

Dossier RSE 2021

*wedoo*gift

**Faire mieux aujourd'hui
pour demain.**



SOMMAIRE.

Le mot du CEO
Notre histoire
Les chiffres-clés

1 Notre analyse de matérialité

Introduction
Méthodologie

2 Notre vision, nos valeurs

2021: année d'introspection
2021 : années d'actions
Sodexo et nous

3 Nos engagements

Agir pour les individus
Agir pour les communautés
Agir pour le climat

Conclusion
Annexes

Le mot du CEO.



Avec 2020, nous pensions avoir déjà vu beaucoup de choses. Nous étions pourtant loin de nous imaginer ce qui nous attendait pour 2021.

En 2021, nous avons décidé d'aller plus loin sur la RSE en travaillant sur notre vision, en créant un département uniquement dédié au développement durable et en impliquant nos parties prenantes dans nos réflexions éthiques pour créer un impact positif plus fort.

Dans ce reporting, nous n'avons pas la prétention d'être les meilleurs, simplement la volonté de travailler à être exemplaires. Et nous souhaitons montrer à nos collaborateurs, nos clients, nos bénéficiaires, nos actionnaires, nos partenaires d'affaires et même à nos concurrents que le développement durable est l'enjeu de tous et que des actions doivent être mises en place.

C'est pourquoi nous profitons de ce rapport pour réaffirmer notre soutien au Global Compact des Nations Unies et notre adhésion aux Dix principes relatifs au respect des droits de l'homme, aux normes internationales du travail, à la protection de l'environnement et à la lutte contre la corruption.

L'urgence climatique n'est plus à nos portes, nous sommes en plein dedans !

Au-delà d'être conscients des enjeux, les entreprises en tant que personne morale ont le devoir de sensibiliser et demander des comptes à leurs partenaires, de prendre des actions pour limiter leur impact négatif sur les communautés et l'environnement, de réparer les erreurs qu'elles ont pu commettre et enfin de contribuer à construire le monde de demain par l'innovation et le financement de projets ambitieux.

Jérôme Proust,
CEO de Wedoogift

2014

wedoogift

Création de Wedoogift

2018

50

collaborateurs

2019

100

collaborateurs



1ère **application mobile**



Labellisation **ecovadis silver**

2020



Lancement **Titres-restaurants**
et **Wedosite**



Labellisation **Happy at Work**

2021

wedoogift x **sodexo**

Sodexo devient actionnaire majoritaire



Labellisation **ecovadis gold**

2022

200

collaborateurs



En route pour B Corp !



Introduction.

Parce qu'une démarche RSE ne se construit pas seule et que c'est l'alignement collectif qui fait bouger les choses, nous avons, pour la troisième année consécutive, réalisé une enquête auprès de nos parties prenantes (collaborateur-trices, clients, bénéficiaires, actionnaires, partenaires...) pour prioriser nos enjeux. Dénommée analyse de matérialité, cette enquête nous permet de définir notre feuille de route 2022.

Pourquoi effectuer une enquête cette année encore ?

Entre cette enquête et la précédente, notre entreprise a pratiquement doublé sa masse salariale, ce qui a impacté notre culture et les sensibilités de chacun. C'est pourquoi, il était important de pouvoir réaliser à nouveau une analyse poussée avec ces nouvelles données. Pour la première fois, nous avons décidé d'étendre notre étude à l'ensemble des parties prenantes.

Détails sur l'analyse.

Une analyse de matérialité est un outil qui nous permet de définir notre stratégie RSE en recensant les différents sujets prioritaires auprès des parties prenantes de notre organisation. Il s'agit d'une enquête qui reprend les thématiques principales liées au développement durable avec pour objectif de construire et de corriger notre feuille de route pour l'année 2022.

Afin de mesurer le poids de chaque thématique, il a été demandé aux participants d'évaluer des enjeux RSE de 1 à 3 selon leur sensibilité propre : **1 « moins important » ; 2 « important » et 3 « crucial ».**

Les réponses ont ensuite été réparties en deux groupes afin d'établir une moyenne pour les deux échantillons :

- « Parties prenantes externes » (bénéficiaires, clients et enseignes partenaires)
- « Parties prenantes internes » (salarié.es et Direction générale)

Les résultats pour chaque enjeu ont ensuite été croisés en abscisse (parties prenantes internes) et en ordonnée (parties prenantes externes) afin d'obtenir une matrice des matérialités.

La synthèse, des réponses des parties prenantes nous indique que :

- les enjeux sociaux jugés « cruciaux » sont pour la plupart similaires à 2020,
- les enjeux environnementaux ont évolué.
- les enjeux de gouvernance sont plus nombreux

Matrice des matérialités 2021

Le Top 10 de notre matrice des matérialités 2021

1. Environnement de travail
2. Qualité de vie au travail (QVT)
3. Poste de travail
4. Harcèlement et discrimination
5. Égalité Femme/Homme
6. Neutralité carbone
7. RGPD
8. Évolution professionnelle
9. Formation
10. Expérience clients et bénéficiaires

Vous voulez en savoir plus ? 

Retrouvez l'ensemble de notre matrice en annexe !

Pour aller ...

Bien-être

Au niveau des enjeux sociaux désignés comme « cruciaux », on constate par rapport à l'an dernier que tous les sujets inhérents au bien-être de nos collaborateurs.trices sont toujours très importants. En effet, nous avons observé à l'époque une nette augmentation de l'intérêt autour des thématiques de bien-être que nous avons alors corrélé à la crise sanitaire.

Nous avons bien entendu inscrit ces sujets comme des enjeux prioritaires de notre feuille de route 2021 et nous sommes déjà fiers de pouvoir rendre compte des éléments suivants :

- 90% de nos collaborateurs.trices avec un an d'ancienneté ou plus ont reçu une formation liée à leur métier.
- Une prime de télétravail a été mise en place afin de permettre aux salarié.e.s de s'équiper.
- Une procédure d'alerte a été mise en place sur les sujets d'égalité, de lutte contre le harcèlement et les discriminations.

Cette procédure sera renforcée par des actions de sensibilisation et la mise en place d'un référent harcèlement et discrimination au cours de l'année 2022.

Environnement

Les résultats environnementaux ont considérablement évolué, avec l'apparition d'enjeux « cruciaux » comme la pollution numérique et les achats responsables. Sujets intrinsèquement liés à notre activité, il est intéressant de constater une prise de conscience côté collaborateurs ainsi qu'un intérêt manifeste de la part de nos parties prenantes externes. Nous prévoyons de lancer des sensibilisations liées aux usages du numérique ainsi qu'une réflexion sur le stockage de nos données.

RGPD

Par ailleurs, certainement lié à l'ouverture de l'enquête aux parties prenantes externes, des enjeux comme la RGPD ou la satisfaction de nos clients sont devenus des enjeux cruciaux. Conscients de cette nécessité, nous avons cette année doublé les effectifs de notre équipe support et avons également recruté une dizaine de responsables de comptes clients (customer success managers) afin d'accompagner au mieux nos partenaires.

plus loin !

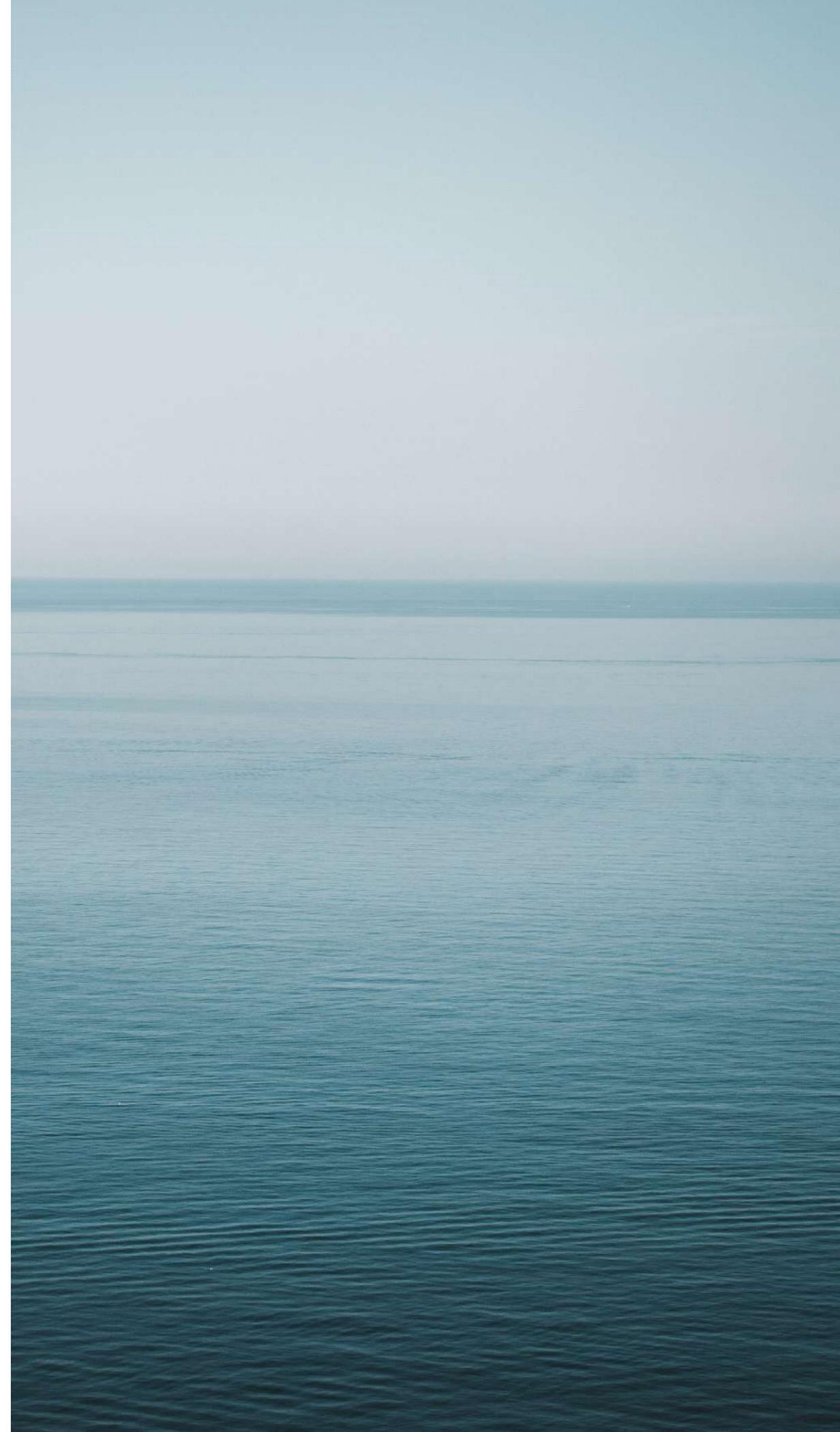
Conclusion.

Cette nouvelle enquête nous a permis de mettre en exergue notre devoir de renforcer nos politiques inhérentes au bien-être des collaborateurs.trices et a également mis en lumière de nouveaux enjeux RSE pour Wedoogift liés au numérique et aux achats responsables pour le volet environnemental ou encore la RGPD, la satisfaction de nos clients et bénéficiaires et le lancement de nouveaux produits sur le volet gouvernance.

Au regard de cette enquête, Wedoogift s'engage donc dans sa feuille de route 2022 à mettre l'accent sur le travail autour des enjeux RSE jugés cruciaux. Nous sommes très satisfaits de constater que les engagements de nos parties prenantes vont dans la même direction que ceux que nous portons au quotidien et sur lesquels nous souhaitons nous engager davantage.

Pour recevoir l'enquête complète, n'hésitez pas à nous contacter directement à l'adresse suivante :

rse@wedoogift.com



2021, année d'introspection.

Si on nous avait dit tout ce qu'il se passerait en 2021, nous n'y aurions pas cru ! Après un début (milieu) d'année perturbé comme nombre d'entreprises, nous avons réussi dans un contexte de crise sanitaire à nous surpasser. Nous avons intégré plus de **soixante nouveaux collaborateurs** et, grâce à leur travail, l'entreprise a pu atteindre et même dépasser son objectif annuel en générant un chiffre **d'affaires de 17 millions d'euros**.

2021 est également une année charnière puisqu'elle marque notre rapprochement historique avec le groupe Sodexo sur leur activité « Benefits and Rewards », un partenariat dont nous sommes très heureux et sur lequel nous donnerons davantage d'informations dans le présent rapport.

Nous avons également pu **lancer une réflexion sur nos valeurs**, ce qui nous différencie de nos concurrents, ce qui nous anime au quotidien et guide nos choix. Pour ce faire, nous avons tout d'abord mené l'**enquête auprès d'un échantillon représentatif de 25 collaborateurs** (CDI, CDD, stages) afin de faire une photographie à l'instant T des valeurs de l'entreprise.

2 Notre vision, nos valeurs.

ÉCOUTE HUMILITÉ
TRANSPARENCE
BIENVEILLANCE BIEN-ÊTRE
ENTRE-AIDE
AUTONOMIE CONFIANCE

Il en est ressorti que nos collaborateurs portaient sur l'entreprise un regard ambitieux et pointé vers l'avenir, mais également qu'ils percevaient une grande bienveillance de la part de leur manager et avaient confiance en leur Direction pour les aider à évoluer, pour être à leur écoute et leur donner les moyens de grandir.

Suite à cette enquête nous avons voulu aller plus loin en nous interrogeant sur notre activité et les raisons qui poussent ces hommes et ces femmes qui font vivre l'entreprise à avoir une telle perception ?
Après tout, des résultats vérifiés auprès de l'organisme de notation ChooseMyCompany ne s'inventent pas.



Nous en sommes arrivés à la conclusion que nous n'étions pas seulement des pourvoyeurs de solutions RH et d'avantages salariés. Nous allons plus loin en proposant une entreprise qui fait un modèle de sa qualité de vie au travail, de son rôle positif auprès des communautés et de son impact limité sur le climat.

C'est quoi « l'impact positif » ?

Si l'on voit partout fleurir les notions *d'impact* ou *d'impact positif*, nous avons décidé qu'une définition était nécessaire avant d'aller plus loin. Tout d'abord, précisons que le terme « impact » est polysémique dans le sens où il désigne un « effet » négatif comme positif sur quelqu'un ou quelque chose; et qu'un même effet peut avoir en même temps des résultats positifs et négatifs sur des individus, des communautés ou le climat.

Voilà où nous voulons en venir, les activités de notre entreprise - comme celles de n'importe quelle organisation - entraînent des conséquences bénéfiques ou néfastes sur leur écosystème.

Quand nous parlons d'impact positif, nous évoquons le fait de veiller à ce que nos choix de développement soient guidés par l'idée de ne nuire ni aux individus ni à la planète. Dans le cas où nous n'avons pas pu tenir ce principe, nous nous engageons à mettre en place des mécanismes de réparation.

Ainsi, que ce soit à travers nos produits ou nos services, nous nous donnons la double mission :

- d'améliorer les conditions matérielles d'existence - **pour « mieux-vivre »**
- d'oeuvrer à une cohabitation harmonieuses entre les individus et leur environnement - **pour « vivre-ensemble »**.

Au quotidien, nous illustrons cette ambition à travers nos partenariats, nos achats, dans des actions de sensibilisation et plus généralement dans l'ensemble de nos choix de consommation. Au terme de ces réflexions, retour sur une année riche en actions !

2021, année d'actions.

Ecovadis Gold, nous l'avons voulu, nous l'avons eu !



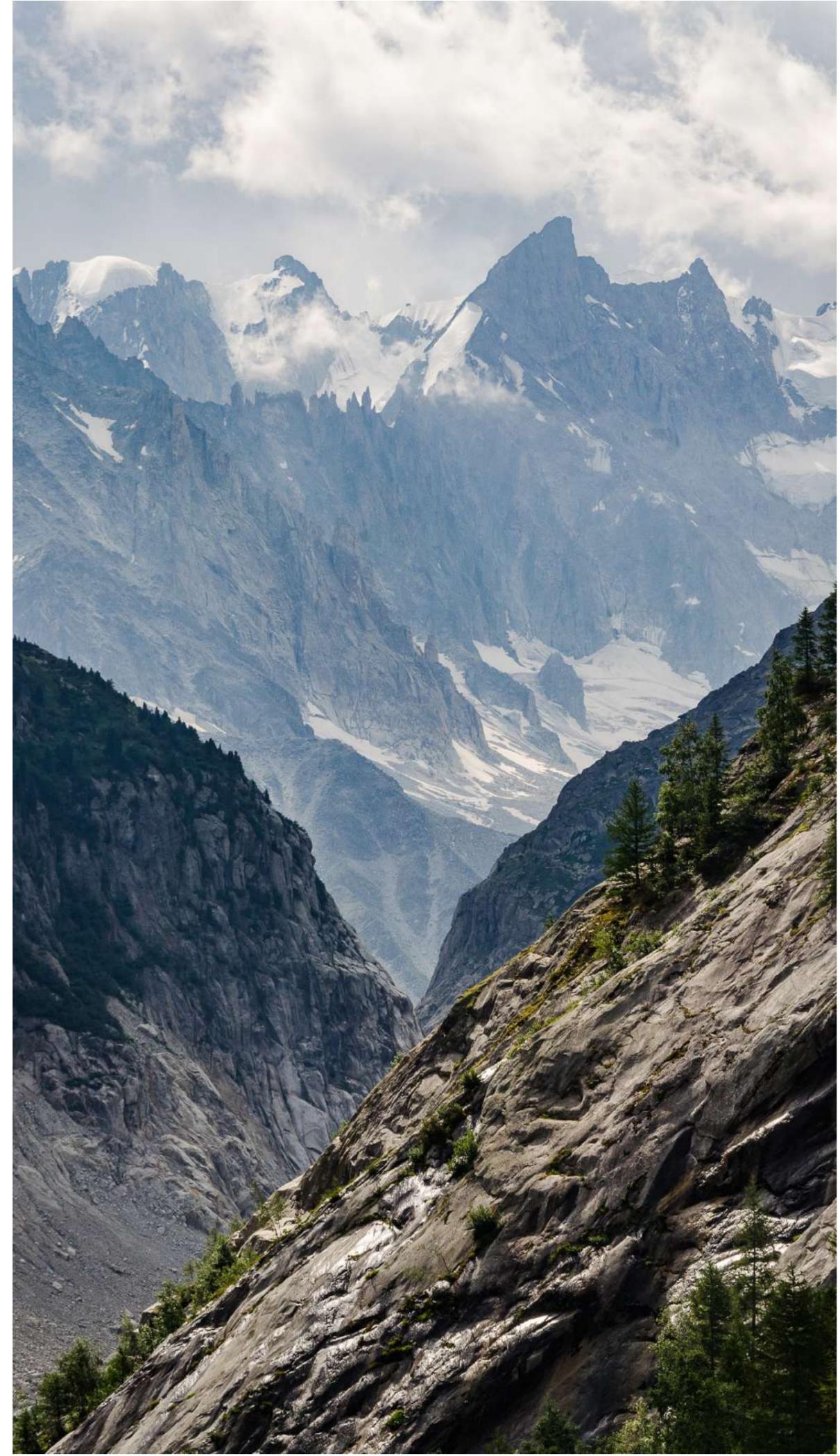
Il y a un an, nous vous avons annoncé notre volonté d'obtenir le label **Ecovadis Gold** afin d'attester de la véracité de notre engagement et du bien fondé de nos actions RSE.

Ce label récompense **deux années de travail sur notre performance RSE** et nous en sommes très fiers. Passer de 46 à 69 points sur 100 était un beau challenge et nous sommes d'ores et déjà en train de travailler sur nos axes d'amélioration pour passer la barre des **75 points et décrocher la médaille de platine**.

En route pour B Corp !

Depuis 2006, B Corp est un mouvement qui distingue les entreprises qui réconcilient but lucratif (for profit) et intérêt collectif (for purpose) autour de 5 domaines d'impact : **Gouvernance, Collaborateurs, Collectivité, Environnement et Clients**. Après deux ans de travail, nous sommes enfin éligibles au précieux sésame et nous nous lançons dans l'aventure !

**« Les B Corp souhaitent apporter leur contribution positive à la société et ne cherchent pas à être les meilleures AU monde, mais les meilleures POUR le monde ! »»*



Agir pour le climat.

Mesurer notre impact en termes de gaz à effet de serre (GES)

Notre bilan carbone

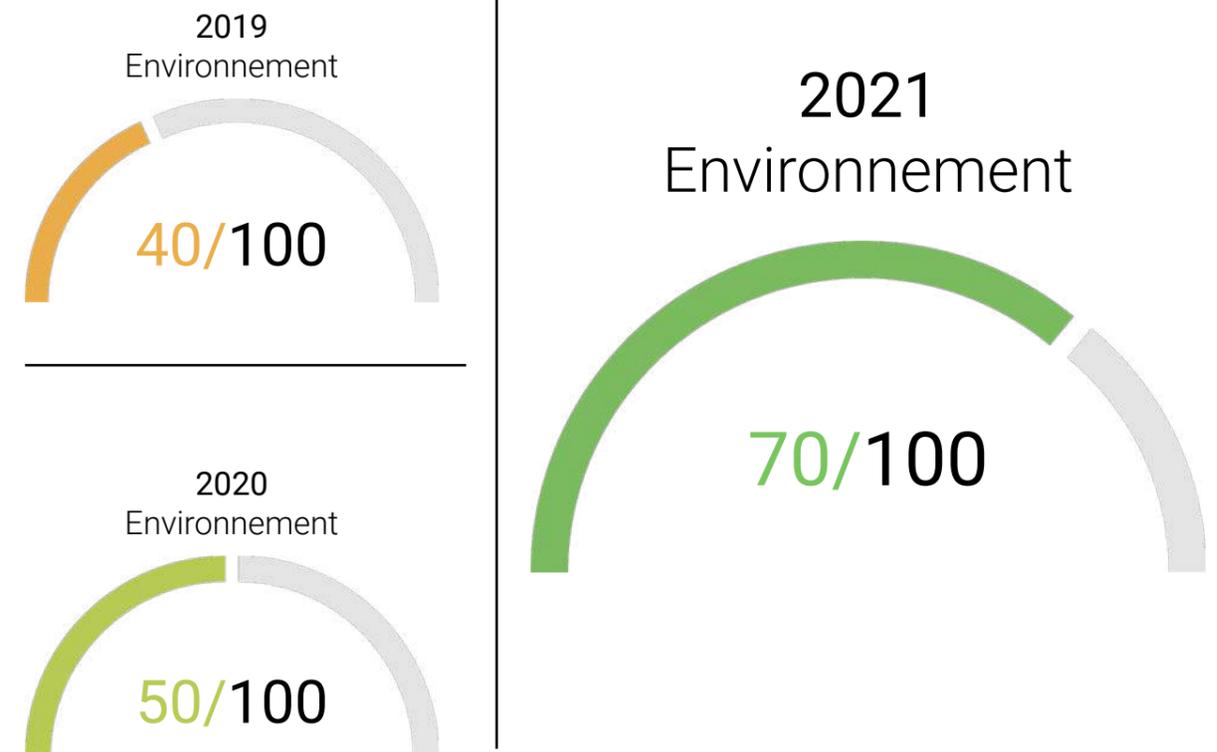


Nous faisons partie des premiers signataires du Climate Act, un engagement concret des entreprises de la French Tech en faveur de la mesure et de la réduction de leur empreinte carbone. Nous avons rejoint ce mouvement car nous partageons les mêmes valeurs : **responsabilité et transparence**. En effet, toutes les entreprises signataires s'engagent également à publier leur bilan carbone afin qu'il soit accessible à qui souhaite le consulter.

C'est ainsi que nous avons effectué notre bilan GES auprès de l'entreprise **Sami.eco**. Ce dernier nous a permis de mettre en exergue nos principaux facteurs d'émission à savoir le numérique et les achats.

L'évolution de notre impact environnemental

Depuis 2019 et la première évaluation de notre performance RSE par l'organisme Ecovadis, nous sommes fiers de pouvoir aujourd'hui présenter un net progrès en matière d'environnement. Bien entendu, le travail à accomplir est encore grand mais nous avons intégré une démarche d'amélioration continue sur l'ensemble de notre chaîne de valeur.



Sodexo et nous.

Se nourrir de l'expérience et des bonnes pratiques du groupe

Prémices

Lors de sa création en 1966, Pierre Bellon rédigeait les valeurs de son entreprise avant son premier recrutement : esprit de service, esprit d'équipe et esprit de progrès. Son objectif était déjà ambitieux : avoir un impact positif.

Better tomorrow 2025 et communauté RSE

Que ce soit à travers leur plan d'actions « Better Tomorrow 2025 » ou encore la CSR Champions Community qui regroupe tous les acteurs RSE du groupe, nul doute que nous partageons avec notre nouveau partenaire des valeurs et un engagement fort.

Rester force de proposition

En tant que filiale, nous décidons de nos axes d'orientation, notre stratégie pour avoir de l'impact positif, les certifications que nous voulons présenter. Ainsi, nous nous engageons auprès de l'ensemble de nos parties prenantes à conserver notre ligne directrice.



3 Nos
engagements.

Agir pour les individus.

Dans notre précédent rapport, nous faisons état de notre engagement autour des notions de communauté, climat et choix éthiques. Afin d'être au plus proche de notre vision, nous avons décidé d'ajouter la notion « d'individus » qui est centrale dans notre démarche.

De par les différents axes de nos politiques RH et notre culture d'entreprise, nous faisons en sorte de répondre quotidiennement à **sept des quatorze Objectifs de Développement Durable des Nations Unies**.



Culture d'entreprise

Nous avons fait du « **mieux-vivre ensemble** » notre devise et nous nous faisons un devoir de l'appliquer en interne.

Depuis son recrutement jusqu'à ce qu'il nous quitte, en passant par les différents événements de sa vie professionnelle et personnelle, un collaborateur est accompagné-e par son manager ainsi qu'une équipe RH fermement engagée en faveur de sa qualité de vie au travail.

Culture inclusive, culture du feedback, bienveillance, droit à l'erreur et opportunités d'évolution rapide sont tout autant de bonnes pratiques qui font de notre **culture d'entreprise, un modèle dans notre écosystème**.

1% d'absentéisme

42% de femmes sont managers et 33% sont au comex

Qualité de vie au travail (et celle d'après)

Si les valeurs et la culture d'entreprise sont essentielles à l'épanouissement des individus, nous sommes conscients que le mieux-vivre passe également par des avantages en nature.



Les loisirs

Subventions cinémas
Chèques cadeaux et Culture



La Santé

Mutuelle 100% prise en charge
Sport subventionné
Politique mobilité durable (prise en charge des transports à 100%)



Formation

90% de nos collaborateurs ont reçu une formation en lien avec le métier



Le Mieux-vivre

Titre-restaurant
Accord d'intéressement
Crèches

Petite astuce

Le sondage est un outil essentiel pour connaître les envies et besoins des collaborateurs.

Coup d'oeil sur notre politique mobilité durable

Il y a un peu plus d'un an, nous avons mis en place une politique mobilité durable dont l'objectif est d'inciter nos collaborateurs à emprunter des modes de transport durable.



Chacun de nos collaborateurs peut choisir entre :

- ✓ Se faire rembourser l'intégralité de son abonnement de transports en commun.
- ✓ Obtenir une prime pour l'achat d'un vélo, trottinette, covoiturage.
- ✓ Bénéficier d'un mélange des deux options.

Depuis le lancement de cette offre, ce sont **13 collaborateurs** qui sont devenus cyclistes ou adeptes de solutions de transports partagés mis à disposition par les villes dans lesquelles nous sommes implantées.



Agir pour les communautés.

Faire de l'emploi un levier d'insertion

Pour favoriser la diversité et l'inclusion au coeur de l'entreprise, nous travaillons désormais avec **quatre établissements et services d'aides par le travail (ESAT) et entreprises adaptées (EA)**.



Anais, Christopher, Francis, Julien... Que ce soit pour le nettoyage de nos locaux, la revalorisation de notre matériel informatique, l'achat de fournitures de bureau ou encore la confection de nos goodies, nous faisons confiance à ces hommes et ces femmes.

Nous travaillons main dans la main.



Avoir de l'impact à travers nos achats

Nos résultats 2021

Depuis 2019, nous faisons évaluer notre performance RSE par Ecovadis. Avec leurs recommandations, nous sommes parvenus à améliorer notre démarche.



Cette année, Provigis a également reconnu notre engagement en matière d'achats responsables et nous décerne une belle médaille de bronze.

Label Relations Fournisseurs et Achats Responsables (RFAR)

Après de nombreux efforts pour améliorer nos pratiques d'achats sur l'ensemble de notre chaîne de valeur, nous sommes fiers **d'avoir obtenu le label Relations Fournisseurs et Achats Responsables (RFAR)** qui vient attester de nos bonnes pratiques à l'aune de la norme ISO 20 400 relative **aux achats responsables**. L'accomplissement d'un long travail débuté au deuxième trimestre 2021, mais aussi le début d'un plan d'actions ambitieux sur trois ans pour mettre en place des politiques, procédures et contrôles toujours plus efficaces.



Pourquoi mettre en place cette démarche ?

Nos achats reflètent nos valeurs

Depuis notre création, nous avons cherché à faire la différence en adoptant un modèle économique différenciant et transparent pour tous nos partenaires d'affaires en adoptant des pratiques d'achats irréprochables.

Encourager les fournisseurs dans leur démarche RSE

Nous interrogeons de plus en plus nos fournisseurs sur leurs pratiques RSE et leur proposons de les accompagner dans la mise en place d'actions et de politiques en ligne avec nos attentes respectives.

Exemplarité dans notre filière

Avoir un impact positif passe aussi par la sensibilisation à des sujets éthiques de nos partenaires d'affaires. C'est pourquoi en 2020, nous avons lancé la première version de notre éthiscore. L'objectif de cet éthiscore est de comparer les enseignes d'un même secteur sur des critères RSE et de permettre à nos bénéficiaires d'acheter en pleine conscience. Nous souhaitons retravailler cet outil en 2022 afin de pouvoir l'étendre à l'ensemble de nos enseignes.

Éthique des affaires et sécurité



Lutte contre la corruption

Début 2021, nous avons mis en oeuvre un dispositif de lutte contre la corruption en intégrant, par exemple, dans nos contrats un code de conduite fournisseurs que ces derniers doivent signer afin de respecter les standards éthiques de notre société.

Nous avons aussi formé nos collaborateurs en mars 2021 à l'éthique des affaires et leur avons présenté les grands principes, ainsi que des exemples concrets pour les aider à identifier des situations à risques dans leur quotidien (corruption, conflits d'intérêts, partage de données confidentielles).

Nous n'étions, à cette époque, pas assujettis aux obligations de la loi Sapin II mais, au regard de nos valeurs, nous tenions à ce que nos collaborateurs soient formés a minima sur ces sujets.

Lutte contre la fraude et sécurité des données

Nous avons aussi redoublé d'efforts durant l'année 2021 pour **améliorer l'expérience utilisateur et garantir la sécurité des données**. Pour cela, nous avons travaillé de concert avec différents acteurs : autorités, cabinets d'avocats, métiers pour renforcer notre dispositif de sécurité.

Nous sommes conscients que la protection des données constitue aujourd'hui **un critère de sélection pour nos utilisateurs et un avantage concurrentiel**. Nous sommes également conscients que de nombreux défis nous attendent en matière de cybersécurité.

Nous sommes résolument engagés à relever ces défis.

Ainsi, nous avons l'ambition de continuer à rendre nos dispositifs de sécurité encore plus robustes et former de façon continue nos collaborateurs sur ces enjeux.

Membre du Cercle d'Éthique des Affaires

Depuis début 2021 nous sommes membre du Cercle d'Éthique des Affaires, une organisation qui s'est donnée pour mission de promouvoir l'éthique et la conformité dans le management et la gouvernance des entreprises françaises et, par ses travaux, nourrir la réflexion des décideurs privés et publics.



Transparence

La transparence est l'une des valeurs éthiques qui anime la conformité dans son quotidien dans toutes ses relations (autorités, fournisseurs, prestataires, direction, métiers).

Fresque du climat



Enfin à l'occasion de la **Semaine Européenne du Développement Durable**, nous avons décidé de lancer fin septembre 2021 des sessions de sensibilisation aux enjeux du réchauffement climatique grâce à la Fresque du Climat créée par Cédric Rinenbach. Il s'agit d'un atelier ludique et participatif d'une durée de 3 heures qui repose sur un jeu de 42 cartes pour comprendre le dérèglement climatique.

Petite astuce ⚡

Nous avons mis en place un calendrier libre d'accès avec des sessions régulières « Fresque du climat ».

Contribuer à la neutralité carbone

Suite à la publication de notre premier **bilan carbone**, nous avons mis en place un plan d'actions pour réduire nos impacts. Celui-ci s'articule autour de notre politique achats responsables. En effet, nous avons intégré une logique d'achat durable dans notre démarche. En plus de prendre en compte les délais et la qualité, nous avons désormais inclus des critères RSE liés à l'impact environnemental, économique et social, c'est la notion de « coût total ».

Quels sont les critères RSE que nous prenons en compte ?

- écologique
- équitable
- éthique
- solidaire

C'est quoi une logique de coût total ?

Le coût total de possession, contrairement au coût du produit, prend en compte l'ensemble des coûts associés à l'utilisation et la fin de vie d'un produit.

Label bas carbone

Conscients que nos activités ne sont pas neutres, nous sommes également inscrits dans une démarche de contribution à la neutralité carbone via le **Manifeste d'engagement du Label bas-carbone** porté par la ministre de la Transition écologique, Barbara Pompili.

Celui-ci nous engage durant les **3 prochaines années à financer des projets labellisés bas carbone** pour contribuer à atteindre l'objectif du gouvernement de séquestrer un million de tonnes de CO2.



Et nous avons **déjà commencé !** Cet été nous avons investi dans un projet visant à restaurer une forêt de 3244 hectares située à Orches dans la Vienne. Ce projet labellisé devrait permettre de séquestrer d'ici 30 ans l'équivalent de nos émissions de CO2 de 2020, soit environ 670 tonnes de CO2.

Time for the Planet

Time for the Planet est un fonds d'investissement citoyen qui lève progressivement 1 milliard d'euros pour financer **100 entreprises qui luttent à l'échelle mondiale contre le dérèglement climatique**. Wedoogift est fier d'être actionnaire de ce fonds et de contribuer à la création de projets innovants.

Rejoindre Time for the Planet c'est aussi rejoindre une communauté : « la galaxie de l'Action » dans laquelle nous avons hâte de nous engager.



Time for the planet

Recycler et valoriser : un enjeu au coeur de notre engagement climatique

Quelques chiffres

500

cartes plastiques multi-enseignes et Wedoofood recyclées

628kg

de marcs à café collectés, soit 19 000 tasses de café et 126 sacs de compost

15kg

de mégots récoltés

1

grande collecte de déchets numériques

Petite astuce ⚡

Afin de sensibiliser nos collaborateur·trices aux enjeux du recyclage et de la valorisation, nous publions des quizz sur nos bilans chiffrés : ils se rendent ainsi compte de leur impact tout en s'amusant.

Les impact'teliers : les ateliers à impact

« Un jour, dit la légende, il y eut un immense incendie de forêt. Tous les animaux terrifiés, atterrés, observaient impuissants le désastre qui s'étendait sous leurs yeux. Seul le petit colibri s'activait, allant chercher quelques gouttes avec son bec pour les jeter sur le feu. Après un moment, le tatou, agacé par cette agitation qui lui semblait dérisoire, lui dit : « Colibri ! Tu n'es pas fou ? Ce n'est pas avec ces gouttes d'eau que tu vas éteindre le feu ! » Et le colibri lui répondit : « Je le sais, mais je fais ma part. » »

Nous avons fait nôtre, cette légende du colibri aujourd'hui bien connue en mettant en place les impact'teliers. En effet, si l'engagement des entreprises est essentiel, celui des individus est également très important pour réduire notre impact environnemental.

DYI « zéro déchet »

Le principe des Do It Yourself « zéro déchet » est de proposer un atelier ludique et créatif à nos collaborateurs pour leur montrer que des alternatives de consommation sont possibles.



Clean Walk

À l'occasion de la **Semaine Européenne de la Réduction des Déchets**, nous avons également lancé notre premier « clean walk » avec un objectif modeste mais atteint de collecter en une heure le maximum de déchets autour de nos bureaux. Et ce sont un peu plus de **10kg collectés par notre équipe engagée**.

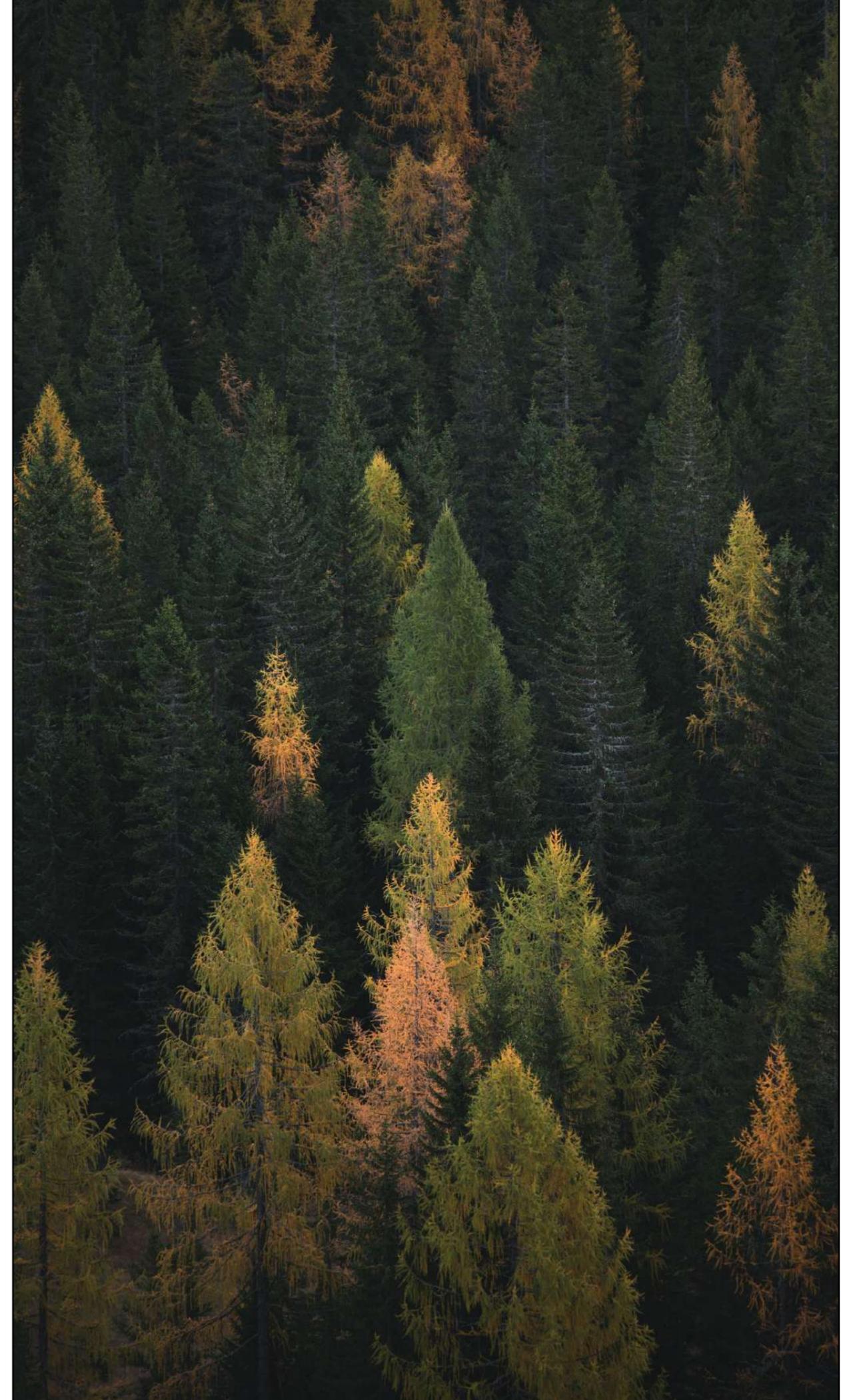
En constatant l'enthousiasme de nos collaborateurs et de nos voisins, nous avons décidé d'organiser des clean walk régulièrement à partir de 2022.



Appel à la participation

Vous êtes une entreprise et vous souhaitez partager vos idées ou prendre part à nos impact'teliers, soyez les bienvenus !

N'hésitez pas à nous contacter à l'adresse suivante :
rse@wedoogift.com



Conclusion.

Nous n'avons pas la prétention de faire mieux que les autres, nous apprenons, c'est tout, parfois de nos erreurs, d'autres fois de nos réussites et toujours grâce aux autres.

C'est pourquoi nous souhaitons profiter de ce reporting pour **remercier l'ensemble de nos partenaires d'affaires et parties prenantes**. C'est par vos exigences et vos recommandations, grâce à vos questions et solutions que nous nous améliorons.

Nous remercions tout particulièrement l'ensemble de nos collaborateurs qui incarnent avec justesse nos différentes politiques RSE et nous encouragent à déployer des actions au quotidien.

*« C'est dans les utopies d'aujourd'hui
que sont les solutions de demain »*

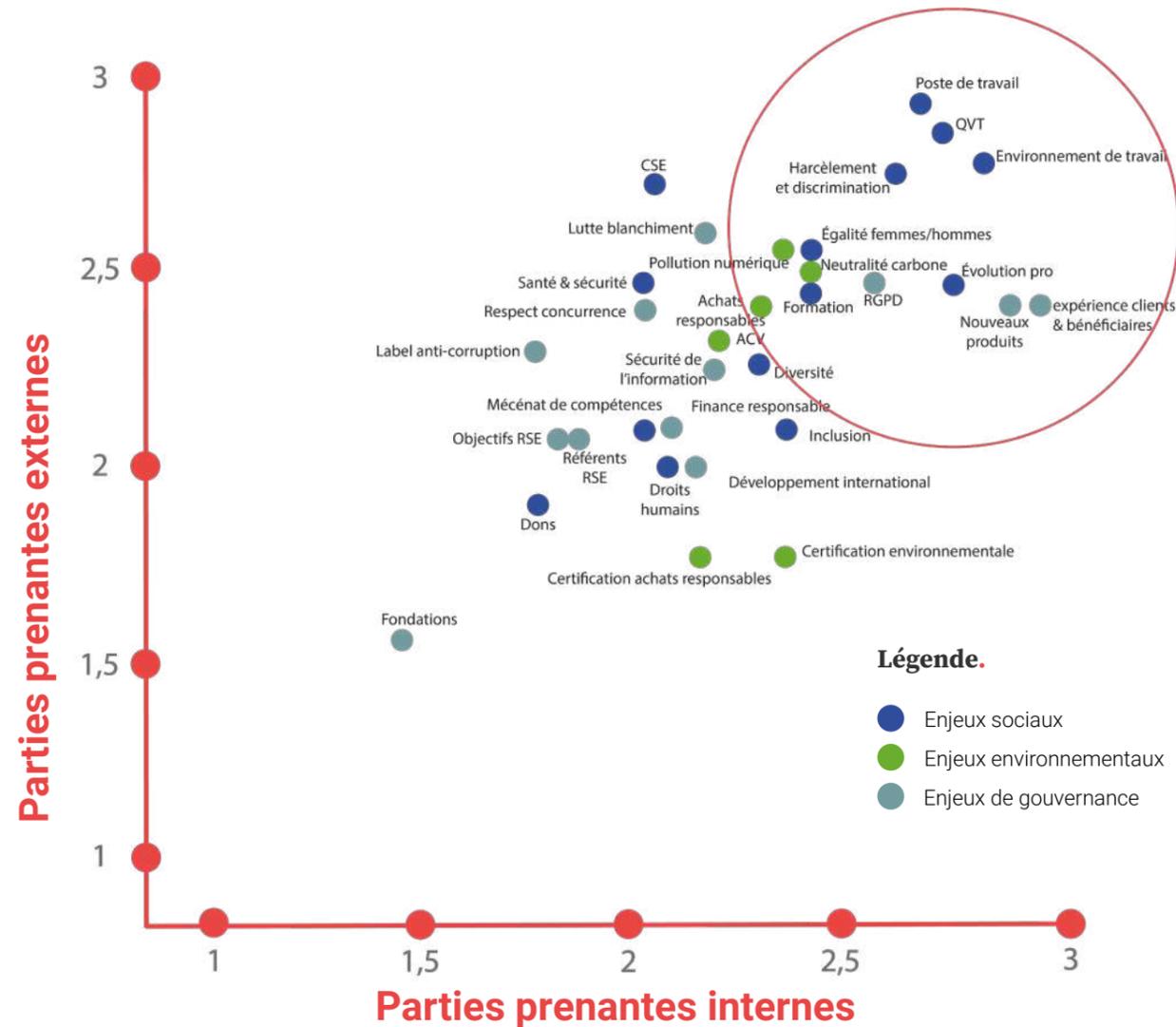
Pierre Rabhi, Vers la sobriété heureuse



ImpactIndex® récompense les entreprises dont les salariés apprécient le plus la réalité des pratiques sociales et environnementales !

Annexes.

Matrice des matérialités 2021



Merci !

Précisions méthodologiques

Toutes les données chiffrées présentées dans ce document et concernant les processus internes de Wedoogift sont calculées sur le périmètre correspondant à l'ensemble des sites (Paris et Lyon). Ces dernières ont été consolidées à partir des bases de données de l'entreprise sur l'année 2020.