



• AGENCE CONSEIL EN OBJETS PUBLICITAIRES •
& MERCHANDISING

COMMUNICATION SUR LE PROGRES 2018

(Janvier 2019)



Network France
WE SUPPORT

Dans un secteur très concurrentiel, où la pression sur les prix et sur 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 agence fait fabriquer les produits qu'elle conçoit pour ses clients, en France quand cela est possible, mais également dans d'autres pays d'Europe et en Asie. Avec l'intime conviction que nos efforts ne pourront porter leurs fruits à l'unique condition qu'ils soient 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 d'innovation en terme de « RSE ».

En parallèle, nous usons de pédagogie afin d'aider nos clients à intégrer d'avantages de critères environnementaux et sociaux dans leurs prises de décision.

La parution de notre sixième 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.

Par ailleurs, nous ne pouvons pas faire le bilan de l'année 2018 sans évoquer le fait que nous évoluons dans un contexte économique, social et environnemental qui pose énormément de questions aux entreprises, comme à chaque citoyen que nous sommes.

Les entreprises sont à l'image des hommes et des femmes qui la compose et, en 2019, nous aborderons de nombreuses questions auxquelles il nous faudra apporter des réponses de manière collective : réduction de notre empreinte carbone, impact social et sociétal de nos choix Chaque collaborateur de l'agence, pourra et devra faire part de sa vision pour mieux intégrer les engagements qui nous lient au Pacte Mondial des Nations Unies.

Il faudra faire nos choix avec conviction et c'est notamment dans ce cadre que nous nous engagerons pour 2019 dans une démarche afin de devenir « Climate Neutral Now » avant la fin de l'année.

Benjamin STETTEN-PIGASSE
CEO



WEEMATCH : Agence du Groupe INVESPORT Conseil

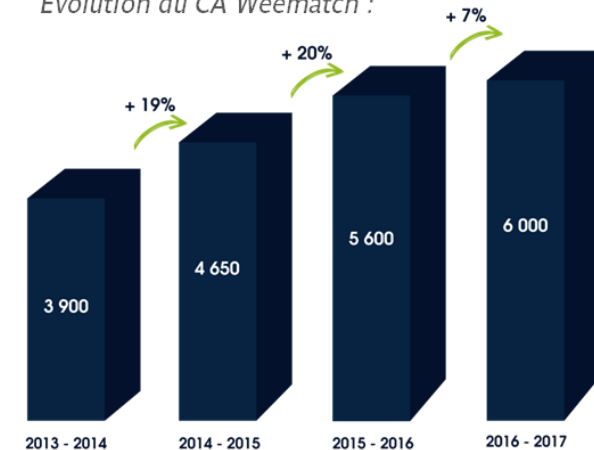


Raison d'être :

Agence conseil en objets publicitaires et merchandising, Weematch vous apporte des solutions créatives pour cultiver la différence de votre marque.

Décrypter les tendances, donner corps à vos valeurs, renforcer votre "storytelling" et créer de l'engagement en intégrant des concepts digitaux et RSE innovants qui vous permettront de parrainer des causes en lien avec vos centres d'intérêts et ceux de votre cible : telle est la mission de notre agence.

Evolution du CA Weematch :



■ CA HT en k€

LES CHAMPIONS
DE LA CROISSANCE
2018
En collaboration avec statista

WM
weematch

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

6,0M €
C.A. 2018

21
effectif

**+ de
50 000**
références

76/100
note RSE **ecovadis**
SUSTAINABLE SUPPLY MANAGEMENT



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



Rapport de synthèse - Distributeur Objets de communication
Société : WEEMATCH

ACESIA



Informations générales

Secteur d'activité : Commerce de gros, à l'exception des automobiles et des motocycles
Effectif : De 10 à 250 salariés

Risque social
B

Risque environnemental
A

Risque
faible
**A
B
C
D
E**
Risque fort

Le risque social matérialise le caractère dangereux, ou non, de l'écosystème d'exécution des activités de l'entreprise en matière sociale.
Le risque environnemental matérialise le caractère dangereux, ou non, de l'écosystème d'exécution des activités de l'entreprise en matière environnementale.



2 - Résultats

Notes globales auto-déclarées

89/100

Moyenne auto-déclarée générale : 59,1/100

Principes du Pacte Mondial		Principales actions Weematch	Résultats 2018	Enjeux 2019
Droits de l'Homme	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	<p>▪ Acheter responsable</p> <p>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.</p> <p>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 100 % de production traçable. Les gammes permanentes développées pour les boutiques en lignes dédiées à nos clients Bouygues Telecom, Bouygues Immobilier, RATP, Europcar International et SNCF, nous ont permis de travailler dans la durée et de proposer des produits sur lesquelles nous maîtrisons l'ensemble des informations clés relatives aux conformités sociales et environnementales (compilation de tous les tests/certificats de conformités, réalisation d'audits sociaux, rapports de contrôle qualité relatifs aux produits présent dans le catalogue).</p> <p>▪ Droit international</p> <p>Une charte éthique contractuelle est mise à disposition des clients et prestataires (cf.</p>	<p>▪ Evaluation Ecovadis</p> <p>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.</p> <p>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 lors de notre dernière évaluation 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.</p> <p>Notre évaluation est une démarche entièrement volontaire et non « subie » par la demande d'un client, même si elle nous sert bien évidemment à valoriser notre investissement sur le sujet.</p> <p>L'évaluation va être reconduite en 2019 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.</p> <p>Cette évaluation vient valider une capacité à définir des process et des critères de</p>	<p>▪ Evaluation Afnor</p> <p>Dans la continuité de de notre évaluation Ecovadis, nous avons initié une auto évaluation de nos procédures en se faisant accompagner par Afnor Solutions Achats. Cette démarche a pour but de prendre en compte dans notre évaluation des critères ciblant davantage le secteur d'activité de WEEMATCH et ainsi des déterminer des priorités d'actions RSE propres à notre domaine professionnel.</p> <p>▪ Enquête de satisfaction fournisseurs</p> <p>Le second objectif de cette nouvelle année, est la mise en place d'un système d'enquête de satisfaction fournisseurs.</p> <p>Cela répondrait à 3 objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>Cette enquête permettra de recenser les attentes et besoins de nos partenaires et fournisseurs qui sont essentiels au développement de WEEMATCH.</p>
	2. A veiller à ce que leurs propres compagnies ne se rendent pas complices de violations des droits de l'Homme.			

	<p><i>Annexe 1).</i> 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.</p> <p>▪ Code de Conduite</p> <p>Trois valeurs principales constituent le socle de l’engagement éthique de la société :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p><i>Des principes d’actions</i></p> <p>De ces valeurs se dégagent un certain nombre de principes qui doivent orienter la conduite de WEEMATCH:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p><i>Principes de comportement individuel</i></p> <p>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</p>	<p>sélection de nos fournisseurs efficaces. Cette bonne performance, nous permet d’échanger avec des interlocuteurs plus qualifiés chez nos clients et prospects.</p> <p>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.</p> <p>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. L’ensemble de nos équipes sont formées pour sensibiliser et encourager nos clients à faire preuve d’un comportement d’achat le plus vertueux possible.</p> <p>C’est notamment dans ce cadre que nous avons développé des initiatives de circuits courts sur des concepts d’objets publicitaires ayant un impact limité sur l’environnement tel que les collaborations développées avec la société OMY.</p> <p>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.</p>	<p>▪ Progiciel de gestion intégrée</p> <p>Le déploiement de notre ERP a plusieurs avantages et représente certaines opportunités :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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... - Meilleure maîtrise des flux financiers et de la gestion de nos échantillons
--	---	--	---

	<p>commencer par l'échange, l'écoute et l'équité.</p> <p><i>Nos engagements vis-à-vis de nos collaborateurs</i></p> <p>L'agence recrute son personnel uniquement en fonction des besoins de l'entreprise et des qualités propres à chaque candidat.</p> <p>Des mères et pères de famille faisant partie de l'équipe, y compris des mères « célibataires » (10% des effectifs), 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. Par ailleurs, la direction attache une attention toute particulière aux rythmes et aux situations personnelles de chacun des collaborateurs. Les managers sont formés à la 'solidarité' au sein de leurs équipes, les forts devant aider les plus « faibles ». Ces positions de « force » ou de « faiblesse » peuvent varier dans le temps, la seule constance reste la solidarité et l'entraide. Le talent et la performance individuelle doivent être en tout état de cause mis au service du collectif.</p> <p>Pour donner d'avantage de corps à nos engagements (tant sur le recrutement de nos collaborateurs que sur la dynamique collective basée sur la solidarité), l'agence a signé en 2018 la charte de la diversité. (annexe 6)</p> <p><i>Nos engagements vis-à-vis de nos fournisseurs</i></p> <p>Avec ses fournisseurs, l'agence veille aux</p>	<p>▪ Indicateurs fournisseurs 2018</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>WEEMATCH privilégie toujours des fournisseurs engagés sur des principes RSE forts :</p> <p>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</p>	
--	---	---	--

		<p>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.</p> <p>Les fournisseurs sont tenus :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. 	<p>l'insertion des personnes présentant un handicap dans le monde du travail.</p> <p>Notre société effectue également la majorité de ses travaux de manutention et de reconditionnement chez des ESAT partenaires, qui emploient également du personnel handicapé.</p>	
3.	Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective ;	<p>▪ Droits de l'Homme</p> <p>Le respect des droits de l'Homme commence chez Weematch par le respect de la loi française.</p> <p>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.</p>	<p>▪ Vers une entreprise libérée ?</p> <p>Notre organisation encourage une « auto-responsabilisation » maitrisée 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 avec que chacun puisse concilier au mieux épanouissement professionnel et épanouissement personnel.</p>	<p>▪ Mis en place de moment d'échanges « ouverts » lors des réunions d'activité.</p> <p>Moment privilégié pour échanger sur tout sujet souhaité pour les collaborateurs avec la direction générale une fois par mois.</p> <p>Même si nous avons grandi ces dernières années, nous restons une agence à taille ou la communication reste très « horizontale » et l'expression de chacun est encouragée.</p>
4.	L'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire ;	Voir Annexe 1 « Charte éthique »	Voir Politique d'achat Responsable	Voir Politique d'achat Responsable

5. L'abolition effective du travail des enfants ; et...	Voir Annexe 1 « Charte éthique »	Voir Politique d'achat Responsable	Voir Politique d'achat Responsable
6. ... L'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession.	<p>▪ Egalité des chances</p> <p>L'entreprise emploie 21 personnes, 15 femmes et 6 hommes.</p> <p>L'agence Weematch applique une politique générale d'égalité des chances ce qui implique un traitement des salariés sur un même pied d'égalité.</p> <p>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.</p> <p>Principe de diversité : désigne à la fois les différences visibles et les différences non visibles telles que les compétences, le potentiel, l'expérience professionnelle....</p> <p>WEEMATCH est également fière d'avoir recruté 6 CDI en 2018 dont 3 jeunes diplômés pour un solde net de 4 nouveaux collaborateurs.</p> <p>Pour donner d'avantage de sens à ses principes, Weematch a signé en 2018 son engagement à la Charte de la Diversité : http://www.charte-diversite.com/. Voir annexe 6.</p>	<p>• Créations de poste</p> <p>Malgré un contexte difficile et une « faible visibilité », quatre créations de poste ont eu lieu en 2018 afin de renforcer les équipes déjà en place, dans le but de fidéliser le portefeuille clients, et de continuer le développement de l'activité.</p> <p>La formation et l'intégration de jeunes talents fait partie de notre politique RH puisque 1 contrats de qualification a été renouvelé et 2 autres ont été créés.</p> <p>• Stages en entreprise</p> <p>Si le travail réalisé a été satisfaisant tout au long de la période de stage et que des opportunités se présentent, les stagiaires sont embauchés en CDI. Ce fût le cas pour deux personnes au cours des trois dernières années soit 70 % des stagiaires ayant travaillé au sein de l'agence.</p> <p>▪ Plan d'intégration de nouveaux collaborateurs</p> <p>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 :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poste de travail dédié et opérationnel ; • Annonce de l'arrivée en interne et 	<p>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 32 ans</p> <p>Plus de 50 ans : 3 (15%)</p> <p>Plus de 40 ans : 1 (5%) – 1 recrutement</p> <p>Plus de 30 ans : 7 (30%) – 2 recrutements</p> <p>20-30 ans : 10 (50%) – 3 recrutements</p>

			<p>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 ;</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. 	
Environnement	<p>7. A entreprendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement ; etc</p>	<p>▪ Contribution à la diminution de l'impact environnemental des clients</p> <p>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 et ou inutiles.</p>	<p>▪ Engagements</p> <p>L'agence WEEMATCH est membre de la 2FPCO depuis Juin 2011. Ce qui l'engage à :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>▪ Pratiques internes</p> <p>En interne, les équipes essaient d'agir d'avantage : recyclage cartouches et toners,</p>	<p>▪ Pratiques commerciales</p> <p>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.</p> <p>De manière générale, l'urgence nuit à la performance environnementale. Les conséquences directes sont notamment :</p>
	<p>8. Les entreprises sont invitées à appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant</p>	<p>C'est dans ce cadre que Weematch a fait le choix d'investir cette année 20 000 € dans la jeune start up Gift for change (https://giftsforchange.fr/) qui propose des concepts d'objets publicitaires « positifs ». Il s'agit d'objets permettant aux marques de</p>		

	<p>l'environnement ;</p> <p>choisir des produits ayant un impact social, sociétal et environnemental positif, en s'associant/parrainant des causes portées par des ONG ou des associations engagées sur des problématiques sociales et/ou environnementales !</p> <p>Avec un rôle de conseil revendiqué, les équipes de l'agence s'efforcent de définir au mieux les cibles du cadeau publicitaire afin de déterminer le type d'objets le plus adapté (de préférence éco conçu) ainsi que la quantité à commander.</p> <p>Acheter de « l'ecofriendly » étant une demande de plus en plus courante, l'agence développe, tant que possible, les fabrications en circuit court : Made in France et Europe.</p> <p>Nous privilégions également des partenaires proposant des produits plus respectueux de l'environnement comme par exemple de la papeterie certifiée PEFC, FSC et Imprim'vert, le textile certifié Ecolabel, Ecocert, Oeko Tex, et enfin pour l'électronique, les concepts Craddle to craddle ou Energystar.</p> <p>En cas de produits importés, nos équipes 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 ferroviaire entre la Chine et la France.</p> <p>▪ Conformité des produits</p>	<p>remplacement de la cafetière Nespresso par une cafetière à grain, utilisation de papier, enveloppes certifiées PEFC, tri sélectif, distribution de mugs pour supprimer la consommation de gobelets. Dans ce cadre Weematch adhère à l'initiative CEDRE annexe 7 : http://www.cedre.info/notre-process/recyclage-des-dechets.</p> <p>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.</p> <p>Des formations RSE régulières prodiguées par des organismes externes à destination des acheteurs de chez WEEMATCH notamment via notre fédération professionnelle, la 2FPCO.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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...) <p>WEEMATCH s'est engagé dans une démarche active de lobbying auprès de ses clients pour les sensibiliser sur 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.</p> <p>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.</p> <p>WEEMATCH « oriente » également ses clients, lorsque cela est possible, vers des fabrications françaises ou européennes.</p> <p>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.</p>
--	--	---	---

		<p>L'agence s'assure aussi de la traçabilité des produits et déclare l'ensemble de ses importations auprès des organismes SCRELEC et Ecologic.</p> <p>Weematch est 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.</p> <p>WEEMATCH développe également 5 boutiques en ligne (SNCF, RATP, Europcar International, Bouygues Immobilier et Bouygues Télécom) dans le cadre d'une politique RSE forte.</p> <p>Tous les produits présents et vendus sur ces boutiques sont rattachés à une fiche RSE spécifique. Chaque information relative à l'origine et à la conformité des produits est consultable en ligne. Cela permet à nos clients de connaître la provenance des produits ainsi que leurs certifications et normes.</p> <p>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</p>	<p>▪ Empreinte carbone</p> <p>En 2018, la société s'est engagée pour réduire son empreinte carbone : Tout nouveau/remplacement de véhicule collaborateur a une émission de CO2 inférieure à 140g/ km . Le dernier véhicule renouvelé de la flotte est un véhicule hybride rechargeable.</p> <p>Cette démarche est le premier pas vers un engagement plus important prévu pour 2019 que nous vous détaillons ci-contre.</p>	<p>▪ Engagements</p> <p>En 2019 la société va poursuivre le développement de son ERP interne qui permettra de réduire notre consommation de papier.</p> <p>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.</p> <p>Par ailleurs, 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.</p> <p>Enfin l'agence s'engagera en 2019 dans une démarche "ONU Climate Neutral" pour être en ligne avec les objectifs de la COP 23. L'objectif de cet engagement est multiple :</p> <p>1- Mesurer nos émissions de gaz à effet de serre 2 - les réduire au maximum : sur notre propre consommation bien sûr mais ce label nous permettra aussi de gagner en crédibilité pour nous faire d'avantage écouter par nos clients qui privilégie trop souvent le prix aux alternatives d'écoconception que l'on peut leur proposer. 3. Compenser nos gaz à effet de serre en choisissant une association / ONG ayant une action contrôlable sur cette compensation.</p>
--	--	--	---	--

Lutte contre la corruption	<p>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.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Collaboration externe <p>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.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Visite usines Asie <p>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.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestion des Echantillons <p>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 ».</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pratiques internes <p>L'accompagnement depuis 2 ans par des commissaires aux comptes nous permet de mettre en place des procédures qui visent à mieux contrôler les flux financier et à les sécuriser.</p> <p>Nous ferons de ce chantier un axe prioritaire en 2020, après avoir porté notre projet « ONU Climate Neutral » en 2019.</p>
----------------------------	--	--	---	---



CHARTE 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.

Annexe 2 – Engagement 2FPCO



ATTESTATION

Issy, le 8 décembre 2015

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 5, Parc du Béarn, rue du Calvaire, 92210 SAINT-CLOUD, représentée par Monsieur Benjamin STETTEN-PIGASSE,

- est membre de la Fédération sous le numéro d'adhérent D49003 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 2015.

A valoir ce que de droit,


2FPCO
FEDERATION FRANCAISE DES
PROFESSIONNELS DE LA
COMMUNICATION PAR L'OBJET
2, rue Pasteur
92130 ISSY-LES-MOULINEAUX
tél : 01 47 65 84 98 - info@2fpc.com
SIRET : 51141420300014 - APE 8411Z

2FPCO – Fédération des Professionnels de la Communication par l'Objet
2 avenue Pasteur 92130 Issy les Moulineaux – 01 47 65 84 98 – www.2fpc.com

Annexe 3 – Engagement Ecovadis



Annexe 4 : ERP WEEMATCH

Utilisateur connecté


Isabelle GAUSI
Directrice Achats & Performance

Mes actions

2
En retard

0
A faire

Rechercher

Actions demandées

2
En retard

0
A faire

Mes approbations en attente

Logiciel

Aide

Relogin

Préférences

Quitter

Clients

Projets

Devis

Recos

Fournisseurs

Objets

Proforma

Commandes fournisseur

e-boutiques

Livraisons

Factures

Factures fournisseurs

Autres modules

Maintenance

Mes états

Clients

Fournisseurs

Produits

Proforma

Achats

Utilisateurs

Actions

Taxes

Annexe 5 : Fiche RSE Boutiques en ligne



CLE USB 4GO ORANGE

S14009

FOURNISSEUR AUDITÉ ECOVADIS

DESCRIPTIF PRODUIT	
Clé USB 4 Go. Dimensions: L 4,8 x l 2x H 0,9 cm	
ORIGINE	
Fournisseur adhérent 2FPCO Stock Europe – Origine Asie	
MATIÈRE	
Plastique / Métal	
NORMES & RÉGLEMENTATIONS	
CEM / ROHS	
CONDITIONS DE FABRICATION : CONFORMITÉ SOCIALE & ENVIRONNEMENTALE	
Rapport d'audit INTERTEK du 02/07/2015 WCA (WORKPLACE CONDITIONS ASSESEMENT) : 19/06/2015 http://www.intertek.com/business-assurance/supplier-management/workplace-conditions/	
 	



Annexe 6 :

[→ RETOUR AU SITE](#)[DÉCONNEXION](#)[ESPACE SIGNATAIRE](#)[MON PROFIL](#)[MON MOT DE PASSE](#)[MES BONNES PRATIQUES](#)[LE KIT DE COMMUNICATION](#)

Bienvenue dans votre espace signataire !

WEEMATCH*Signataire depuis Oct 2018*[TÉLÉCHARGER MA CHARTE DE LA DIVERSITÉ](#)

Dans cet espace vous pourrez modifier vos informations administratives (votre organisation, votre politique diversité et les interlocuteurs concernés), mettre en valeur vos actions diversité en complétant vos Bonnes Pratiques (visibles sur notre site internet) et enfin télécharger des outils de communication. Nous sommes ravis de vous compter parmi les signataires de la Charte de la diversité !

[Charte de la diversité](#)[S'engager](#)[Signataires](#)[Actions](#)[Bilan Diversité](#)[Tour de France de la diversité](#)[Actualités](#)[Espace presse](#)[Ressources](#)[Acteurs](#)[Bonnes pratiques](#)[Médiathèque](#)[Espace signataire](#)[Contact](#)[FAQ](#)[Données personnelles](#)[Suivez-nous :](#)[LinkedIn](#)[Twitter](#)

Annexe 7 :

ATTESTATION

reforestACTION

dre
recyclons solidaire

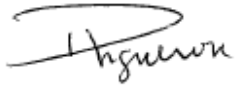
Attestation délivrée à : **ISABELLE GAUSI**.....

Nous, société CEDRE, certifions que :**20**.....cèdres de l' Atlas
Ont été plantés, sur une parcelle située sur la commune de
Saint Hilarion (78125) , par notre partenaire Reforest'Action

Au nom de : **WEEMATCH**.....

Fait pour servir et valoir ce que de droit

A Argenteuil le : **13 Décembre 2017**.....

Philippe VIGNERON (Gérant) : 

Sarl au capital de 88.000 euros, SIREN: 487 715 542, RCS Pontoise