nous accompagnons leurs enfants dans leur stage, en accueillant tous les enfants de salariés pour leur stage de 3ème et au-delà, si leur choix d'études est en lien avec les métiers de l'entreprise.

Nous nous investissons auprès des collèges et lycées de notre territoire par le versement de notre taxe d'apprentissage, mais également via des actions ponctuelles :

→ en septembre, le service RH est intervenu auprès des 3ème du Collège Saint Joseph de Bourgoin-Jallieu pour les préparer à l'entretien de recrutement,

→ en novembre c'est la classe de BTS NRDC du Lycée l'Oiselet de Bourgoin-Jallieu qui est venue découvrir les étapes du lancement d'une marque, depuis le choix des produits jusqu'à leur distribution, en passant par le design et le merchandising.

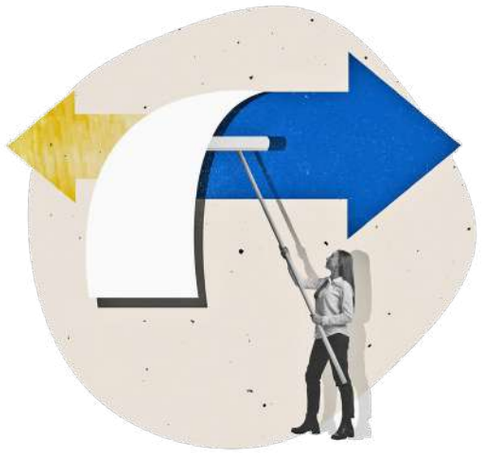
Pour aller plus loin dans notre engagement territorial, nous faisons appel à trois structures qui offrent une opportunité aux personnes les plus éloignées de l'emploi.

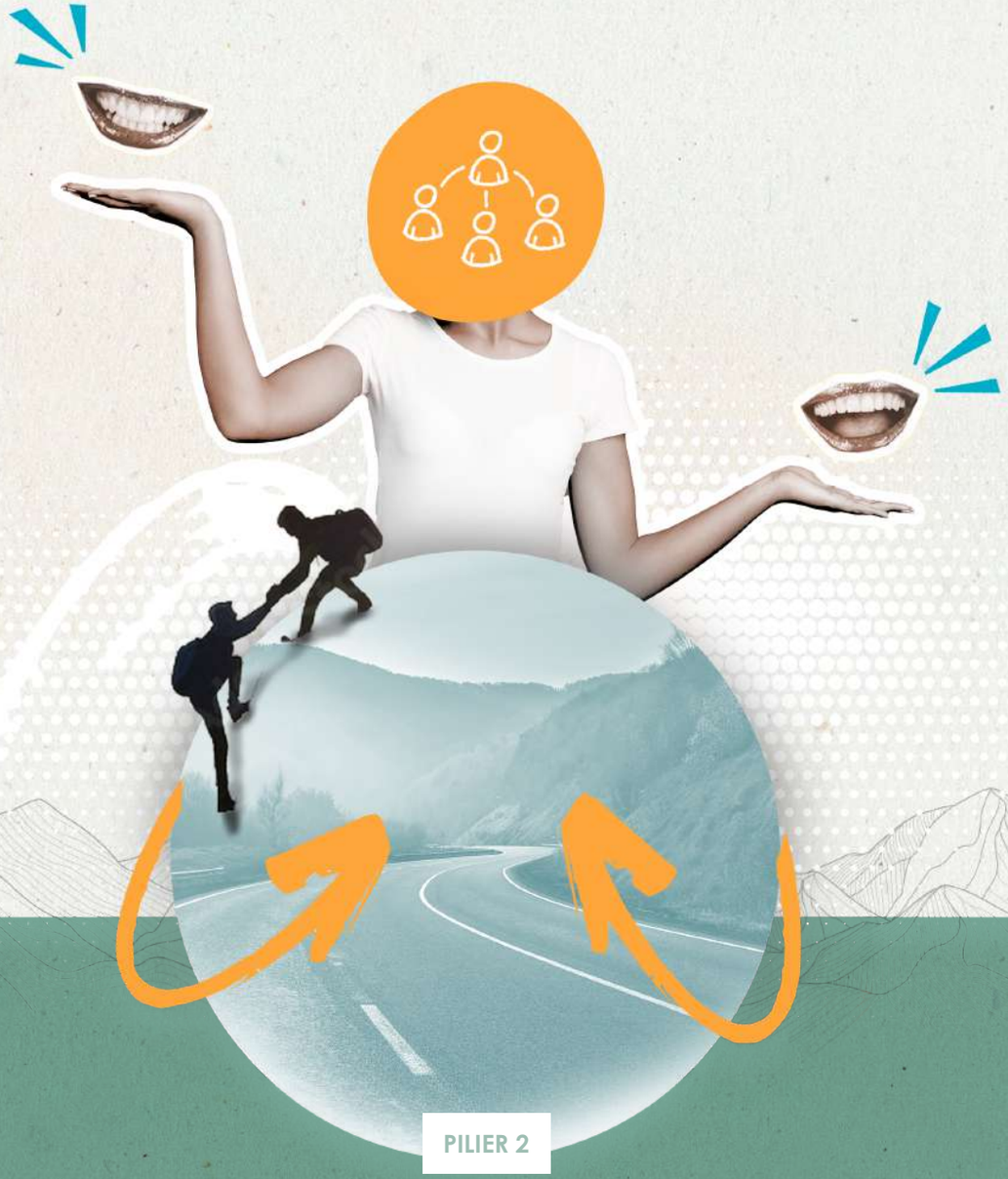
PROJETS IDENTIFIÉS À VENIR SUR 2024 :

→ Garage solidaire

→ Visite d'entreprise

→ Association en lien avec la biodiversité





PILIER 2

AGIR EN EMPLOYEUR RESPONSABLE

Donner du sens à nos salariés en quête de projets collectifs fédérateurs

<5%	48 ans	6.4%
TURN-OVER	AGE MOYEN	TAUX D'ABSENTEISME

IV Favoriser le bien-être au travail

A. CADRE DE TRAVAIL CHAMPÊTRE

IMPEX est installée en milieu rural, propice au bien-être et à la performance. La société est à proximité directe de la forêt et de l'étang, qui contribuent à un cadre de travail paisible

B. MISE EN PLACE DU PLAN PÉNIBILITÉ

IMPEX bénéficie de la fidélité et de l'engagement de ses salariés, et s'engage à préserver la santé de ses salariés jusqu'à la retraite. IMPEX lance son premier plan de lutte contre la pénibilité, articulé autour de trois axes : prévenir, améliorer et accompagner.

C. ACCOMPAGNEMENT DES SALARIÉS EN LONGUE MALADIE

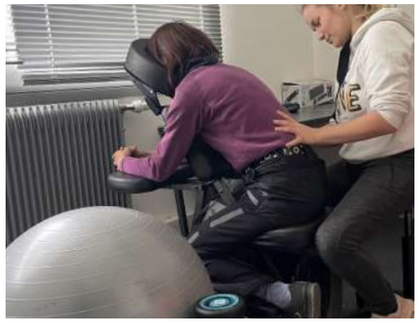
2023 est également l'année où nous avons pris toute la mesure de l'accompagnement de nos salariés en longue maladie, afin de maintenir le contact avec eux et favoriser leur retour au poste.

D. MON KINÉ AU TRAVAIL

La mesure phare de cette année a été le dispositif « Mon kiné au travail ». Une fois par semaine Marion, masseuse-kinésithérapeute, assure un suivi personnalisé des pathologies de nos salariés.

« J'ai des problèmes d'articulation. Quand IMPEX nous a proposé de faire 1 séance de kiné par mois, je n'ai pas hésité.
Marion est douce et très à l'écoute. Je sais qu'elle ne fera pas de miracle mais ses conseils sont précieux et ses massages me font du bien. Elle me donne des mouvements à pratiquer avant ma prise de poste. »

*Sylvie – **Opératrice de conditionnement – 29 ans salariée chez IMPEX***



E. MATÉRIEL ET MÉTHODES D'AIDE À LA MANUTENTION

Les conditions de travail de nos collaborateurs sont au cœur de nos préoccupations: bureau assis/debout, double écran, repose coude, fauteuil ergonomique, tables de travail élévatrices, chariots élévateurs, semelle anti-fatigue, bouchons anti-bruit sur mesure, dépileur automatique.

Nous travaillons avec nos fournisseurs pour améliorer les conditions d'emballage et de stockage des produits, notamment avec le dispositif slip-sheet.

PLAN PÉNIBILITÉ
19 ANS D'ANCIENNETÉ
VISE À RÉDUIRE DE 50% LES TMS D'ICI 2026
35% DE SÉNIORS

V Encourager l'employabilité

A. FAVORISER LA MOBILITÉ INTERNE

Il n'est pas rare qu'un salarié fasse toute sa carrière chez IMPEX. A ce titre nous encourageons la mobilité interne.

B. PLAN DE DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

Pour garantir notre politique de Gestion des Emplois et des Parcours Professionnels nous investissons 2 % de notre masse salariale dans notre plan de développement des compétences.

60% DU PDC INVESTI DANS LES FORMATIONS MÉTIERS ET DÉVELOPPEMENT

46% CADRES & TECHNICIENS ISSUS DE LA MOBILITÉ INTERNE

PROJETS IDENTIFIÉS À VENIR SUR 2024 :

→ Proposer des bilans de santé complets à nos salariés de plus de 55 ans

→ Mettre en place une politique d'accompagnement des salariés porteurs d'un handicap

→ Don de congés

C. TRANSMISSION DES SAVOIRS

Forts des compétences de nos salariés, nous nous appuyons sur la transmission des savoirs via la formation interne, les ateliers métier ou les « vis ma vie ». Deux fois par an, nous mettons un service à l'honneur. Ces ateliers favorisent la communication interne, œuvrent pour une meilleure reconnaissance et permettent de donner du sens à l'action de chacun.

VI Améliorer le dialogue social

Parce qu'il a longtemps été centralisé entre les mains des directeurs de service et confiné dans les habitudes, nous avons pour ambition de redonner un souffle au dialogue social.

A. DES MANAGERS DÉDIÉS ET FORMÉS

Nous avons tout d'abord créé des postes de responsable de services et de chef d'équipe visant à favoriser la proximité entre les équipes et l'encadrement.

Cela a permis également de diminuer le nombre de salariés par manager. Nous sommes convaincus que le management est et doit être un métier à part entière. Nous avons donc investi dans des formations à la fonction managériale.

B. AMÉLIORATION MANAGÉRIALE CONTINUE

L'année 2024 devrait nous permettre de franchir un cap en améliorant la communication de proximité et en apportant de l'information plus ciblée au manager. Ainsi les inciter à animer le dialogue au sein de leur équipe autour de sujets d'entreprises.

PROJETS IDENTIFIÉS À VENIR SUR 2024 :

→ **Accompagner tout au long de l'année nos managers pour qu'ils soient au plus près des préoccupations de leurs collaborateurs (formation, communication interne)**

→ **Baromètre social**

→ **Sensibiliser nos salariés au dialogue social, pour qu'ils soient force de proposition**

PILIER 3

AGIR EN ENTREPRISE CITOYENNE

Nous engager en faveur de l'environnement en mettant sur le marché des produits moins consommateurs de ressources naturelles

PROPORTION D'ÉNERGIES RENOUVELABLES DANS NOS ACHATS D'ÉLECTRICITÉ

15%
SALARIÉS UTILISANT LA MOBILITÉ DOUCE POUR SE RENDRE AU TRAVAIL

- 55%
DE NOTRE CONSOMMATION DE GAZ

62%
TAUX DE DÉCHETS REVALORISÉS
(+28% VS N-1)

VII Entrer dans une démarche d'éco-innovation des produits

A. PLAN DE TRANSFORMATION DES PACKAGINGS

Notre plan de transformation des packagings a été lancé. Entre 2022 et 2023, nous avons travaillé sur plus de 300 produits.

EXEMPLES

→ Le projet d'optimisation de packaging pour nos gammes d'enjoliveurs MICHELIN et WRC a permis d'économiser 14,1 tonnes d'emballages.

→ Autre exemple : les gammes accessoires vélo et outillage ont connu une avancée très importante avec la suppression de la majorité des doubles coques PVC, remplacées par des cartonnettes recyclables. Fidelami propose même des packagings sous forme de pochettes de rangement réutilisables.

B. FORMATION À L'ÉCO-CONCEPTION

Pour aller plus loin dans cette démarche, l'ensemble de nos chefs produits et de nos acheteurs se forment à l'éco-conception, en partenariat avec le Centre national de l'éco-conception. Cette formation nous permet de repenser le cycle de vie de nos produits, de nos emballages et de la supply chain associée. Cette démarche vise à apporter de l'innovation, à mieux mesurer l'impact des matières intégrées dans la fabrication et la distribution de nos produits, afin d'agir dès leur conception.

VIII Acheter responsable

A. NOS FOURNISSEURS ONT-ILS UN ENGAGEMENT RSE ?

Nous avons cherché des réponses à cette question en élaborant un questionnaire à destination des fournisseurs, afin de situer leur niveau d'engagement en matière de RSE. Les résultants de cette enquête seront connus courant 2024.

En 2023, nous avons également mis en place un cahier des charges comportant un volet RSE : les réponses fournies entrent dans le système de la notation fournisseur.

B. LES ENGAGEMENTS DÉJÀ CONNUS DE NOS FOURNISSEURS

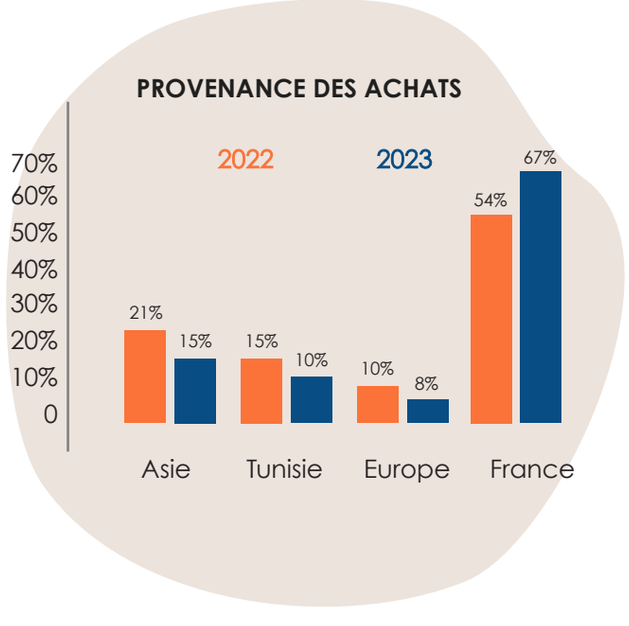
Dans notre top 10 fournisseurs, 4 équipementiers ont un engagement fort : Bosch, Castrol, Exxon Mobil, Valeo nous ont fait part de leur politique RSE.

A titre d'exemple, Impex participe à la démarche RSE de Castrol.

Il s'agit du déploiement en France et en Espagne des nouveaux bidons du programme Highlander : ceux-ci comptent 20% de plastique en moins que le modèle précédent, ce qui représente ; 1000 tonnes de plastique en moins sur le périmètre Europe.

C. PROVENANCE DE NOS ACHATS

Dans la mesure du possible, nous essayons de sélectionner des fournisseurs se situant au plus près de notre site. En 2023, nos achats en provenance d'Asie baissent de 6%, tandis que ceux en provenance de France augmentent de +de12%.



D. NATURE DE NOS ACHATS

Nous demandons de plus en plus à nos fournisseurs de nous fournir les listes les plus complètes possibles des matières et composants des produits que nous leur achetons. A titre d'exemple, INNO+ interroge toutes les usines chinoises avec lesquelles nous travaillons.

IX Réduire l'impact environnemental

Pour réduire son impact environnemental, IMPEX s'appuie sur 2 axes prioritaires :

A. CONSOMMATION DES RESSOURCES RAISONNÉE

En 2023, IMPEX a entamé le déploiement de son plan de sobriété énergétique des bâtiments. Nous avons agi sur l'isolation et remplacé toutes les ampoules de notre entrepôt logistique par des ampoules basse consommation, qui garantissent toujours un niveau d'éclairage optimum pour nos salariés.

En parallèle, nous avons mené un audit énergétique qui nous a permis de mettre l'accent sur le recyclage du papier et l'utilisation de papier FSC. Nous contribuons ainsi à réduire la consommation d'énergie nécessaire à la production de papier neuf, à la réduction des déchets et soutenons des pratiques de production plus respectueuses de l'environnement.

B. DIMINUTION DE NOTRE EMPREINTE CARBONE

Pour diminuer notre empreinte carbone, nous agissons sur 4 leviers :

1. La mobilité de nos salariés

Nous les incitons financièrement à covoiturer. Nous avons négocié un Accord mobilité durable avec nos Instances Représentatives. 25% de nos salariés du siège ont intégré le dispositif.

2. La gestion responsable de nos déchets

Nous avons mis en place une benne bois qui nous a déjà permis de baisser de 85 tonnes notre tonnage annuel de DIB et d'améliorer notre taux de recyclabilité.

3. L'optimisation de nos emballages

Nous avons décidé de réduire considérablement l'utilisation du PVC dans nos gammes confort, désodorisant, pare-soleil, balais d'essuie-glace. De plus, nous avons éliminé le calage plastique à l'intérieur de nos emballages, notamment celui des lampes WRC.

4. Le verdissement de notre parc automobile

Nous transformons notre parc automobile par l'adoption des modèles hybrides français à chaque renouvellement de véhicule.

PROJETS IDENTIFIÉS À VENIR SUR 2024 :

→ Poursuite du plan de transformation packaging appliqué à plus de 300 références principalement parmi les familles remorquage, fusible, sangle et sandow.

→ Développement et lancement de nouvelles gammes de balais d'essuie glaces conditionnées en boites carton (Michelin, Valéo, MDD)

→ Lancement du chantier d'éco-conception de notre nouvelle chaine composite Michelin

→ Lancement d'un audit biodiversité afin de mettre en place l'entretien raisonné de nos espaces verts et de garantir la préservation des écosystèmes de nos 50 hectares de parc, forêt, étang et ruisseau.

Objectifs et priorités 2026

→ **Achats responsables :** Nous demanderons un audit RSE de chacun de nos fournisseurs.

→ **Déploiement d'une culture RSE auprès de nos salariés :** Nous ferons en sorte que chacun de nos collaborateurs comprenne, intègre et soit moteur de l'engagement RSE de l'entreprise.

→ **Politique climat renforcée :** Nous poursuivrons nos actions dans le sens de la réduction :

- → des déchets,
- → de la consommation énergétique,
- → de l'empreinte carbone de nos produits.

VERS UNE LABELLISATION AFNOR

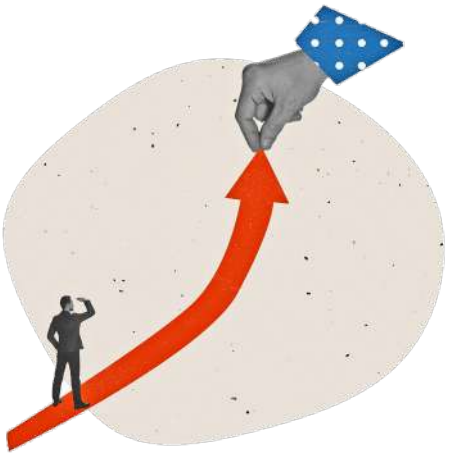
2023 marque l'année de déploiement de notre politique RSE. Nous avons travaillé sur notre raison d'être, nos enjeux et nos parties prenantes mais nous n'en sommes qu'aux balbutiements.

L'engagement RSE est une démarche ambitieuse et nécessaire : nous poursuivrons nos actions vers davantage de responsabilité, tout en restant humbles et raisonnables. Pour formaliser cet engagement, nous visons également la labelisation AFNOR « Engagé RSE ».

NOTRE OBJECTIF POUR 2026

Voir la RSE intégrée dans les pratiques professionnelles de chacun de nos collaborateurs.

afnor CERTIFICATION



IMPEX vous accompagne

IMPEX SAS | 140 route des Moulins | 38490 Chimilin | France | Tel. +33 (0)4 76 32 69 69 | www.impex.eu
Capital 17 500 000 € | RCS 349 685 099 Vienne
TVA : FR 18 349 685 099 | APE 4531Z | SIRET 349 685 099 00013