

Rapport sur le développement durable

Version 1.1

Date : 14/11/2025

Message de l'équipe de direction

Chez Gift Campaign, nous misons sur un modèle commercial qui allie résultats et responsabilité, car nous sommes convaincus qu'une croissance durable est non seulement plus responsable, mais aussi plus intelligente.

Nous pensons qu'une bonne politique ESG génère non seulement de la valeur pour la société et l'environnement, mais aussi pour Gift Campaign et nos clients. Elle nous aide à prendre de meilleures décisions, à collaborer avec des fournisseurs qui partagent nos principes et à offrir à nos équipes et à nos clients une proposition cohérente et utile.

Notre objectif est clair : proposer des produits promotionnels attrayants, utiles et durables, qui seront réellement utilisés. Nous ne croyons pas aux promotions qui finissent à la poubelle après une seule utilisation. Nous sommes convaincus que l'avenir de notre secteur passe par une plus grande responsabilité et une meilleure écoresponsabilité. Et nous ne sommes pas les seuls : de plus en plus de clients demandent des produits durables, veulent travailler avec des entreprises ayant des politiques ESG solides et, en outre, la réglementation est également de plus en plus exigeante.

C'est pourquoi nous avons décidé de nous engager dans cette voie. L'un de nos premiers engagements a été de rejoindre le Pacte mondial des Nations unies et d'aligner nos actions sur quatre objectifs de développement durable (ODD) étroitement liés à notre activité quotidienne : l'ODD 8 (Travail décent et croissance économique), l'ODD 12 (Production et consommation responsables), l'ODD 13 (Action pour le climat) et l'ODD 17 (Partenariats pour la réalisation des objectifs).

Pour mettre ces engagements en pratique, nous avons adopté la méthodologie ESG d'EcoVadis, qui structure notre stratégie autour de quatre domaines clés : l'environnement, les achats durables, les pratiques de travail et les droits de l'homme, et l'éthique. Cette structure nous permet de mesurer nos résultats et de les comparer à ceux du marché, avec l'ambition d'être parmi les meilleurs.

Nous sommes aujourd'hui particulièrement heureux de présenter notre premier rapport de développement durable. Ce document reflète le chemin que nous avons emprunté, apporte de la transparence sur notre engagement pour l'avenir et présente les résultats obtenus jusqu'à présent.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'D. de Koning', with a long horizontal flourish extending to the right.

Diederik de Koning
Directeur et cofondateur

À propos de Gift Campaign

Notre essence et notre parcours

Gift Campaign est une entreprise de e-commerce spécialisée dans la vente de produits promotionnels personnalisés pour les entreprises. Ces dernières années, elle a été l'une des entreprises qui a connu la plus forte croissance dans ce secteur au niveau européen.

Fondée en 2014 à Barcelone par deux professionnels du secteur qui se sont posé une question simple mais ambitieuse : « Comment pouvons-nous améliorer le processus d'achat de produits promotionnels et aider les entreprises à se démarquer ? », ce qui a commencé il y a 11 ans sur la table du salon de l'un des fondateurs est aujourd'hui une entreprise présente en ligne sur sept marchés européens : Espagne, Portugal, France, Italie, Pays-Bas, Allemagne et Royaume-Uni.

Notre modèle combine le meilleur de l'environnement numérique et la proximité d'un service personnalisé. Le client peut gérer sa commande 100 % en ligne, de manière rapide, simple et pratique, tout en bénéficiant du soutien d'un interlocuteur attitré qui l'accompagne tout au long du processus : du choix du produit à la livraison et au service après-vente.

De plus, nous disposons de l'une des collections les plus vastes du marché, avec des milliers d'options adaptées à tous les secteurs et à tous les besoins. La durabilité fait partie intégrante de notre stratégie commerciale : nous misons sur un merchandising attrayant, utile, durable et responsable, et nous travaillons avec nos fournisseurs pour améliorer l'impact environnemental et social de nos collections.

Nous misons sur la rapidité d'impression et de livraison, le tout à des prix très compétitifs, car nous pensons que la qualité ne doit pas nécessairement être synonyme de coût élevé.

Chiffres clés

Chiffre d'affaires annuel	+ 22 000 000 €
Nombre d'employés	71
Nombre de pays où l'entreprise est présente en ligne	7
Nombre de clients	+ 37 000
Nombre de commandes annuelles	+41 000
Nombre de produits dans la collection	+65 000

*Chiffres clés au 31/12/2024, moins les produits en collection (juillet 2025)

Stratégie et engagements

Dans le cadre de notre stratégie ESG, nous avons décidé de nous concentrer sur quatre objectifs de développement durable (ODD) étroitement liés à notre activité. Nous pensons que c'est dans ces domaines que nous avons le plus d'influence et que nous pouvons donc avoir un impact réel.

ODD 8 : Travail décent et croissance économique

Nous voulons que Gift Campaign soit un excellent lieu de travail pour tous et toutes. Un lieu où les personnes sont appréciées pour ce qu'elles accomplissent, et non pour qui elles sont. Pour nous assurer que nous sommes sur la bonne voie, nous mesurons chaque année les résultats à l'aide du sondage Great Place to Work, du suivi de notre plan d'égalité et des évaluations de performance. Nous attendons de nos fournisseurs qu'ils offrent des environnements de travail équitables, légaux et éthiques, et qu'ils prennent les mesures nécessaires pour créer de la transparence et garantir la même chose pour le reste de la chaîne d'approvisionnement.

ODD 12 : Production et consommation responsables

Nous sommes à mi-chemin entre le fabricant et l'acheteur. Cela nous confère une double responsabilité, mais aussi une double opportunité, de pousser les deux parties vers une consommation plus responsable.

Nous voulons créer plus de transparence sur la durabilité et le cycle de vie de chaque produit : des matériaux utilisés et des certifications disponibles à son empreinte carbone. Pour y parvenir, nous allons collaborer étroitement avec nos fournisseurs afin d'intégrer ces informations sur notre site web et de donner plus de visibilité aux produits durables.

Ces informations aideront non seulement nos clients à prendre des décisions plus éclairées, mais elles nous permettront également de mesurer le pourcentage réel de produits durables que nous proposons et de définir des stratégies concrètes pour l'augmenter.

En outre, nous voulons évoluer vers une chaîne d'approvisionnement plus responsable. Pour ce faire, nous allons mettre en place un système d'évaluation qui nous permettra d'analyser l'impact social et environnemental de nos fournisseurs et de donner la priorité à ceux qui partagent nos valeurs et nos engagements.

Nous voulons faciliter le choix responsable pour tous.

ODD 13 : Action pour le climat

Notre stratégie climatique se concentre sur deux domaines clés : la réduction des émissions et la gestion responsable des déchets.

Pour agir de manière responsable, il faut d'abord mesurer. Nous avons déjà commencé à calculer notre empreinte carbone dans les domaines 1 et 2, mais nous pouvons encore améliorer la qualité des données, approfondir l'analyse et commencer à quantifier également les émissions du domaine 3. Notre objectif à court terme est clair : prendre des décisions basées sur des données fiables qui nous permettent de compenser les émissions que nous ne pouvons pas encore éviter et d'avancer vers la neutralité carbone. À moyen terme, nous voulons aller plus loin et explorer les possibilités d'une entreprise Net Zero.

En ce qui concerne les déchets, nous nous engageons à réduire au minimum ceux que nous produisons, tant dans nos bureaux que dans les processus liés aux retours, et à compenser ceux que nous ne pouvons éviter. Nous développons des stratégies pour réutiliser, donner ou recycler ces déchets dans la mesure du possible, et établir des partenariats externes qui nous aideront à compenser l'impact restant.

En ce qui concerne la consommation d'eau, nous n'utilisons actuellement que de très petites quantités d'eau pour l'usage quotidien de l'équipement de bureau. C'est pourquoi nous n'avons pas donné la priorité à cet aspect dans notre stratégie environnementale. Toutefois, si à l'avenir nous identifions des opportunités de réduire ou de mieux gérer notre propre consommation ou celle de notre chaîne d'approvisionnement, nous l'intégrerons dans notre ligne d'action.

ODD 17 : Partenariats pour la réalisation des objectifs

Nous commençons par ce qui est en notre pouvoir. Un monde meilleur commence par soi-même, et c'est ce que nous faisons. Mais nous savons qu'une grande partie de l'impact n'est pas générée directement par nous, mais par le reste de la chaîne d'approvisionnement. C'est pourquoi nous allons collaborer avec nos fournisseurs afin d'augmenter les informations disponibles sur la durabilité et travailler ensemble pour augmenter le pourcentage de produits responsables dans leurs collections. De plus, nous allons nous appuyer sur des entreprises externes telles qu'EcoVadis et Great Place to Work pour mesurer nos progrès, et nous rechercherons des ONG avec lesquelles collaborer dans le cadre d'initiatives de compensation climatique et d'amélioration sociale.

Nous pensons également que pour progresser en tant que secteur, il faut de l'organisation, de la collaboration et de la professionnalisation. C'est pourquoi nous participons activement à des associations du secteur des cadeaux promotionnels, telles que PSI (Allemagne), FYVAR (Espagne), PPP (Pays-Bas) et Assoprom (Italie). Ce sont des espaces où nous partageons nos connaissances, promouvons les bonnes pratiques et travaillons pour que l'ensemble du secteur progresse vers une plus grande durabilité.

Mettre en œuvre les ODD

Afin que notre engagement envers les objectifs de développement durable (ODD) se traduise en actions concrètes, chez Gift Campaign, nous avons choisi la méthodologie d'Ecovadis et avons structuré notre stratégie autour de quatre domaines clés :

1. Environnement
2. Achats durables
3. Pratiques de travail et droits de l'homme
4. Éthique

Chacun de ces domaines travaille concrètement sur les ODD mentionnés, en les intégrant dans son quotidien et dans ses processus décisionnels.

Environnement

Chez Gift Campaign, nous comprenons que notre croissance ne peut être dissociée du respect de l'environnement. C'est pourquoi nous avons conçu une stratégie environnementale qui vise à réduire de manière réelle et mesurable notre impact écologique, tant dans nos opérations internes que dans l'ensemble de la chaîne de valeur.

Cette stratégie s'articule autour des axes suivants :

- Réduction des émissions : avec pour objectif d'atteindre une empreinte carbone nulle dans les domaines 1 et 2 avant le 31/12/26, et de progresser vers un calcul complet (domaines 1, 2 et 3).
- Gestion des déchets : en mesurant les déchets générés par employé et en cherchant des moyens de réutiliser ou de donner ceux provenant des retours.
- Compensation environnementale : en collaborant avec des projets externes qui contribuent à atténuer les impacts que nous ne pouvons pas encore éviter.

Cette ligne de travail contribue directement à l'ODD 13 (Action pour le climat), en prenant des décisions fondées sur des données afin de réduire notre empreinte environnementale et de promouvoir des pratiques respectueuses du climat. Dans le même temps, elle favorise l'ODD 12 (Production et consommation responsables), car nous encourageons la consommation responsable tant en interne qu'auprès de nos clients, en leur facilitant l'accès à des options plus durables.

Achats durables

Nous savons qu'une grande partie de notre impact environnemental et social est générée par nos décisions d'achat. C'est pourquoi nous avons élaboré une politique d'achats durables qui guide nos relations avec les fournisseurs et définit des critères clairs pour sélectionner des produits en accord avec nos valeurs.

Nous évaluons des aspects tels que :

- L'utilisation de matériaux recyclés et l'empreinte environnementale du produit.
- La durabilité de l'emballage et l'efficacité logistique.
- Le respect de conditions de travail équitables, de la santé et de la sécurité au travail, et de l'inclusion sociale.
- L'existence de certifications environnementales ou sociales, ainsi que de plans d'amélioration continue.
- Consommation responsable : garantir que les produits sont conformes aux normes de sécurité et de santé, et fournir des informations claires pour faciliter les choix durables.

Au-delà de la conformité formelle, nous accordons une importance particulière à la transparence et à l'engagement vérifiable. Pour ce faire, nous utilisons des outils tels que des questionnaires ESG, l'examen de la documentation, la signature de notre code de conduite pour les fournisseurs et un suivi régulier à l'aide d'indicateurs clés de performance.

Dans ce domaine, nous travaillons sur l'ODD 12, en encourageant une consommation responsable grâce à une offre plus durable et plus transparente, et sur l'ODD 17, en établissant des alliances stratégiques basées sur le dialogue, la confiance et l'amélioration conjointe tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

Pratiques de travail et droits de l'homme

Nous pensons que le développement humain est une condition indispensable pour construire une entreprise éthique et durable. Notre politique du personnel est fondée sur les droits de l'homme, les principes du Pacte mondial des Nations unies et les conventions de l'OIT, et définit le cadre permettant de garantir des conditions de travail dignes, sûres et égalitaires.

Notre action se concentre sur :

- La santé et la sécurité au travail : avec pour objectif zéro accident, en encourageant les actions préventives, les formations et les contrôles périodiques.
- La diversité et l'égalité : en appliquant des protocoles qui garantissent un environnement exempt de discrimination et en favorisant la diversité et l'équilibre au sein des équipes.
- Formation et développement : grâce à des plans de carrière, des évaluations de performance et de réelles opportunités de promotion interne.
- Conditions de travail et bien-être : en encourageant la satisfaction et l'engagement des personnes à l'entreprise, en favorisant une culture positive et un faible taux de rotation.

Cette stratégie est menée par l'équipe des ressources humaines, avec le soutien actif de la direction et de toutes les équipes. Nous contribuons ainsi à l'ODD 8 (Travail décent et croissance économique), en créant des environnements sûrs, motivants et offrant de réelles opportunités de développement, ainsi qu'à l'ODD 17, en établissant des relations internes basées sur le respect, l'écoute et la collaboration continue.

Éthique

L'éthique est le fondement sur lequel nous construisons nos décisions, nos relations et notre culture d'entreprise. Notre code d'éthique établit les normes de comportement qui guident notre façon d'agir tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de l'entreprise.

Nous proposons :

- Des formations spécifiques pour sensibiliser toutes les équipes.
- Des protocoles internes pour prévenir les mauvaises pratiques.
- Des canaux de signalement confidentiels et accessibles.
- Des évaluations des risques et des révisions périodiques.

Le responsable de la conformité dirige la mise en œuvre du code et veille à ce que l'environnement de travail soit équitable, professionnel et exempt de discrimination, en coordination avec les équipes chargées de l'égalité, des ressources humaines et de la direction.

Grâce à cette stratégie, nous contribuons à l'ODD 8, en promouvant une culture de travail éthique et inclusive ; à l'ODD 12, en encourageant les décisions d'achat et de consommation fondées sur des valeurs ; et à l'ODD 17, en établissant des relations avec les fournisseurs et les clients fondées sur l'intégrité et la confiance.

Certifications et initiatives

Nous pensons que si nous affirmons notre engagement, nous devons être en mesure de le prouver. C'est pourquoi nous participons à plusieurs certifications et initiatives qui nous aident à mesurer nos actions, à identifier ce que nous pouvons améliorer et à nous comparer à des normes réelles, et pas seulement à de bonnes intentions.

- **EcoVadis** : nous sommes une entreprise EcoVadis Committed. Nous avons déjà terminé notre première évaluation et nous travaillons sur les résultats afin de nous améliorer. Notre objectif est clair : progresser année après année et obtenir une médaille lors de la prochaine révision.
- **ISO 9001** : nous sommes certifiés ISO 9001 pour la gestion de la qualité. Cela garantit que nous travaillons avec des processus bien définis et en constante amélioration, ce qui se traduit également par une efficacité et une responsabilité opérationnelles.
- **ISO 14001** : nous avons obtenu la certification ISO 14001 relative à la gestion environnementale. Cette norme nous aide à structurer et à systématiser toutes nos actions visant à réduire notre impact et à respecter les exigences légales et opérationnelles en matière d'environnement.
- **Adhésion au Pacte mondial des Nations unies** : nous avons adhéré au Pacte mondial des Nations unies afin d'aligner nos opérations sur ses dix principes en matière de droits de l'homme, de travail, d'environnement et de lutte contre la corruption. Il s'agit d'une étape supplémentaire pour renforcer notre engagement en faveur d'une gestion éthique et responsable.
- **Great Place to Work** : pour la deuxième année consécutive, Gift Campaign a été certifiée Great Place to Work. Cette certification n'est pas un prix, mais la confirmation que l'environnement que nous voulons construire fonctionne, et aussi un outil pour continuer à nous améliorer.
- **Recyclage et collecte externe** : nous collaborons avec une entreprise de gestion des déchets agréée pour la collecte et le recyclage de déchets spécifiques (tels que les capsules de café et les équipements électroniques), garantissant leur traitement responsable conformément à la réglementation en vigueur.

Environnement

Dans le domaine de l'environnement, des étapes importantes ont déjà été franchies, comme l'obtention de la certification ISO 14001, qui reconnaît l'efficacité de notre système de gestion environnementale.

En 2024, nous avons commencé à calculer pour la première fois notre empreinte carbone de portée 1 et 2, établissant ainsi la base pour définir notre feuille de route afin d'atteindre zéro émission (portée 1-2) avant le 31/12/2026.

En outre, nous avons commencé à collecter de manière plus systématique des données sur les déchets générés dans nos bureaux. Dans ce domaine, nous avons déjà mis en place, par exemple, une politique d'élimination des plastiques à usage unique.

Afin d'améliorer notre impact environnemental, nous avons défini les objectifs et indicateurs suivants en matière de réduction des émissions et de gestion des déchets.

Réduire les émissions

Objectif : réduire notre empreinte carbone de portée 1+2 de 4,37 t CO₂e (année de référence 2024) à 0 avant le 31/12/2026.

KPI	2023	2024
Tonnes d'équivalent CO ₂ (t CO ₂ e) scope 1-2 ¹	4,29	4,37
Consommation totale d'énergie en kWh	35 615	37 042
Pourcentage d'énergie renouvelable	56	57

Objectif : améliorer la cartographie de notre empreinte carbone de portée 1-3 et, sur cette base, définir une feuille de route réaliste avant le 31/12/2026 afin de réduire au maximum notre empreinte carbone.

KPI	2023	2024
Tonnes d'équivalent CO ₂ (t CO ₂ e) de portée 1-3	-	-

¹ Le calcul des GES a été réalisé à l'aide de l'outil officiel d'empreinte carbone du MITECO, basé sur le protocole GHG et la norme ISO 14064-1, ce qui garantit la traçabilité du processus et son alignement sur les normes internationales reconnues.

Réduire les déchets

Objectif : maintenir le volume de déchets générés au bureau par employé à un niveau égal ou inférieur à celui enregistré en 2024, mesuré en kg/ETP/an, jusqu'à fin 2026.

KPI	2023	2024
Volume total de déchets générés en kg/ETP/an	89	78
Volume total de papier et de carton généré en kg/ETP/an (recyclé)	2,8	2,2
Volume total de plastique généré en kg/ETP/an (recyclé)	4	3,6
Volume total de capsules de café générées en kg/ETP/an (recyclées)	2,5	2,2
Volume total de déchets organiques générés en kg/ETP/an (organiques)	78	69
Volume total de déchets de piles générés en kg/ETP/an (déchets dangereux)	0,87	0,77
Volume total de déchets de cartouches de toner générés en kg/ETP/an (déchets dangereux)	0,24	0,21
Volume total de déchets d'équipements électriques et électroniques générés en kg/ETP/an (DEEE)	0	0,25

Dans le domaine de l'environnement, nous nous efforçons de réduire directement notre impact. Pour ce faire, nous utilisons efficacement les ressources, adoptons une mobilité plus responsable et encourageons les certifications qui renforcent notre engagement en faveur du développement durable. Voici quelques exemples de nos réalisations :

- **ISO 14001** : nous avons obtenu la certification ISO 14001 en matière de gestion environnementale. Cette norme nous aide à structurer et à systématiser toutes nos actions visant à réduire notre impact et à respecter les exigences légales et opérationnelles en matière d'environnement.
- **Pas de plastique à usage unique** : nous avons supprimé les bouteilles et les gobelets jetables de nos bureaux. À la place, nous incluons des bouteilles réutilisables dans le pack de bienvenue et utilisons des tasses en céramique et des verres en verre dans les espaces communs. De petits changements qui évitent les déchets inutiles.
- **Pas de voitures de fonction** : en tant qu'entreprise numérique, nous réduisons au minimum les déplacements. Nous n'avons pas de voitures de fonction et ne voyageons que lorsque cela est nécessaire pour assister à des salons ou rendre visite à des fournisseurs. Dans la mesure du possible, nous

privilégions le train comme moyen de transport ayant le moins d'impact sur l'environnement.

- **Recyclage et collecte externe :** nous collaborons avec une entreprise de gestion des déchets agréée pour la collecte et le recyclage de déchets spécifiques (tels que les capsules de café et les équipements électroniques), garantissant leur traitement responsable conformément à la réglementation en vigueur.

Achats durables

Dans le domaine de la consommation responsable, nos actions se sont concentrées sur deux axes principaux : l'évaluation des fournisseurs et l'identification des produits durables dans notre collection.

En ce qui concerne l'évaluation des fournisseurs, nous avons concentré nos efforts sur ceux qui fournissent les produits promotionnels de notre collection.

Afin de mieux établir nos priorités, nous avons classé chaque fournisseur en deux groupes :

- **Type A** : fournisseurs représentant 5 % ou plus de nos achats annuels
- **Type B** : fournisseurs représentant moins de 5 % de nos achats annuels

Nous avons analysé le niveau de durabilité de ces fournisseurs, et les résultats nous fournissent une base solide sur laquelle nous appuyer. 60 % de nos fournisseurs de type A ont obtenu une médaille Ecovadis de bronze ou supérieure. Sur l'ensemble de nos fournisseurs (types A + B), ce pourcentage est de 52,9 %.

Pour continuer à progresser, nous mettrons en place en 2025 un système d'évaluation basé sur nos critères ESG (environnementaux et sociaux), qui nous permettra de mesurer de manière plus détaillée l'évaluation de tous les fournisseurs, y compris ceux qui ne disposent pas d'une fiche EcoVadis.

En parallèle, nous avons œuvré pour encourager une consommation plus responsable en proposant des produits plus durables. Actuellement, un peu plus de 20 % des produits vendus sont fabriqués à partir de matériaux recyclés et 34 % à partir de matériaux renouvelables. Nous avons également classé plus de 6 500 produits bénéficiant d'une certification environnementale ou sociale.

Cependant, nous sommes conscients que nous avons besoin d'un système plus précis pour évaluer avec plus d'exactitude l'impact environnemental des produits que nous commercialisons. En 2025, nous développerons cet outil, qui nous permettra d'établir des critères techniques plus solides et de définir des objectifs clairs afin de continuer à augmenter la proportion de produits responsables dans notre collection.

Sur cette base, nous avons défini les objectifs et indicateurs suivants qui marqueront notre ambition et nous permettront de mesurer les progrès réalisés dans ce domaine.

Évaluation des fournisseurs

Objectifs : créer un système d'évaluation des fournisseurs basé sur des critères ESG (environnementaux et sociaux) à l'aide d'enquêtes avant le 31/12/2025.

KPI	2023	2024
% de fournisseurs ayant obtenu une médaille EcoVadis bronze ou supérieure	-	52,94
% des achats auprès de fournisseurs qui répondent à nos critères ESG	-	-
% de fournisseurs certifiés environnementaux (ISO 14001)	-	35,29
% de fournisseurs certifiés socialement responsables	-	52,94

Objectif : évaluer 100 % des fournisseurs de type A selon ces critères avant le 31/12/2026 et évaluer 100 % de l'ensemble des fournisseurs avant le 31/12/2027.

KPI	2023	2024
% de fournisseurs de type A évalués	0	0
% de fournisseurs de type B évalués	0	0

Objectif : plus de 75 % des fournisseurs doivent avoir signé notre code de conduite pour les fournisseurs avant le 31/12/2026.

KPI	2023	2024
Pourcentage de fournisseurs de type A ayant signé notre code de conduite pour les fournisseurs	0	0
% de fournisseurs de type B ayant signé notre code de conduite pour les fournisseurs	0	0

Consommation responsable

Objectif : développer un système permettant d'évaluer l'impact environnemental de nos produits avant le 31/12/2025. Fixer des objectifs concrets concernant le pourcentage de produits responsables/durables dans notre collection avant le 31/12/2026.

KPI	2023	2024
% de produits fabriqués à partir de matériaux recyclés*	-	20,67
% de produits fabriqués à partir de matériaux renouvelables*	-	34,34
Nombre de produits certifiés*	-	6 517

**Les KPI ci-dessus ont été calculés à partir de la collection actuelle de produits (juin 2025).*

Objectif : maintenir chaque année un objectif de zéro incident lié à la sécurité et à la santé des consommateurs pour les produits commercialisés par Gift Campaign.

Indicateur clé de performance	2023	2024
Nombre de produits retirés de la collection pour non-respect de la législation européenne.	0	1
Nombre de campagnes de retrait du marché de produits pour des raisons de sécurité et de santé.	0	0
Nombre d'incidents liés à la sécurité et à la santé signalés par les clients	0	1

Pratiques professionnelles et droits de l'homme

Nous continuons à promouvoir une culture organisationnelle centrée sur les personnes, fondée sur l'égalité, l'inclusion et le développement professionnel. Nous avons renouvelé pour la deuxième année consécutive la certification Great Place to Work, avec un pourcentage de 89 %. Une reconnaissance qui valide nos efforts pour créer un environnement de travail positif et motivant.

Nous maintenons en vigueur un plan d'égalité suivi conjointement par les ressources humaines et la direction, et nous continuons à renforcer l'évaluation des performances, la formation continue et les plans de carrière en tant qu'outils clés pour la croissance interne.

Pour évaluer nos progrès, nous mesurons la réalisation des objectifs à l'aide d'indicateurs clés axés sur la satisfaction, la stabilité de l'emploi, l'égalité et le développement professionnel.

Conditions et satisfaction

Objectif : parvenir à augmenter chaque année le pourcentage d'excellence en tant que lieu de travail (GPTW).

KPI	2023	2024
Pourcentage d'employés considérant Gift Campaign comme un excellent lieu de travail	78	89
Pourcentage d'employés ayant participé à l'enquête	95	89

Objectif : révision annuelle de la politique RH avec la participation de l'équipe et des représentants éventuels des travailleurs.

KPI	2023	2024
Révision de la politique RH (chaque année)	Non	Oui

Objectif : 95 % de contrats à durée indéterminée dans l'effectif avant fin 2025.

KPI	2023	2024
% de contrats à durée indéterminée	98	100
% de rotation	8	22

Objectif : 100 % des heures supplémentaires compensées avant fin 2025.

KPI	2023	2024
% d'heures supplémentaires compensées	100	100

Diversité et égalité

Objectif : formation spécifique pour 100 % du personnel sur l'égalité et la prévention du harcèlement avant 2026.

KPI	2023	2024
% de personnes formées à l'égalité et à la prévention du harcèlement	0	80

Objectif : atteindre un écart salarial inférieur à 5 % par catégorie professionnelle.

KPI	2023	2024
% d'écart salarial	1	1
Pourcentage de femmes dans l'effectif	68	69
% de femmes occupant un poste de direction	75	76

Objectif : atteindre un ratio de 0,8 à 1,2 en matière d'équilibre entre les sexes d'ici 2025.

KPI	2023	2024
Ratio d'équilibre entre les sexes	2,13	1,57
Pourcentage de personnes employées par genre	68,1 % F - 31,9 % H	61,2 % F - 38,8 % H

Objectif : maintenir 0 cas de discrimination et/ou de harcèlement par an.

KPI	2023	2024
Nombre de cas de harcèlement	1	1

Formation et développement

Objectif : augmenter de 7 % par an le nombre de mouvements horizontaux/verticaux au sein de l'organisation d'ici 2025.

KPI	2023	2024
Mobilité interne : nombre de promotions	3	6

Objectif : atteindre une moyenne minimale de 20 heures de formation par personne et par an d'ici 2026.

KPI	2023	2024
Moyenne d'heures de formation par personne	0,89 h/p	4,34 h/p
Pourcentage d'employés bénéficiant d'un plan de formation	100	100

Objectif : 100 % du personnel bénéficie d'une évaluation annuelle en 2026.

KPI	2023	2024
% du personnel bénéficie d'une évaluation annuelle	100	100
% des responsables d'équipe formés à la mise en œuvre de l'évaluation annuelle	50	70

Santé et sécurité

Objectif : 100 % du personnel formé à la PRL avant la fin de l'année 2025.

KPI	2023	2024
% de personnes formées à la PRL	100	100

Objectif : 0 % d'accidents du travail par an.

KPI	2023	2024
Nombre d'accidents du travail	0	0

Chez Gift Campaign, nous continuons à miser sur les personnes. Nous sommes une entreprise de services et, par conséquent, notre équipe humaine est notre ressource la plus précieuse. Nous avons beaucoup progressé dans ce domaine, mais nous tenons à souligner tout particulièrement les réalisations suivantes :

- **Great Place to Work** : pour la deuxième année consécutive, Gift Campaign a été certifiée Great Place to Work. Cette certification n'est pas un prix, mais la confirmation que l'environnement que nous voulons créer fonctionne, et également un outil pour continuer à nous améliorer.
- **Plan d'égalité** : nous disposons d'un plan d'égalité officiellement enregistré, qui fait l'objet d'un suivi régulier par les ressources humaines et la direction. Il s'agit d'un outil actif visant à garantir un environnement de travail équitable et exempt de discrimination.

Éthique

Dans le domaine de l'éthique, nous avons consolidé la mise en œuvre du code d'éthique comme cadre de conduite pour toute l'équipe et renforcé nos mécanismes de conformité. Nous disposons d'une certification externe en matière de protection des données (RGPD) et avons adhéré au Pacte mondial des Nations unies. Ces actions renforcent notre engagement en faveur d'une culture d'entreprise intègre, transparente et respectueuse des droits de l'homme et du développement durable.

En matière d'éthique et de conformité, nous surveillons l'utilisation des canaux internes, la formation de l'équipe et la prévention des incidents à l'aide d'indicateurs spécifiques qui garantissent un environnement intègre et transparent.

Éthique générale

Objectif : garantir que 100 % des plaintes reçues soient analysées dans un délai maximum de 30 jours.

KPI	2023	2024
Nombre total de signalements reçus par an via le canal de signalement	0	0

Objectif : que 100 % du personnel signe le code éthique de l'entreprise avant le 31/12/2025.

KPI	2023	2024
Nombre d'employés signant des déclarations de conformité/code éthique	0	0

Prévention de la corruption et des pots-de-vin

Objectif : que 100 % du personnel signe le code éthique de l'entreprise avant le 31/12/2025

KPI	2023	2024
Nombre total d'incidents de corruption confirmés par an	0	0
% d'employés formés à la lutte contre la corruption et les pots-de-vin	0	87

Protection des données

Objectif : maintenir chaque année 0 faille de sécurité.

KPI	2023	2024
Nombre total d'incidents liés à des failles de sécurité par an	0	0
Pourcentage d'employés formés à la cybersécurité	0	0

Objectif : renouveler chaque année le certificat RGPD par le biais d'un audit externe.

KPI	2023	2024
Certificat RGPD obtenu	Oui	Oui

Dans le domaine de l'éthique, nous avons mis en place plusieurs initiatives en accord avec les objectifs définis. L'une des réalisations notables a été le renouvellement réussi de notre certification RGPD après avoir passé avec succès l'audit correspondant. De plus, nous avons mené plusieurs actions que nous aimerions souligner :

- **Opération Noël pour les enfants :** à Noël, et dans la lignée de ce que nous faisons chaque jour (offrir des cadeaux qui créent du lien entre les personnes), nous avons collaboré avec l'Opération Noël pour les enfants, une initiative qui apporte de la joie aux enfants en situation de vulnérabilité à travers le monde. Pour chaque membre de l'équipe Gift Campaign, nous avons fait don d'une boîte contenant des articles utiles et des jouets. Un petit geste qui reflète ce en quoi nous croyons : les cadeaux peuvent aussi avoir un impact au-delà du commerce.
- **Initiative Sant Jordi :** nous collaborons avec l'hôpital Sant Joan de Déu dans le cadre de sa campagne « Sant Jordi a la teva organització ». Une initiative

solidaire qui transforme la traditionnelle Journée du livre en une occasion de soutenir des projets sociaux et de rapprocher la culture de ceux qui en ont le plus besoin.