FUTURE. STRATEGY. ACTION !

Rapport de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (RSE)

THE SWiTCH UP REPORT

Exercice 2020/2021

BE THE CHANGE YOU WANT
TO SEE IN THE WORLD

SOMMAIRE

004_Edito
007_SWiTCH en quelques chiffres clés
010_SWiTCH en quelques mots
018_Missions réalisées sur l'exercice 2020/2021
021_Panorama de notre politique RSE
031_Actions réalisées en 2020/2021
037_Annexe
047_Contact

EDITO

EDITO

Tout juste 9 mois se sont écoulés depuis la rédaction de notre stratégie RSE et celle de notre premier rapport RSE. Et pourtant, il s'en est passé des événements en si peu de temps : investiture de Joe Biden, 46ème président des États-Unis, élections régionales en France, l'OCDE s'accorde sur un impôt mondial sur les multinationales, Jeux Olympiques d'été à Tokyo, prise de contrôle de l'Afghanistan par les talibans, élections législatives allemandes où Olaf Scholz prend la succession d'Angela Merkel, vaccination contre les formes graves de la covid et mise en place du passe sanitaire (qui va peut-être devenir un passe vaccinal… amis de la Constitution de la Vème République incluant la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen, vous êtes priés de passer votre chemin !). En dépit d'un discours très convaincant de Barack Obama, le bilan de COP26 est globalement un échec. Des progrès ont été accomplis depuis la signature de l'Accord de Paris sur le climat, mais les engagements des pays sont encore loin de limiter le réchauffement en dessous de 2°C et leur mise en œuvre l'est encore plus. Pour aller de l'avant, il faudra donc mettre davantage l'accent sur la **coopération internationale en faveur du développement durable**, s'attaquer de front aux questions posées par les pertes et les dommages, et **renforcer la redevabilité des engagements pris par les pays et les entreprises**.

Dans ce monde en perpétuelle évolution, certaines choses ne changent pas… et c'est une très bonne nouvelle ! Notre objectif n'a pas changé : **nous travaillons aujourd'hui pour rendre demain meilleur.** Notre engagement n'a pas changé non plus, il s'est même renforcé avec de nouvelles actions : **nous travaillons tous les jours pour améliorer nos pratiques.** Ce n'est pas parfait, il y a encore beaucoup à faire. Mais au moins nous allons, pas à pas, dans la bonne direction.

Humblement – tel un colibri – **SWiTCH fait sa part**.

Armelle Solelhac
PDG de SWiTCH

NOUS N'AURONS PAS UNE SOCIÉTÉ SI NOUS DÉTRUISONS L'ENVIRONNEMENT.

- Chateaubriand, écrivain, mémorialiste et homme politique français

SWiTCH EN QUELQUES CHIFFRES CLÉS

CHIFFRES CLÉS EN 2020/2021

12 clients

107 Heures de bénévolat et de mécénat de compétences pour des associations

-23% Diminution du nombre de km parcours en voiture

-3% de déchets par rapport à l'exercice précédent

–1,197 Tonne d'émission de CO_2, grâce au nettoyage annuel des boîtes e-mails

0,32 gr de CO_2 sont produits à chaque fois que le nouveau site web est consulté (soit 79% plus propre que la plupart des autres sites web dans le monde)

1 étude de marché offerte aux professionnels du tourisme et de l'outdoor

1 Conférences & webinars offerts

1 Procédure de certification B-Corp (en cours)

1 Labellisation FNEGE Expert (Fondation Nationale pour l'Enseignement de la Gestion des Entreprises)

1 Certification qualité « Qualiopi » au titre de la catégorie « ACTION DE FORMATION »

IF YOU DON'T TAKE CHANGE
BY THE HAND IT WILL TAKE YOU
BY THE THROAT.
- Winston Churchill, Premier Ministre du Royaume-Uni & Prix Nobel de Littérature

SWiTCH EN QUELQUES MOTS

AGENCE DE PROSPECTIVE ET DE STRATÉGIE MARKETING & COMMUNICATION DIGITALE

pour *les destinations touristiques*
et *les marques de sports outdoor*
en *Europe et Amérique du Nord.*

1% FOR THE PLANET | MEMBER

Manifeste

Ils disent de nous que nous sommes *méticuleux* et *maniaques*. Et rien ne pourrait nous faire plus *plaisir* ! Nous explorons le monde à la recherche des futurs comportements de consommation, nous élaborons des stratégies marketing et créons des dispositifs de communication audacieux depuis 2008. Nous garantissons le meilleur niveau de *qualité* et la *satisfaction* de nos clients à toutes les étapes tout en nous efforçons de protéger notre planète. Même si cela implique de travailler plus longtemps, avec plus de *passion*, voire une touche d'*obsession*.

CONNECTER

LES STRATÉGIES INNOVANTES ET EFFICACES D'AUJOURD'HUI
AVEC LES TENDANCES ENGAGEANTES DE DEMAIN
POUR PÉRENNISER LE DÉVELOPPEMENT DE NOS CLIENTS
ET PROTÉGER NOTRE PLANÈTE.

FAIRE LE LIEN

ENTRE LES MARQUES ET LEURS CLIENTS
POUR INSPIRER LE CHANGEMENT
QUE NOUS SOUHAITONS VOIR DANS LE MONDE.

VALEURS FONDAMENTALES

PLAISIR/FUN

Sans plaisir, pas d'efficacité, ni de performance ! Nous travaillons donc dans la joie et la bonne humeur.

ETHIQUE

Nos méthodologies de travail sont éprouvées et respectueuses des humains comme de l'environnement.

PASSION

« Do what you love & Love what you do »résume parfaitement notre enthousiasme et notre excitation pour nos missions.

CONFIANCE

Détendez-vous, ça va bien se passer ! Nous pensons à tout pour que vous n'ayez à penser à rien.

SPONTANÉITÉ

Avec notre approche « no bullshit », tout en restant courtois, nous adoptons un discours direct et franc.

UNDER PROMISE OVER DELIVERY

Nous ne promettons pas la Lune, mais nous essaierons quand même de la livrer sur un plateau d'argent ! Le but est d'en offrir toujours un peu plus que ce que nous avons vendu.

ENGAGEMENT

Nous sommes les acteurs du changement que nous souhaitons voir dans le monde.

PIONNIER

Nous cultivons un esprit de pionnier depuis notre création. Ainsi, notre curiosité, notre capacité à saisir, voire provoquer, les opportunités et notre volonté d'innover, permettent de faire face à tous les challenges.

EXCELLENCE

Méticuleux, rigoureux et toujours en recherche de la meilleure solution, nous entendons satisfaire pleinement nos clients grâce au sérieux de nos collaborateurs et aux plus hauts standards de qualité de nos services.

MÉTIER, APPROCHE & RAISON D'ÊTRE

NOTRE MÉTIER : **conseiller et accompagner** les acteurs professionnels du tourisme et des sports outdoor dans leur **transition pour mieux conduire leur stratégie de mise en marché**.

NOTRE APPROCHE : il est nécessaire de revenir aux **bases du marketing**, afin de mieux comprendre ses évolutions modernes. Nous travaillons d'abord sur les **stratégies de marque à l'ère digitale** et assurons ensuite leur **mise en œuvre opérationnelle**.

NOTRE RAISON D'ÊTRE : Le monde **change de plus en plus vite**, mais les organisations ont tendance à être **sclérosées** et n'ont pas l'habitude de s'adapter aussi vite. Dans un contexte d'« **infobésité** », il devient très difficile pour les professionnels du tourisme et du sport outdoor de suivre le rythme de ces évolutions, de faire les bons choix – dont certains peuvent avoir des impacts sur les 10, 20 à 30 prochaines années – et de piloter leurs activités avec finesse. Le rôle de SWiTCH est donc, dans un premier temps, de **dénicher les signaux faibles** pour **décrypter les tendances** de demain en matière de **comportement des consommateurs**. Dans un second temps, nous aidons nos clients à **dépasser leurs peurs et leurs contraintes internes** pour oser définir des **stratégies audacieuses et porteuses de sens** pour leurs clientèles, pour leurs équipes comme pour leur environnement.

En résumé, nous voulons **inspirer et amorcer le changement** que nous souhaitons voir dans le monde !

FACE AU MONDE QUI CHANGE,
IL VAUT MIEUX PENSER LE CHANGEMENT
QUE CHANGER LE PANSEMENT.
- Francis Blanche, auteur, acteur, chanteur et humoriste français

MISSIONS RÉALISÉES SUR L'EXERCICE 2020/2021

MISSIONS RÉALISÉES SUR L'EXERCICE 2020/2021

ABION
Etude de marché qualitative sur la création de produits « zéro plastique » pour la pratique de sports outdoor.

API-K
Focus groupe, Stratégie de marque, Stratégie marketing & Plan d'actions marketing.

BEAUMIER (ex-Les Hôtels d'En Haut)
Accompagnement à la définition des valeurs de la nouvelle marque, recherche, benchmark & étude sur la RSE dans le secteur de l'hôtellerie de luxe, préparation & animation d'ateliers collectifs sur la définition d'une politique RSE au sein du groupe, rédaction & illustration d'un « Culture Book » présentant la culture d'entreprise et d'un « CSR Book » présentant la politique RSE du groupe hôtelier.

CHAMROUSSE
Animation d'ateliers collectifs, élaboration de la stratégie de marque, de la stratégie marketing et d'un plan d'actions marketing.

DÉCATHLON TRAVEL
Animation d'ateliers collectifs & élaboration de la stratégie de marque.

EDGAR GROSPIRON
Maintenance du site web vitrine, production de brand content, community management & monitoring.

ENLIGHTEN REAL ESTATE
Création et mise en ligne d'un site web vitrine.

INTERSPORT
Recherche, rédaction & illustration des articles pour le blog WeLoveSki.

RISOUL
Animation d'ateliers collectifs, élaboration de la stratégie de marque, de la stratégie marketing, d'un plan d'actions marketing et des modalités de mise en place d'un schéma de gouvernance.

SKI FAMILY
Animation d'ateliers collectifs & élaboration de la stratégie de marque.

SSIT (Savoie Stations Ingénierie Touristique)
Rédaction, illustration & mise en page de dossiers investisseurs pour 2 stations de montagne.

TIGNES – VAL D'ISÈRE
Etude sur le changement de nom du domaine skiable relié & création d'une charte typographique

THE MOST RELIABLE WAY TO PREDICT THE FUTURE IS TO CREATE IT.

- Abraham Lincoln, 16ème Président des États-Unis

PANORAMA DE NOTRE POLITIQUE RSE

LES AXES STRATÉGIQUES DE LA POLITIQUE RSE DE SWITCH

Parti pris : Il faut ouvrir et sensibiliser nos collaborateurs, nos clients et nos partenaires à notre politique RSE sans les culpabiliser ou les exclure de celle-ci.

Nous avons définis **4 axes stratégiques répondant à 8 enjeux** pour piloter la politique de responsabilité sociétale de SWiTCH.

AXE #1 : POUR LIMITER NOTRE IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT	AXE #2 : POUR UNE CONTRIBUTION TERRITORIALE DYNAMIQUE	AXE #3 : POUR UNE PERFORMANCE SOCIALE	AXE #4 : POUR UNE PERFORMANCE ÉCONOMIQUE DURABLE
ENJEU : MAITRISER NOS IMPACTS SUR L'ENVIRONNEMENT	ENJEUX : CONTRIBUER AU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DU TERRITOIRE S'ENGAGER AUPRÈS DES COMMUNAUTÉS & ASSOCIATIONS LOCALES	ENJEUX : AGIR POUR LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ FAVORISER L'ÉGALITÉ DES CHANCES, LA DIVERSITÉ ET CONTRIBUER À L'EMPLOYABILITÉ VEILLER À LA COHÉSION SOCIALE ET AU BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL	ENJEUX : ETABLIR UNE RELATION DE CONFIANCE BASÉE SUR LA QUALITÉ DE NOTRE SERVICE GARANTIR L'ÉTHIQUE ET LA CONFORMITÉ DE NOS PRATIQUES

L'ESPRIT DE LA POLITIQUE DE RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DE SWITCH

SWiTCH adopte une ***approche « Better Done Than Perfect »*** dans la mise en œuvre de sa politique de responsabilité sociétale. En effet, l'intention est de se fixer des **objectifs ambitieux**, mais **réalistes et atteignables**.

Quel que soit notre point de départ, l'essentiel est de **nous mettre en mouvement et de progresser.**

LES ENGAGEMENTS EN MATIÈRE DE RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DE SWITCH

Dans le cadre de sa politique de responsabilité sociétale, SWiTCH prend **22 engagements** (classés par ordre de priorité) à court (3 ans), moyen (5 ans) et long terme (10 ans) :

AXES STRATÉGIQUES

ENGAGEMENTS RSE

AXE #1 : POUR LIMITER NOTRE IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT

1. CRÉER UN PLAN D'ACTIONS ÉNERGÉTIQUE
2. DÉVELOPPER LES CIRCUITS COURTS ET LES ACHATS ÉCO-RESPONSABLES, EQUITABLES & BIO
3. PRÉVENIR ET RÉDUIRE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL RELATIF À NOTRE FONCTIONNEMENT INTERNE
4. CONTRIBUER À LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE EN FAVORISANT LES PROCÉDÉS CONSTRUCTIFS ÉCONOMES EN RESSOURCES
5. FAVORISER LES TRANSPORTS À FAIBLE IMPACT ENVIRONNEMENTAL
6. RESPECTER L'ENVIRONNEMENT ET LA BIODIVERSITÉ

AXE #2 : POUR UNE CONTRIBUTION TERRITORIALE DYNAMIQUE

1. FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE
2. FAVORISER L'EMPLOI SUR LE TERRITOIRE
3. INSCRIRE L'ACTION DE L'ENTREPRISE DANS LES INITIATIVES ET PROJETS DE SON TERRITOIRE

AXE #3 : POUR UNE PERFORMANCE SOCIALE

1. PRÉVENIR LES DISCRIMINATIONS ET PROMOUVOIR L'ÉGALITÉ DES CHANCES
2. PROMOUVOIR UN DIALOGUE SOCIAL DE QUALITÉ ET AVOIR UNE APPROCHE COLLABORATIVE
3. GARANTIR LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ & FAVORISER LE BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL
4. DÉVELOPPER LA DÉSIRABILITÉ ET L'ATTRACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE PAR LA MARQUE EMPLOYEUR
5. ASSURER À NOS COLLABORATEURS UN CADRE DE VIE DE QUALITÉ
6. DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES DES COLLABORATEURS
7. GARANTIR LA TRANSPARENCE ET L'EFFICACITÉ DES INSTANCES DE GOUVERNANCE
8. DÉVELOPPER UNE CULTURE D'ENTREPRISE ET LIMITER LES RISQUES PSYCHO-SOCIAUX

AXE #4 : POUR UNE PERFORMANCE ÉCONOMIQUE DURABLE

1. PRÉVENIR LES RISQUES DÉONTOLOGIQUES ET ÉTHIQUES
2. DÉVELOPPER DES RELATIONS FOURNISSEURS RESPONSABLES
3. GARANTIR UN SERVICE DE TRÈS HAUTE QUALITÉ POUR NOS CLIENTS
4. INTÉGRER DES CRITÈRES SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX DANS LES PROCESSUS D'ACHATS
5. ÊTRE INNOVANT, DÉVELOPPER NOTRE COMPÉTITIVITÉ AVEC AGILITÉ

16 BONNES RAISONS DE S'ENGAGER DANS LA RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE

Les **16 motivations** principales qui poussent SWITCH à s'engager dans une politique de responsabilité sociétale sur le long terme sont les suivantes :

AXES STRATÉGIQUES	AXE #1 : POUR LIMITER NOTRE IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT	AXE #2 : POUR UNE CONTRIBUTION TERRITORIALE DYNAMIQUE	AXE #3 : POUR UNE PERFORMANCE SOCIALE	AXE #4 : POUR UNE PERFORMANCE ÉCONOMIQUE DURABLE
MOTIVATIONS	1. Pouvoir vivre sainement, profiter des trésors naturels de notre planète et les partager avec nos proches comme avec nos clients 2. Mesurer notre efficacité et nous donner des perspectives, ainsi que des objectifs, pour l'avenir 3. Anticiper, prévenir et limiter les difficultés liées au changement climatique 4. Développer des relations de proximité mutuellement enrichissantes	1. Installer localement une image positive de l'entreprise et la faire rayonner à l'international ; 2. Dynamiser et participer à la pérennité de l'économie locale ; 3. Donner du sens à notre action au plus proche de nos lieux de vie.	1. Attirer de nouveaux talents; 2. Fidéliser les collaborateurs de l'entreprise ; 3. Offrir une bonne qualité de vie aux employés ; 4. Enrichir culturellement et socialement les collaborateurs de l'entreprise en intégrant des personnes de toutes origines raciales ou nationales, religions, genres et préférences sexuelles, valides ou en situation de handicap, etc. quelles que soient leurs niveaux de compétences ; 5. Créer de la confiance, grâce à la transparence dans les échanges d'informations.	1. Anticiper et mieux répondre aux attentes de la clientèle ; 2. Augmenter les revenus de l'entreprise pour investir davantage en R&D ; 3. Avoir la capacité de réinvestir dans les outils de travail, améliorer les conditions de travail des collaborateurs et perfectionner l'expérience client ; 4. S'adjoindre les compétences et l'expérience de prestataires de service de très haute qualité.

EXEMPLES CONCRETS D'ENGAGEMENTS COMMUNAUTAIRES ET ENVIRONNEMENTAUX

Conscients de notre impact et de notre responsabilité sur la communauté et l'environnement, nous avons pris des **engagements forts** pour aider des acteurs qui en ont besoin.

Notre approche se base sur plusieurs axes :

- Politique d'achat basée sur 12 critères de sélection drastiques, des objectifs d'amélioration continue, des KPI et des audits de nos fournisseurs ;
- Engagement dans des organisations associatives communautaires locales : partage d'expertise pour les aider dans leur travail et les conseiller, mentoring de porteurs de projets, membre de conseils d'administration, etc. ;
- Limitation des émissions de gaz à effet de serre (GES) liées à l'usage du numérique et des transport ;
- Certification B Corp en cours de réalisation.
- Don à des causes caritatives :
  - Engagement à donner chaque année au minimum 5% du chiffre d'affaire à des causes caritatives, en nature (mécénat de compétences) ou en numéraire ;
  - Membre du 1% For The Planet depuis la création de la société en 2008.

IDENTIFICATION & PLAN DE DIALOGUE AVEC LES PARTIES PRENANTES

Les parties prenantes de SWiTCH sont :

INTERNES
- Dirigeants
- Salariés
- Actionnaires
- Etc.

EXTERNES
- Fournisseurs
- Clients
- Partenaires institutionnels & associatifs
- Etc.

SWiTCH consulte et échange avec ses parties prenantes par le biais de :

- Des **interviews** avec des journalistes, des experts sur le sujet de la RSE ;
- Un **sondage annuel** sous la forme d'un questionnaire quantitatif et qualitatif ;
- Des **réunions de travail** sur les bonnes pratiques à développer, les erreurs à éviter, les points de vigilance, les méthodes et les outils à intégrer, les indicateurs clés de performance ;
- Des **ateliers thématiques** pour travailler en profondeur sur des sujets spécifiques ;
- Des **partenariats** pour partager des compétences et des savoir-faire.

LES ENJEUX & LES ATTENTES DES PARTIES PRENANTES

Pour les parties prenantes de SWiTCH, les enjeux sont les suivants :

DROIT DE L'HOMME
- Diversité & inclusion
- Autonomisation des femmes
- Respect des droits humains

RELATIONS & CONDITIONS DE TRAVAIL
- Droits fondamentaux au travail
- Solutions de bien-être au travail
- Prévention des risques psycho-sociaux & du stress
- Sécurité & Santé au travail
- Formation et développement des collaborateurs
- Attraction & Fidélité des talents
- Egalité Femmes-Hommes

ENVIRONNEMENT
- Energie
- Bien-être animal
- Gestion des emballages & déchets
- Impact des déplacements
- Impact du numérique
- Atténuation du changement climatique & limitation des émissions de GES

LOYAUTÉ DES PRATIQUES
- Information & Transparence
- Sélection des fournisseurs & Sous-traitants
- Confidentialité et protection des données clients
- Intégrité des affaires

GOUVERNANCE
- Dialogue avec les parties prenantes
- Participation des collaborateurs à la gouvernance de l'entreprise
- Transparence de la grille salariale
- Certification B Corp

QUESTIONS RELATIVES AUX CONSOMMATEURS
- Confidentialité et protection des données des consommateurs finaux

COMMUNAUTÉ & DÉVELOPPEMENT LOCAL
- Impact socio-économique local
- Participation à la vie associative locale
- Dons à des œuvres caritatives
- Mécénat de compétences à des œuvres caritatives

LA MATRICE DE MATÉRIALITÉ

SEULE, JE NE PEUX PAS CHANGER LE MONDE,
MAIS JE PEUX JETER UNE PIERRE DANS L'EAU ET
CRÉER DE NOMBREUSES ONDULATIONS.
- Mère Thérésa

ACTIONS RÉALISÉES EN 2020/2021

ACTIONS RÉALISÉES EN 2020/2021 POUR LIMITER L'IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT

1 Renouvellement de l'adhésion au 1% FOR THE PLANET

1 Versement de 1% du CA annuel avant imposition à Mountain Riders

1 Versement d'un don à ACT FOR THE OUTDOORS

1 Parrainage d'une ruche d'abeilles via Confidence d'Abeille

1 Procédure de certification B-Corp (en cours)

0,32 gr de CO_2 sont produits à chaque fois que le nouveau site web est consulté (soit 79% plus propre que la plupart des autres sites web dans le monde)

-23% Diminution du nombre de km parcours en voiture par rapport à l'exercice précédent (14 356 km réalisés en 2020/2021 contre 18 634 km en 2019/2020)

2 Trajets en train et 0 en avion

-3% de déchets par rapport à l'exercice précédent + Tri & recyclage des déchets

-1,197 Tonne d'émission de CO_2, grâce au nettoyage annuel des boîtes e-mails pour éliminer les messages inutiles et alléger le poids des données à conserver (29 936 e-mails détruits en 2020/2021)

20,572 kg de CO_2 émis (5 143 e-mails envoyés en 2020/2021)

ACTIONS RÉALISÉES EN 2020/2021 POUR LIMITER L'IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT

Focus sur le nouveau site web de SWiTCH

Ancien site web

Nouveau site web

ACTIONS RÉALISÉES EN 2020/2021 POUR UNE CONTRIBUTION TERRITORIALE DYNAMIQUE

34 Heures de bénévolat en tant que membre de conseils d'administration de plusieurs associations et entreprises du tissus économiques local

73 Heures de bénévolat en tant que membre de commissions de travail au sein d'associations liées au développement économique local ou sectoriel, en particulier dans le tourisme et les sports outdoor

1 Préparation & Production d'épisodes de podcast Outdoor Minds

1 Don annuel à l'Amicale des Pompiers d'Annecy pour soutenir leurs actions

2 640 € Mécénat de compétences pour des associations caritatives territoriales

ACTIONS RÉALISÉES EN 2020/2021 POUR UNE PERFORMANCE SOCIALE

1 Mise à jour annuelle du plan de prévention des risques au sein de l'entreprise

3 Heures de formation / collaborateur sur l'accueil des personnes en situation de handicap (contre 40h de formation sur des thématiques métier l'année précédente)

1 Mise à jour d'une grille de salaires connues et partagées par tous, basée sur le niveau de responsabilité et l'ancienneté pour garantir la transparence et l'égalité salariale de tous les collaborateurs

1 Mise à jour annuelle de la procédure de recrutement bienveillante

1 Mise à jour annuelle de la procédure d'accueil des nouveaux collaborateurs

56 Repas de collaborateurs pris en charge (contre 12 l'année précédente)

1 Athlète de haut-niveau sponsorisé (Nico d'Estais, skipper au grand large sur la Transat Jacques Vabres)

ACTIONS RÉALISÉES EN 2020/2021 POUR UNE PERFORMANCE ÉCONOMIQUE DURABLE

1 Production d'une étude de marché et de benchmark gracieusement mis à la disposition de tous gratuitement sur Slideshare (contre 2 l'année précédente) ;

4 Conférences & webinars offerts (identique à l'année précédente)

1 TEDxTalk « Comment le tourisme va sauver le monde ? »

6 Appels d'offres et compétitions déclinés parce qu'ils ne respectaient pas les bonnes pratiques de la charte La Belle Compétition (contre 36 en 2019/2020)

1 Labellisation FNEGE Expert (Fondation Nationale pour l'Enseignement de la Gestion des Entreprises)

1 Certification qualité « Qualiopi » au titre de la catégorie « ACTION DE FORMATION »

15% des achats priorisés auprès d'entreprises dirigées et/ou employant une majorité de femmes, ainsi que des individus issus de populations sous-représentées (identique à l'année précédente)

5% des achats priorisés auprès de fournisseurs ayant une stratégie de responsabilité sociale et/ou une charte éthique claire, affichée et effective ou membre du 1% FOR THE PLANET (identique à l'année précédente)

75% des achats priorisés auprès de fournisseurs historiques, c'est-à-dire avec lesquels il y a plus de 5 ans d'ancienneté de la relation de travail et/ou locaux (identique à l'année précédente)

IT ALWAYS SEEMS IMPOSSIBLE
UNTIL IT'S DONE.
- Nelson Mandela, Président de la République d'Afrique du Sud

Annexe

CHARTE ÉTHIQUE & DÉONTOLOGIQUE

Les principes énoncés dans cette charte s'appliquent à l'ensemble des salariés de SWiTCH.

1. AVOIR UNE ATTITUDE INTÈGRE

Avoir une attitude intègre, c'est **agir de façon honnête et transparente** en toutes circonstances.

Chacun s'engage à :

_ Refuser tout cadeau ou invitation ne s'inscrivant pas dans un contexte professionnel clair et transparent et/ou pouvant peser sur un choix, un jugement ou pouvant nuire à l'image de l'entreprise ;

_ S'interdire d'utiliser les moyens d'actions et ressources de l'entreprise à des fins illicites, ou de manière contraire à l'intérêt des clients ou de l'entreprise. Une utilisation raisonnable et minimale des ressources informatiques à des fins personnelles est tolérée dans le respect de la loi en vigueur et de la jurisprudence actuelle ;

_ S'interdire de permettre à autrui de s'enrichir illégalement au détriment de l'entreprise, d'un client ou d'un salarié ;

_ Identifier les situations de conflits d'intérêts, s'en prémunir et le signaler le cas échéant ;

_ S'interdire d'utiliser des informations privilégiées dans le cadre de transactions personnelles.

CHARTE ÉTHIQUE & DÉONTOLOGIQUE

Les principes énoncés dans cette charte s'appliquent à l'ensemble des salariés de SWiTCH.

2. RESPECTER L'ENTREPRISE, SES COLLABORATEURS ET SON ENVIRONNEMENT

Respecter l'entreprise et ses salariés, c'est **garantir le principe de non-discrimination et d'égalité de traitement** auprès des salariés, des clients et des fournisseurs et **favoriser le dialogue et la qualité de vie** au travail.

Chacun s'engage à :

_ Lutter contre toutes les formes de discriminations, de harcèlement (moral, sexuel) et contre toutes les formes d'agissements sexistes ;

_ Chercher à valoriser et favoriser les compétences de chacun ;

_ Veiller au respect des personnes et assurer à tous les collaborateurs un traitement équitable ;

_ Veiller à la santé et à la sécurité de tous ;

_ Être attentif à l'image de l'entreprise que l'on diffuse à l'extérieur ;

_ Être acteur de la protection de l'environnement et favoriser la réduction de l'impact environnemental des activités.

CHARTE ÉTHIQUE & DÉONTOLOGIQUE

Les principes énoncés dans cette charte s'appliquent à l'ensemble des salariés de SWiTCH.

3. SERVIR AU MIEUX L'INTÉRÊT DES CLIENTS

Servir au mieux l'intérêt des clients, c'est **être à l'écoute de leurs besoins et force de proposition pour concevoir, proposer et gérer des solutions adaptées à leur situation** et à leurs attentes.

Chacun s'engage à :

_ Concevoir des services adaptés au profil des clients et à leurs intérêts ;
_ Veiller à la clarté des services proposés aux clients et à la présentation équilibrée de l'information promotionnelle ;
_ Garantir la bonne information des clients et la loyauté des explications qui leurs sont données ;
_ Apporter une attention particulière à la compréhension et à l'analyse des besoins des clients ;
_ Agir au mieux des intérêts des clients en respectant les règles applicables en matière de devoir et de conseil ;
_ Garantir un traitement équitable des clients ;
_ Respecter ses engagements vis-à-vis des clients.

CHARTE ÉTHIQUE & DÉONTOLOGIQUE

Les principes énoncés dans cette charte s'appliquent à l'ensemble des salariés de SWiTCH.

4. RESPECTER LES PARTENAIRES ET FOURNISSEURS

Respecter les partenaires et fournisseurs, c'est **entretenir avec eux des relations de qualité fondées sur la transparence et l'équité**.

Chacun s'engage à :

_ Traiter les partenaires et fournisseurs avec impartialité et équité ;

_ S'interdire de bénéficier et/ou de profiter d'avantages personnels dans le cadre d'une relation avec un partenaire ou un fournisseur ;

_ Apporter une attention particulière aux partenaires qui pourraient être considérés comme « fragiles » ;

_ Respecter ses engagements, notamment en réduisant le plus possible les délais de règlements des factures ;

_ Être sincère et honnête dans la diffusion d'informations ;

_ Signaler tout comportement d'un partenaire ou d'un fournisseur en opposition avec nos valeurs et la présente charte éthique et déontologique.

CHARTE ÉTHIQUE & DÉONTOLOGIQUE

Les principes énoncés dans cette charte s'appliquent à l'ensemble des salariés de SWiTCH.

5. VEILLER À LA CONFIDENTIALITÉ DES INFORMATIONS

Veiller à la confidentialité des informations, c'est **communiquer de façon responsable sur les données** de l'entreprise et traiter avec la plus grande attention les informations qui nous sont confiées.

Chacun s'engage à :

_ Respecter les règles relatives à la protection des données à caractère personnel et au respect de la vie privée ;

_ Veiller au respect du secret professionnel ;

_ Protéger les informations non publiques de l'entreprise et autres informations confidentielles sensibles ;

_ Préserver la confidentialité des informations recueillies dans le cadre des échanges avec les clients, les partenaires commerciaux et fournisseurs ainsi que le contenu des contrats signés ;

_ S'interdire de divulguer des informations qui pourraient être utilisées pour nuire à la réputation d'une personne ou de l'entreprise.

CHARTE ÉTHIQUE & DÉONTOLOGIQUE

Les principes énoncés dans cette charte s'appliquent à l'ensemble des salariés de SWiTCH.

6. RESPECTER LES RÈGLES D'UNE CONCURRENCE DYNAMIQUE ET LOYALE

Respecter les règles d'une concurrence dynamique et loyale, c'est **être favorable à une compétition libre** exercée par tous les acteurs du marché et **garantir un traitement équitable lors de la sélection des fournisseurs**.

Chacun s'engage à :

_ Analyser les propositions commerciales avec impartialité et équité, faire des choix et prendre des décisions fondées sur des critères objectifs (ex : prix, qualité technique, circuit court, impact sur l'environnement, etc.) ;
_ S'interdire de diffuser des informations pouvant avantager un tiers ;
_ S'assurer d'une utilisation honnête des informations de nos concurrents et ne pas tenir de propos dénigrants ;
_ Agir en toute loyauté et indépendance vis-à-vis des partenaires extérieurs (traitement équitable, exactitude des informations communiquées…).
_ Participer uniquement à des appels d'offres et compétitions qui respectent les bonnes pratiques de la charte La Belle Compétition, dont SWiTCH est signataire et qui a été élaborée par l'Association des Agences Conseils en Communication (AACC), l'Association Design Conseil, le Syndicat du Conseil en Relations Publiques, l'UDECAM, l'Union des Marques.

CHARTE ÉTHIQUE & DÉONTOLOGIQUE

Les principes énoncés dans cette charte s'appliquent à l'ensemble des salariés de SWiTCH.

7. SE CONFORMER AUX LOIS, RÈGLEMENTS ET CHARTES INTERNES

Se conformer aux lois, règlements et chartes internes, c'est **connaître et respecter l'ensemble des règles applicables** à son activité.

Chacun s'engage à :

_ Suivre les formations obligatoires ainsi que celles spécifiquement nécessaires à l'exercice de son métier ;

_ S'informer des lois et règlements qui régissent son activité ;

_ Respecter les politiques, instructions et procédures internes, et lois applicables à son domaine d'activité ;

_ Respecter les règles de déontologie professionnelle qui correspondent à son activité ;

_ Être vigilant quant aux risques de fraude, blanchiment d'argent et financement du terrorisme et de la corruption ;

_ Alerter son supérieur hiérarchique ou la Direction de l'entreprise en cas de non-respect des règles observées dans son environnement.

CHARTE ÉTHIQUE & DÉONTOLOGIQUE

APPLICATION

_ Cette charte ne se substitue pas aux textes applicables, notamment aux lois et règlements, statuts, règlements intérieurs, procédures et instructions, qui prévoient leurs propres modalités d'application.

_ Elle est complétée par le règlement intérieur de l'entreprise, qui précise les règles générales et permanentes en matière d'hygiène, de sécurité et de discipline.

_ La violation de l'une ou de plusieurs des règles ainsi décrites est susceptible de constituer une faute pouvant entraîner l'engagement d'une procédure disciplinaire. Cette procédure peut aller jusqu'au licenciement dans le cadre des dispositions du règlement intérieur.

_ La présente charte éthique et déontologique est entré en vigueur le 08/03/2021.

THERE IS NO BUSINESS
TO BE DONE ON
A DEAD PLANET
- Yvon Chouinard, Fondateur de Patagonia

EUROPE

5 Route de Pringy
Annecy-le-Vieux
74000 Annecy
France

USA

1060 Tiger Tail Dr
Riverside,
CA 92506
USA

CANADA

1029 Rue Longpré
Mascouche,
QC J7K 2X6
Canada

Tel. + 33 (0) 675 705 859
infos@switchconsulting.fr
www.switchconsulting.fr

SUIVEZ-NOUS SUR