

COMMUNICATION SUR LE PROGRÈS 2018

(Janvier 2018)

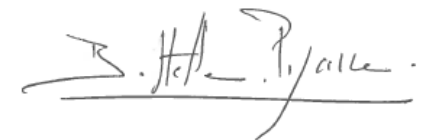
Dans un secteur très concurrentiel, où la pression sur les prix et les délais de livraison sont toujours plus forts, Weematch souhaite rester fidèles à ses valeurs et aux principes du Pacte Mondial des Nations Unies auxquels il a adhéré en 2012.

Weematch est une petite structure au service des grandes. Dans le cadre de son activité, la réalisation d'objets promotionnels & Merchandising, notre structure fait fabriquer un peu partout dans le monde les produits qu'elle conçoit, en France, mais également dans d'autres pays d'Europe et en Asie.

Avec l'intime conviction que nos efforts ne porteront leurs fruits si, et uniquement si, ils sont suivis dans la durée, nous nous entourons de partenaires et d'usines de fabrication avec qui nous travaillons avec une vision à long terme, prérequis indispensable pour progresser et apporter toujours plus de traçabilité dans les filières que nous proposons. Nous nous efforçons, en parallèle, d'exiger plus d'anticipation de la part de nos clients et usons de pédagogie afin d'intégrer des critères environnementaux et sociaux dans leurs prises de décision.

La parution de notre cinquième COP traduit notre volonté de poursuivre sur le long terme notre stratégie de développement sur les principes du Pacte Mondial, et à les promouvoir auprès de nos collaborateurs, clients, partenaires et fournisseurs.

Benjamin STETTEN-PIGASSE
Directeur Associé



- Notre **Savoir-Faire**

«Que ce soit pour développer une gamme complète de produits dérivés corporate, dynamiser vos campagnes d'animation et de street-marketing, marquer les esprits lors de vos salons et opérations de relations publiques, ou encore développer des outils d'aide à la vente efficace, **notre mission** est de vous apporter une réponse créative et pertinente pour la réalisation de vos objets promotionnels avec l'objectif permanent de faire émerger la marque et de la différencier. »

WE ASK
WE LISTEN
WE MATCH

- Nos **Engagements RSE**

1

Proposer des lieux de fabrication en Europe, voire en France quand cela est possible.

2

Proposer des alternatives de sourcing plus respectueuses de l'environnement.

3

S'assurer de conditions de travail décentes pour les produits fabriqués en «zone sensible».

4

S'assurer de la traçabilité, de la conformité des produits avec les normes en vigueur.



- WEEMATCH SE SITUE DANS LE TOP 1 % DES FOURNISSEURS ÉVALUÉS PAR ECOVADIS DANS SA CATÉGORIE. •

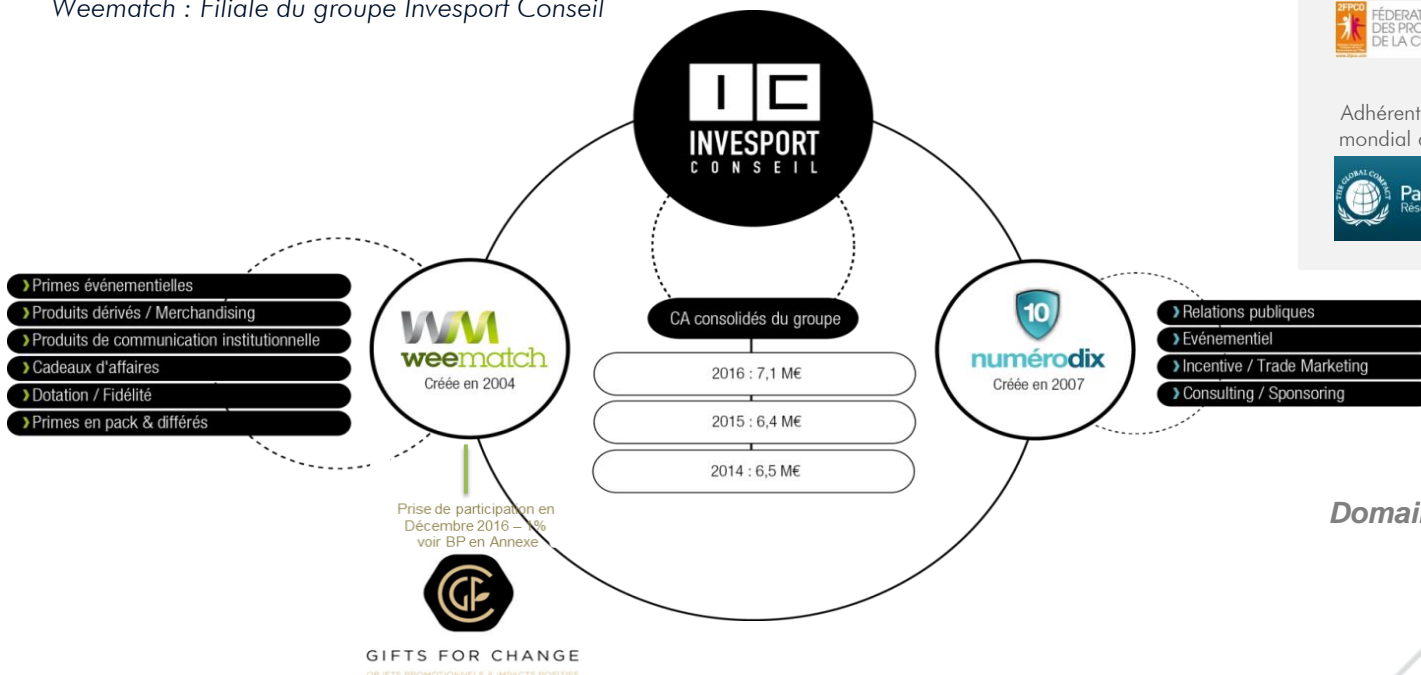


Une démarche RSE n'est jamais unilatérale et elle ne peut être portée que par une volonté commune de progresser dans la relation « client-fournisseur ».



BENJAMIN STETTEN-PIGASSE
Directeur Associé

Weematch : Filiale du groupe Invesport Conseil



Adhérent 2FPCO



Participation & Formation



Adhérent au pacte mondial de l'ONU



Adhésion en 2017



Domaines d'interventions :



L'OBJET AUJOURD'HUI *SOURCES GINGER / 2FPCO / IREP

1,3 M€

d'investissement annuel
en objets publicitaires
(+ que le cinéma et la radio réunis)
Un média à part entière

81%

des français
utilisent les objets
publicitaires reçus

75%

des personnes se
souviennent de la
marque associée à un
objet publicitaire

64%

des français trouvent
prioritaire de connaître
l'origine des objets
publicitaires.

WEEMATCH

5,6 M€
CA au 30/06/2016

19
effectif

+ de 50 000
références

76/100
note RSE **ecoVadis**



Principes du Pacte Mondial

1. Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'Homme dans leur sphère d'influence.
2. A veiller à ce que leurs propres compagnies ne se rendent pas complices de violations des droits de l'Homme.

Principales actions Weematch

ACHETER RESPONSABLE

WEEMATCH développe une politique d'achats responsable afin de respecter et faire respecter par les prestataires les dispositions des huit conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail (OIT), notamment lorsque celles-ci ne sont pas intégrées dans les lois et règlements du pays où la production s'effectue. L'agence met tout en œuvre pour justifier de ce respect lors des productions.

A ce titre, le déploiement de notre politique d'achats responsables a permis de développer notre portefeuille d'usines auditées socialement en pays low-cost pour atteindre près de 90% de production traçable. Notamment pour les boutiques en lignes réalisées pour Bouygues Telecom, Bouygues Immobilier et SNCF, et suite au travail de notre équipe achats qui a permis de proposer une gamme 100% traçable (compilation de tous les certificats, audits sociaux, rapports de contrôle qualité relatifs aux produits présent dans le catalogue).

DROIT INTERNATIONAL

Une charte éthique contractuelle est mise à disposition des clients et prestataires (cf. Annexe 1). Nous veillons aux respects de ces droits dans les pays « à risques » via la réalisation d'audits sociaux et à la mise en place de plan de progrès.

Résultats 2017

EVALUATION ECOVADIS

WEEMATCH s'était fixé comme objectif en 2014 de réaliser un premier bilan de performance RSE afin de déterminer des axes de progrès concrets à définir pour les années à venir.

L'entreprise a donc été évaluée par Ecovadis (www.ecovadis.com). WEEMATCH s'est améliorée chaque année en obtenant une note de 67/100 en 2014 puis de 73/100 en 2016 et enfin **de 76/100 en 2017 la classant ainsi parmi le TOP 1% de sa catégorie sur sa capacité à sélectionner et travailler avec des fournisseurs respectueux des droits de l'homme et de l'environnement.**

Notre évaluation est une démarche entièrement volontaire et non « subie » par la demande d'un client.

L'évaluation va être reconduite en juillet 2018 avec pour objectif d'améliorer encore nos résultats. Notre ambition étant de s'affirmer comme un référent en termes de politique RSE et gestion de nos filières sur notre marché.

Cette évaluation vient valider une capacité à définir des process et des critères de sélection efficaces.

Enjeux 2018

EVALUATION AFNOR

Il est envisagé, dans la continuité de de notre évaluation Ecovadis, de répondre à l'étude Afnor Solutions Achats, qui possède des critères ciblant davantage le secteur d'activité de WEEMATCH et ainsi des déterminer des priorités d'actions RSE propres à notre domaine professionnel. Cette évaluation n'a pu être portée en 2017 et nous souhaitons pouvoir la mener en 2018.

ENQUÊTE DESATISFACTION FOURNISSEURS

Le second objectif de cette nouvelle année, est la mise en place d'un système d'enquête de satisfaction fournisseurs.

Cela répondrait à 3 objectifs :

- Pouvoir appréhender le niveau de maturité des fournisseurs en RSE ;
- Obtenir une analyse objective des relations ;
- S'assurer du niveau qualitatif des échanges au quotidien.

Cette enquête permettra de recenser les attentes et besoins de nos partenaires et fournisseurs qui sont essentiels au développement de WEEMATCH.

Principes du Pacte Mondial

2. A veiller à ce que leurs propres compagnies ne se rendent pas complices de violations des droits de l'Homme.

Principales actions Weematch

CODE DE CONDUITE

Trois valeurs principales constituent le socle de l'engagement éthique de la société :

- le respect, gage de confiance et de pérennité dans les activités et échanges ;
- la responsabilité, sous la forme du professionnalisme ;
- l'exemplarité, qui assure la crédibilité interne et externe des actions.

Des principes d'actions

De ces valeurs se dégagent un certain nombre de principes qui doivent orienter la conduite de WEEMATCH:

- le respect de chacun à l'égard de ses collaborateurs ;
- le souci permanent de la santé, de la sécurité et de la protection de l'environnement ;
- la lutte contre la corruption et la fraude ;
- le respect des droits de l'homme ;
- le respect des règles de la libre concurrence ;
- la promotion de la transparence financière.

Principes de comportement individuel

Le développement harmonieux de WEEMATCH est fondé sur la confiance qui doit exister aussi bien dans ses rapports entre l'entreprise et ses collaborateurs qu'entre les collaborateurs eux-mêmes. L'existence et le maintien de cette confiance supposent le respect d'un certain nombre de règles de comportement à commencer par l'échange, l'écoute et l'équité.

Résultats 2017

Cette bonne performance, nous permet d'échanger avec des interlocuteurs plus qualifiés chez nos clients et prospects.

Cela ne signifie cependant pas que tous les produits proposés sont traçables, mais qu'il existe une réelle capacité, pour des clients engagés et qui en font la demande, de proposer une méthodologie sérieuse pour sélectionner des fournisseurs et suivre des fabrications avec professionnalisme et rigueur.

Charge aux équipes WEEMATCH pour le futur d'expliquer aux clients qu'ils sont acteurs dans leur comportement d'achat et qu'il est possible de mettre en place de tels process, à condition que nos clients intègrent des critères sociaux et environnementaux dans leurs prises de décision.

INDICATEURS FOURNISSEURS 2017

L'agence privilégie les fournisseurs et fabricants ayant le label origine France garanti, Made in France ou Made in Europe dans la mesure du possible.

Les objets publicitaires sont porteurs du logo d'une entreprise, et véhiculent l'identité visuelle de celle-ci. Le non-respect d'exigences sur les conditions sociales, de travail, tout au long du processus de fabrication, peut engendrer un risque de réputation et d'image si ces engagements ne sont pas respectés. Il faut donc être particulièrement vigilant sur les conditions sociales et environnementales de la fabrication de ces produits.

Enjeux 2018

PROGICIEL DE GESTION INTÉGRÉE

L'installation du nouvel ERP est prévue pour 2018. L'implémentation de cet outil a plusieurs avantages et représente certaines opportunités :

- Intégration des processus de gestion pour optimiser le suivi financier et le contrôle de gestion ;
- Cohérence et homogénéité des informations, notamment sur le suivi des audits et des certificats RSE.
- Partage du même système d'information facilitant la communication interne et externe ;
- Favoriser l'intégration entre les départements (commercial, achats, comptabilité) ;
- Matérialiser la stratégie et les politiques de gestion de l'entreprise dans un même système d'information.
- Informatisation et automatisation du système d'envoi des devis, factures qui permet d'éviter les envois par courrier classique et limite l'utilisation de papier etc...

Principes du Pacte Mondial

2. A veiller à ce que leurs propres compagnies ne se rendent pas complices de violations des droits de l'Homme.

Principales actions Weematch

Nos engagements vis-à-vis de nos collaborateurs.

L'agence recrute son personnel uniquement en fonction des besoins de l'entreprise et des qualités propres à chaque candidat.

Des mères et pères de famille faisant partie de l'équipe, y compris des mères « célibataires », une attention toute particulière est portée afin qu'elles puissent concilier vie professionnelle et vie personnelle. Ainsi les horaires des réunions ne sont jamais tôt le matin ou tard l'après-midi.

En 2018 l'agence signe la charte de la diversité.

Nos engagements vis-à-vis de nos fournisseurs

Avec ses fournisseurs, l'agence veille aux intérêts de chaque partie, dans le respect de conditions contractuelles claires et négociées de manière équitable. Cette relation repose sur trois piliers : le dialogue, le professionnalisme et le respect des engagements.

Les fournisseurs sont tenus :

- de respecter des principes équivalents à ceux du Code de conduite de l'agence, et d'accepter d'être audités ;
- de se montrer particulièrement attentifs quant à leurs normes et procédures en matière de Droits de l'Homme, notamment aux conditions de travail de leurs collaborateurs ;
- De s'assurer que leurs propres fournisseurs et sous-traitants respectent des principes équivalents à ceux de WEEMATCH.

Résultats 2017

Notre mission est de s'assurer de l'origine des produits, et nos équipes sont particulièrement vigilantes pour donner des informations claires et précises sur les enjeux relatifs aux filières de fabrication proposées. Dans ce cadre, nous avons développé une méthodologie « RSE » qui a pour ambition de faire de la pédagogie auprès de nos clients.

WEEMATCH privilégie toujours des fournisseurs engagés sur des principes RSE forts :

Par exemple l'ensemble des produits de papeterie, que l'agence produit pour le compte de la e-boutique Bouygues Immobilier, est réalisé par une entreprise adaptée « HANDIPRINT » qui favorise l'insertion des personnes présentant un handicap dans le monde du travail.

Weematch promeut également auprès de ses clients des concepts innovants en matière de RSE tels que les produits proposés par la start up « Gifts for Change » <https://giftsforchange.fr/> dans laquelle Weematch a investi.

Notre société effectue également la majorité de ses travaux de manutention et de reconditionnement chez des ESAT partenaires, qui emploient également du personnel handicapé..

Enjeux 2018

Principes du Pacte Mondial

Principales actions Weematch

Résultats 2017

Enjeux 2018

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

4. L'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire ;

5. L'abolition effective du travail des enfants ; et

6. L'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession.

DROITS DE L'HOMME

Le respect des droits de l'Homme commence chez Weematch par le respect de la loi française.

Etant une TPE, l'échange et la simplicité des relations entre la direction et les équipes est cultivée au quotidien et les équipes sont sollicitées régulièrement pour s'associer aux décisions de la vie de l'entreprise.

Voir Annexe 1 « Charte éthique »

Voir Annexe 1 « Charte éthique »

EGALITÉ DES CHANCES

L'entreprise emploie 20 personnes, 13 femmes et 7 hommes.

L'agence Weematch applique une politique générale d'égalité des chances ce qui implique un traitement des salariés sur un même pied d'égalité.

Principe d'égalité : le droit à la protection contre la discrimination, fondé entre autre, sur la religion, le handicap, l'âge, l'orientation sexuelle, l'appartenance ou non appartenance à une race ou une ethnie – loi « égalité du traitement » du 28 novembre 2006.

Principe de diversité : désigne à la fois les différences visibles et les différences non visibles telles que les compétences, le potentiel,

VERS UNE ENTREPRISE LIBÉRÉE ?

Notre organisation encourage une « auto-responsabilisation » maîtrisée ou chaque collaborateur est écouté quant à la manière dont il souhaite organiser au mieux sa vie professionnelle. Convaincu qu'un collaborateur heureux et un collaborateur performant, une grande autonomie est donnée à l'ensemble des salariés.

Voir Politique d'achat Responsable

Voir Politique d'achat Responsable

CRÉATIONS DE POSTE

Malgré un contexte difficile et une « faible visibilité », trois créations de poste ont eu lieu en 2017 afin de renforcer les équipes déjà en place, dans le but de fidéliser le portefeuille clients, et de continuer le développement de l'activité.

La formation et l'intégration de jeunes talents fait partie de notre politique RH puisque 3 contrats de qualification ont été renouvelés dont un en CDI.

STAGES EN ENTREPRISE

L'agence donne également la chance à de jeunes diplômés. Ces derniers, si le travail réalisé a été satisfaisant tout au long de la période de stage et que des opportunités se

MIS EN PLACE DE MOMENT D'ÉCHANGES « OUVERTS » LORS DES RÉUNIONS D'ACTIVITÉ.

Moment privilégié pour échanger sur tout sujet souhaité pour les collaborateurs avec la direction générale une fois par mois.

Voir Politique d'achat Responsable

Voir Politique d'achat Responsable

Veille de l'équilibre des charges de travail et poursuite des embauches. Veiller à garder un équilibre de la masse salariale entre les plus de 50 ans et moins de 25 ans. La moyenne d'âge est de 35 ans

l'expérience professionnelle....

WEEMATCH est également fière d'avoir recruté 5 CDI dont 1 issu d'un contrat de qualification en 2017.

Pour donner d'avantage de sens à ses principes, En 2018 Weematch signera lors du mois de janvier 2018 son engagement à la Charte de la Diversité : <http://www.charte-diversite.com/>.

présentent, sont embauchés en CDI. Ce fût le cas pour deux personnes au cours des deux dernières années soit 70 % des stagiaires ayant travaillé au sein de l'agence.

PLAN D'INTÉGRATION DE NOUVEAUX COLLABORATEURS

Un recrutement réussi passe avant tout par une intégration réussie. D'où l'importance de cadrer et de préparer le processus d'intégration des personnes nouvellement embauchées :

- Poste de travail dédié et opérationnel ;
- Annonce de l'arrivée en interne et externe afin de s'assurer que tout le monde est bien au même niveau d'informations sur la nouvelle recrue, son rôle et ses nouvelles responsabilités ;
- Remise d'une fiche de poste et d'un livret d'accueil compilant les informations les plus importantes de la société.
- Formation d'une période d'1 mois assurée par un employé de WEEMATCH pour permettre au nouvel arrivant de mieux appréhender le poste.
- Formations externes régulières par des organismes de formation sur différents thèmes notamment en RSE et en commercial.

Principes du Pacte Mondial

7. A entreprendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement ; etc

8. Les entreprises sont invitées à appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant l'environnement ;

Principales actions Weematch

CONTRIBUTION À LA DIMINUTION DE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DES CLIENTS

Les équipes commerciales et achats de WEEMATCH sont sensibilisées à la pratique d'achats responsables afin de réfléchir avant la proposition du produit à la durabilité de l'objet publicitaire et à son impact sur l'environnement tout au long du cycle de vie afin de construire une démarche pertinente et éviter de créer des objets éphémères.

Ces équipes essaient de définir au mieux les cibles du cadeau publicitaire afin de déterminer au mieux le nombre d'objets à commander. L'impact des objets pubs est encore plus puissant lorsqu'on identifie correctement la cible.

Il est ainsi possible d'éviter le gaspillage lié à une distribution massive. L'agence s'assure aussi de la traçabilité des produits et déclare l'ensemble de ses importations auprès des organismes SCRELEC et Ecologic.

Enfin, l'entreprise essaie de faire anticiper les clients afin d'éviter les délais de production et livraison trop courts, pour privilégier le bateau à l'avion tout en s'entourant de partenaires engagés tel qu'avec l'offre CARGO GREEN LINE de SEDIS <http://www.sedis-logistics.com/cgl/> ou encore en travaillant sur les nouvelles solutions de transport ferrovière entre la Chine et la France.

Acheter de « l'ecofriendly » étant une demande de plus en plus courante des clients, l'agence développe, tant que possible, les

Résultats 2017

ENGAGEMENTS

L'agence WEEMATCH est membre de la 2FPCO depuis Juin 2011. Ce qui l'engage à :

- Respecter la législation en vigueur concernant l'engagement vis à vis de l'éco-participation, inscription auprès des organismes collecteurs (SCRELEC et Ecologic)
- Contribuer à une réflexion sur l'adhésion aux principes du développement durable et à un comportement citoyen.

PRATIQUES INTERNES

En interne, les équipes essaient d'agir : recyclage cartouches et toners, recyclage de capsules usagées Nespresso, utilisation de papier, enveloppes certifiées PEFC, tri sélectif, distribution de mugs pour réduire la consommation de gobelets jetables. Dans ce cadre Weematch adhère à l'initiative CEDRE :

<http://www.cedre.info/notre-process/recyclage-des-dechets>.

Par ailleurs, un outil de base de données regroupant les coordonnées de tous nos fournisseurs Asie et Europe a été créé et permet de compiler toutes les informations concernant la traçabilité de ces usines. Cela évite les impressions papier inutiles ou la surutilisation de catalogues et nous avons supprimé la distribution de catalogue papier.

Des formations RSE régulières prodiguées par des organismes externes à destination des acheteurs de chez WEEMATCH

Enjeux 2018

PRATIQUES COMMERCIALES

Dans une société où tout va vite, les clients attendent de la part de leur fournisseurs/partenaires toujours plus de réactivité. Les processus de décision des grands groupes (qui sont nos principaux clients) sont par ailleurs de plus en plus lourds. Cela se traduit bien souvent au niveau opérationnel par une incapacité à anticiper leur besoin. Dans ce contexte, les délais de fabrication sont de plus en plus courts et tenir les échéances de livraison des donneurs d'ordres est un challenge quotidien.

De manière générale, l'urgence nuit à la performance environnementale. Les conséquences directes sont notamment :

- L'utilisation du transport aérien au lieu du transport maritime (avec un impact « carbone » beaucoup plus important)
 - Des approvisionnements matières et des conditions de fabrication moins maîtrisées sans parler de l'impact sur les travailleurs (heures supplémentaires, pression...)
- WEEMATCH s'est engagé dans une démarche active de lobbying auprès de ses clients pour les sensibiliser à ces thèmes. Le but est d'améliorer les comportements d'achat : en effet tout progrès ne peut se faire sans une concertation/ une action coordonnée entre le donneur d'ordre et le maître d'œuvre.

Principes du Pacte Mondial

Principales actions Weematch

Résultats 2017

Enjeux 2018

fabrications locales et le Made in France et de privilégier des partenaires proposant des produits respectueux comme par exemple de la papeterie certifiée PEFC, FSC et Imprim'vert, le textile certifié Ecolabel, Ecocert, Oeko Tex, et enfin pour l'électronique, Craddle to craddle, Energystar.

Les distributeurs et producteurs comme Weematch sont également soumis à la Directive 2001/95/CE obligeant les entreprises à mettre sur le marché des produits répondant à l'obligation générale de sécurité. WEEMATCH s'engage donc à suivre la sécurité des produits mis sur le marché et à fournir les documents nécessaires assurant la traçabilité des produits.

WEEMATCH développe également 3 boutiques en ligne (SNCF, Bouygues Immobilier et Bouygues Télécom) dans le cadre d'une politique RSE forte.

En partenariat avec ses clients, tous les produits présents et vendus sur ces boutiques sont rattachés à une fiche RSE spécifique à chaque produit, consultable en ligne et qui permet à nos clients de connaître la provenance des produits, leurs certifications et normes.

Les centaines de produits vendus sur ces boutiques sont fabriqués dans des conditions environnementales et sociales très strictes, en accord avec la politique de traçabilité souhaitée par nos clients

notamment via notre fédération professionnelle, la 2FPCO.

EMPREINTE CARBONE

En 2018, la société s'engagera pour réduire son empreinte carbone : Tout nouveau/remplacement de véhicule collaborateur devra avoir une émission de CO2 inférieure à 140g/ km . Le dernier véhicule renouvelé de la flotte est un véhicule hybride.

La société va investir également dans deux vélos électriques qui seront mis à disposition des employés de la société dans le but de privilégier ce moyen de transport sur des petits trajets courts en ville plutôt que d'utiliser la voiture.

Dans ce cadre, WEEMATCH organise de nombreuses réunions de sensibilisations chez ses clients et intègre systématiquement ce sujet à l'ordre du jour lors des comités de pilotage avec la direction achat de ses clients grands comptes. WEEMATCH « oriente » également ses clients, lorsque cela est possible, vers des fabrications françaises ou européennes.

De plus en plus d'annonceurs demandent également à avoir accès à tous les certificats relatifs à la traçabilité et la conformité des produits. Cette demande pousse l'agence à améliorer en permanence ses outils et ses process de suivi des fabrications.

PRATIQUES INTERNES

En 2017 la société va mettre en place son ERP interne qui permettra de réduire notre consommation de papier. Les informations seront en effet condensées dans un même outil.

Il permettra également la dématérialisation des factures et devis clients, qui pourront être envoyés automatiquement du logiciel interne à l'adresse mail de la comptabilité de nos clients.

Principes du Pacte Mondial

9. Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin.

Principales actions Weematch

COLLABORATION EXTERNE

L'agence a recours à un cabinet d'expertise comptable externe à la société qui garantit une information financière et comptable normée, fiable, transparente, et qui réalise la clôture des exercices, les bilans et comptes de résultats...

Le dernier contrôle fiscal de WEEMATCH date de 2013 et s'est soldé sans aucun redressement.

Résultats 2017

VISITE USINES ASIE

Le Directeur Associé et l'Acheteur Asie visitent régulièrement (au minimum une fois par an), les usines chinoises partenaires afin de rencontrer le personnel, contrôler les productions, mais également de pouvoir lutter contre la corruption et écarter toute usine qui serait sujette à ce fléau.

GESTION DES ECHANTILLONS

WEEMATCH, de par son activité est amené à remettre de nombreux échantillons à ses clients. Ces échantillons ont parfois une valeur marchande importante et il est de notre devoir de les « récupérer » une fois le que le client a statué sur un projet.

Même si la valeur des échantillons dépasse rarement plus de 60 €, récupérer les échantillons après la conclusion d'un dossier permet d'entretenir une relation plus « saine ».

Enjeux 2018

WEEMATCH s'engage à mettre en place d'une politique écrite pour la gestion des échantillons qui sera transmise à l'ensemble des collaborateurs d'ici Juin 2018.

ANNEXES



CHARTRE ETHIQUE DE LA SOCIETE WEEMATCH

La société Weematch est consciente de sa responsabilité éthique :

- vis-à-vis de ses collaborateurs pour lesquels, elle s'engage à mettre à disposition un environnement de travail sécurisé, des relations de travail permettant de développer ses compétences et la possibilité de faire connaître ses revendications,
- vis-à-vis de ses clients auxquels, elle s'engage à livrer des produits qui répondent aux exigences de sécurité et qui ont été fabriqués dans des conditions respectueuses des travailleurs et de l'environnement,
- vis-à-vis de ses fournisseurs et sous-traitants auxquels elle garantit le respect de ses engagements contractuels. Weematch attend également de ses fournisseurs et sous-traitants de partager ses valeurs telles qu'elles sont mentionnées dans le présent code.

La société Weematch adhère à :

- la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme de 1948
- aux différentes conventions de l'OIT et notamment aux conventions n°138 sur l'âge minimum, n°182 sur les pires formes de travail des enfants, n°29 sur le travail forcé, n°105 sur l'abolition du travail forcé, n°14 et n°106 sur le repos hebdomadaire, n°95 sur la protection du salaire, n°131 sur la fixation des salaires minima, n°100 sur l'égalité de rémunération, n°111 concernant la discrimination (emploi et profession),
- aux lois et réglementations françaises.



ATTESTATION

Issy, le 5 juillet 2017

Je, soussignée Juliette Salomé, Secrétaire Générale de la Fédération Française de la Communication par l'Objet – 2FPCO-, confirme par la présente, que :

La société **WEEMATCH**, située 45-47 rue Paul Bert 92100 Boulogne Billancourt, représentée par Monsieur Benjamin Stetten-Pigasse,

- est membre de la Fédération sous le numéro d'adhérent D92014 depuis le 03/06/2011
- A signé la charte professionnelle et s'est donc engagée à :
 - Mettre en place une relation formalisée avec le client (bon de commande, conditions générales de ventes, BAT)
 - Respecter les réglementations et normes en vigueur
 - Payer ses taxes (notamment la Sorecop)
 - Ne pas copier de produits brevetés ou pas sans accord préalable
 - Respecter le secret professionnel
 - Ne pas utiliser le logo du client sans son accord
 - Etre à jour de l'ensemble des cotisations sociales et fiscales pour l'ensemble de ses collaborateurs
- est à jour de ses cotisations pour l'année 2017.

A valoir ce que de droit,

2FPCO
FEDERATION FRANCAISE DES
PROFESSIONNELS DE LA
COMMUNICATION PAR L'OBJET
2, rue Pasteur
92130 ISSY-LES-MOULINEAUX
e-mail : info@2fpc.com
SIRET : 51141420300014 - APE 9411Z

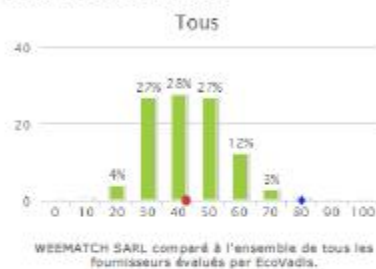


WEEMATCH SARL
France

76 / 100

août 2017

Répartition des scores



Moyenne: 42.4 WEEMATCH SARL: 76

Scores par thème

		Pondération
Environnement	70	1
Social	80	2
Ethique des Affaires	60	1
Achats Responsables	80	3

- ✓ **Environnement:** WEEMATCH SARL se situe dans le **TOP 3 %** des fournisseurs évalués par EcoVadis dans la catégorie Wholesale of other household goods.
- ✓ **Social:** WEEMATCH SARL se situe dans le **TOP 1 %** des fournisseurs évalués par EcoVadis dans la catégorie Wholesale of other household goods.
- ✓ **Ethique des Affaires:** WEEMATCH SARL se situe dans le **TOP 13 %** des fournisseurs évalués par EcoVadis dans la catégorie Wholesale of other household goods.
- ✓ **Achats Responsables :** WEEMATCH SARL se situe dans le **TOP 1 %** des fournisseurs évalués par EcoVadis dans la catégorie Wholesale of other household goods.
- ✓ **Global:** WEEMATCH SARL se situe dans le **TOP 1 %** des fournisseurs évalués par EcoVadis dans la catégorie Wholesale of other household goods.
- ✓ **Global:** WEEMATCH SARL se situe dans le **TOP 1 %** des fournisseurs évalués par EcoVadis dans toutes les catégories.



CONTACT

BENJAMIN STETTEN-PIGASSE

Benjamin.stetten-pigasse@weematch.fr
01 55 39 92 83

45-47 rue Paul Bert
92100 BOULOGNE-BILLANCOURT

