



**Affective<sup>+</sup>**

**COMMUNICATION SUR LE PROGRÈS  
ANNÉE 2021**

# SOMMAIRE

3	Lettre d'engagement
4	Le global compact
5	L'agence Affective
8	Nos engagement RSE
9	Droits de l'homme
14	Normes internationales du travail
20	Environnement
28	Lutte contre la corruption
29	Annexes

# LETTRE D'ENGAGEMENT

Affective est née de la fusion de l'agence WeeMatch et Pimp My Team. C'est la rencontre entre deux équipes qui partagent la même conviction : l'industrie du merchandising et de l'objet de marque doit se réinventer pour rester un levier stratégique pour les marques. Cette vision commune qui représente le socle de notre fusion a fait apparaître une complémentarité forte en termes d'expertises, de talents et de typologie de clients.

A l'heure où la préservation de l'environnement est au centre de toutes les attentions et que chaque marque veut faire valoir « ses » engagements, Affective a la volonté de prendre le meilleur des deux agences et ainsi développer sur le long terme sa stratégie sur les 10 principes du Pacte Mondial auquel elle a adhéré en 2012. Elle va continuer à les promouvoir auprès de ses collaborateurs, clients, partenaires et fournisseurs.

Convaincu qu'une démarche RSE efficace doit être mise en place sur l'ensemble de son écosystème, il est essentiel que chaque partie prenante au sein de l'agence s'implique de la réflexion jusqu'à la mise en place des actions et de leur suivi. C'est pourquoi l'agence a choisi de mettre en place son propre comité de pilotage RSE composé de deux co-dirigeants ainsi que de deux salariés référents RSE. Le comité se réunit toutes les deux semaines afin de discuter de notre stratégie tout au long de l'année.

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 sur une vision à long terme, prérequis indispensable pour progresser et apporter toujours plus d'innovation en termes de RSE. En parallèle, nous usons de pédagogie afin d'aider nos clients à intégrer davantage de critères environnementaux et sociaux dans leurs prises de décision.

Pour donner davantage de sens à notre engagement, nous souhaitons devenir un leader "à impact" sur notre marché : proposer des produits et services pour la communication qui soient conçus en plaçant l'Humain et le respect de l'environnement au centre de notre démarche. Nous pensons que c'est en montrant l'exemple que nous pouvons mieux défendre nos engagements et nos idées pour transformer notre industrie. Notre volonté de rejoindre le mouvement BCorp ainsi que de devenir entreprise à missions illustrent notre état d'esprit et notre ambition d'apprendre des plus audacieux pour transformer notre marché.



Aurélien Chiquet  
Directeur Associé



Charles-Henri Carton  
Directeur Associé



Benjamin Stetten-Pigasse  
Directeur Associé



# LE GLOBAL COMPACT

Le Global Compact (ou Pacte Mondial) des Nations Unies a été lancé en 2000 par Kofi Annan, comme un appel aux organisations à aligner volontairement leurs opérations et stratégies avec 10 principes universellement acceptés dans les domaines des droits de l'Homme, des normes internationales du travail, de l'environnement, et de la lutte contre la corruption. L'adhésion au Global Compact implique que l'organisation communique régulièrement sur ses engagements et agit en faveur des objectifs plus larges des Nations Unies, notamment les Objectifs de Développement Durable (ODD).

## DROIT DE L'HOMME

01

Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'Homme.

02

Les entreprises sont invitées à ne pas se rendre complices de violations des droits de l'Homme



## NORMES INTERNATIONALES

03

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

04

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

05

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

06

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



## ENVIRONNEMENT

07

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

08

Les entreprises sont invitées à prendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement.

09

Les entreprises sont invitées à favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement.



## LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

10

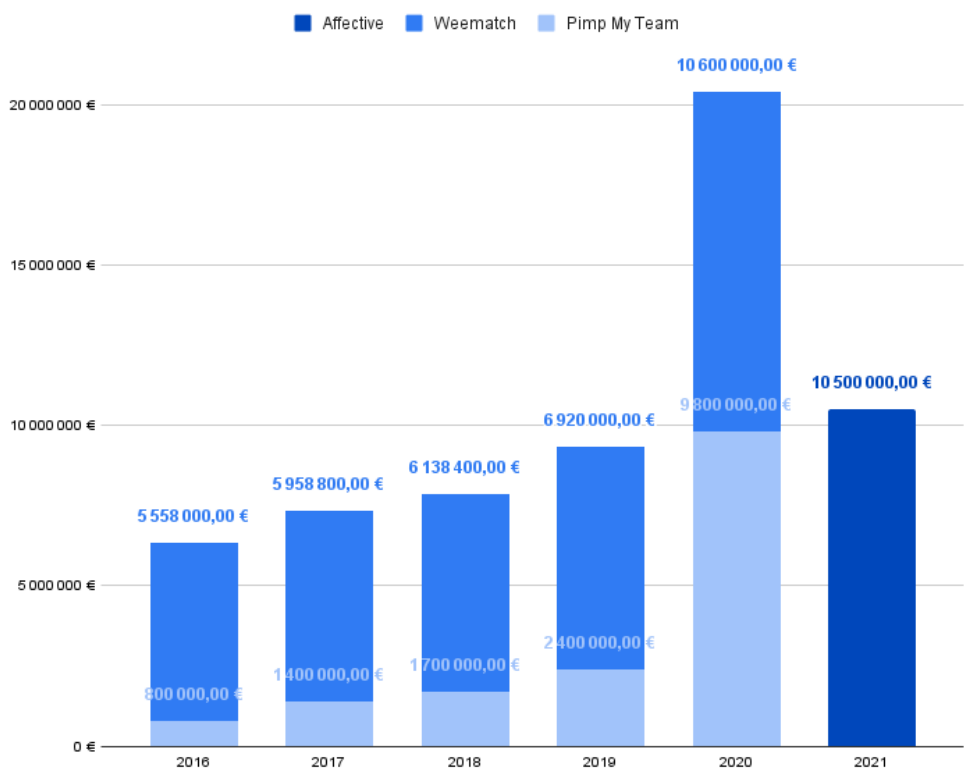
Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin.



# AFFECTIVE

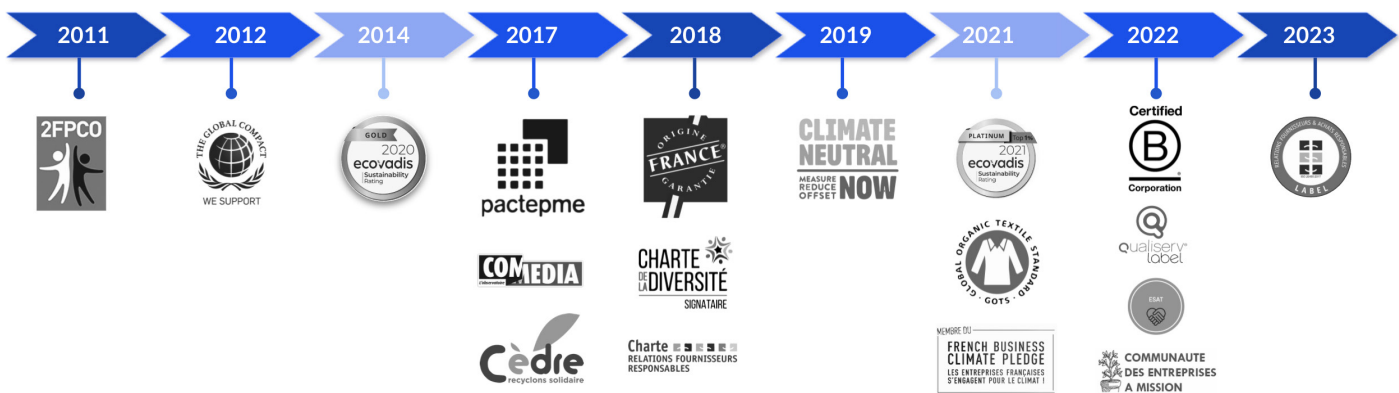
Affective, société à responsabilité limitée, est basée à Lille (son siège) et à Boulogne-Billancourt. C'est une agence stratégique et créative dédiée à l'objet de marque.

## L'ÉVOLUTION DE NOTRE CHIFFRE D'AFFAIRE



Affective fait partie du classement du palmarès des Champions de la Croissance établi par Les Echos.

## PLAN DE PROGRESSION



# L'AGENCE

Affective est une agence stratégique et créative dédiée à l'objet de marque. Grâce à sa créativité, sa capacité à innover sur des filières de fabrication et sur des solutions digitales parfaitement adaptées aux problématiques de distribution de ses clients, Affective est perçue aujourd'hui comme une agence rigoureuse et parmi les plus expertes de son marché.

Décrypter les tendances, donner corps aux valeurs d'une marque, afin de passer du «story telling» au «story doing» via des concepts d'objets innovants et une sélection de filières de fabrication que nous souhaitons la plus vertueuse possible, c'est la mission de Affective.

L'agence regroupe l'ensemble des expertises pour un accompagnement sur-mesure et clé en main : du conseil à la stratégie marketing, en passant par le design et le choix des filières de fabrication. Elle propose à ses clients un accompagnement fullservices incluant la logistique et le développement de boutiques e-commerce.

## NOS VALEURS

### CURIOSITÉ

Une soif de découverte élevée au rang de valeur, qui nous pousse à nous poser les bonnes questions, enrichir nos connaissances en permanence et explorer en France et dans le monde, les savoir-faites d'hier et ceux de demain.

### SINGULARITÉ

De par notre histoire, nos valeurs et nos ambitions, nous nous différencions de nos concurrents. Nous souhaitons révolutionner le marché de l'objet média. Nous imposons notre vision et notre savoir-faire en marquant notre singularité.

### TRANSPARENCE

Notre valeur cardinale, le pilier de notre démarche afin de donner à nos clients et utilisateurs finaux toutes les raisons d'aimer notre objet : où il a été fait, par qui et comment.



## NOTRE VISION

Avec la ferme conviction que l'industrie du merchandising doit se challenger pour rester un levier stratégique au service des marques, nous avons décidé d'agir, de libérer l'objet, de renouer avec le sens et le bon sens, d'accompagner avec bienveillance et conseil.

Conscients que, souvent, les révolutions ne se font pas en un jour, notre démarche de progrès continu repose sur la transparence et la pluralité de solutions. Car faire mieux, c'est d'abord donner la liberté de choisir. champ des possibles – au cœur du patrimoine Français, et dans le monde, des savoir-faire d'hier à ceux de demain – et proposons aux marques des collections désirables et durables.





# NOS ENGAGEMENTS RSE

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

Benjamin STETTEN-PIGASSE - Directeur associé



# DROITS DE L'HOMME

## NOTRE VISION

Affective soutient la déclaration universelle des Droits de l'Homme en affirmant sa volonté de respecter ses employés de manière égale et transparente. Nous veillons également aux respects de ces droits dans les pays à risques via la réalisation d'audits sociaux et à la mise en place de plans de progrès.



## VALEURS PRINCIPALES CONSTITUANT LE SOCLE DE NOTRE ENGAGEMENT

👊 **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

## RELATIONS FOURNISSEURS

La relation que nous entretenons avec nos fournisseurs repose sur 3 piliers : le dialogue, le professionnalisme et le respect des engagements. 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 fournisseurs sont tenus :

De respecter des principes équivalents à ceux du Code de conduite de l'agence, et d'accepter d'être audités

De se montrer particulièrement attentifs quant à leurs normes et procédures en matière de Droits de l'Homme, notamment aux conditions de travail de leurs collaborateurs

De s'assurer que leurs propres fournisseurs et sous-traitants respectent des principes équivalents à ceux de Affective.

# NOS ACTIONS

## CHARTRE ÉTHIQUE

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



### SIGNATAIRE DE LA CHARTRE DIVERSITÉ

Pour donner davantage 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. Cet engagement a également pour objectif de nous encourager à promouvoir la diversité, l'égalité des chances, les droits fondamentaux et les droits du travail pour tous les salariés en ne faisant aucune discrimination dans l'accès à l'emploi.



### SIGNATAIRE DE LA CHARTRE RELATIONS FOURNISSEURS RESPONSABLES

Cette charte favorise une relation saine avec les fournisseurs vis-à-vis de nos engagements (cf Annexe 4). Avec ses fournisseurs, l'agence veille aux intérêts de chaque partie, dans le respect de conditions contractuelles claires et négociées de manière équitable.



### ENQUÊTES RSE FOURNISSEURS

Un questionnaire RSE est envoyé tous les ans à l'attention de nos fournisseurs. Il est découpé en 3 parties :

Environnement (certifications, labels, politique de réduction des GES ...)

Social (pays de fabrication des produits, audits usines, place du Handicap ...)

Ethique (charte éthique, lutte contre la corruption, RGPD, ...) Cette enquête permet d'évaluer la maturité RSE de nos fournisseurs afin d'apporter un maximum de garantie à nos clients.





## SOUTIEN À DES CAUSES

Dans le cadre de notre activité, nous recevons chaque année de grandes quantités d'objets. Nous avons pris la décision de ne pas les jeter et d'en faire profiter ceux qui en ont le moins. Des dons sont organisés chaque année au profit des écoles.

Nous donnons chaque année une partie du chiffre d'affaires réalisé sur notre vente de parapluies au profit de l'association des Chiens Guides d'Aveugles.

## PRIVILÉGIER LE TRAVAIL EN ESAT

Affective privilégie toujours des fournisseurs engagés sur des principes sociétaux forts. Nous essayons de développer l'emploi des personnes en situation de handicap en ayant recours à des ESAT (Établissements et Services d'Aide par le Travail) ou EA (Entreprises adaptées) pour certaines prestations.

Nous sommes notamment en contrat cadre exclusif pour assurer des prestations d'impressions avec l'entreprise Handiprint ([handi-print.fr](http://handi-print.fr)).



## ORGANISATION INTERNE

Afin de simplifier la fusion, Affective a choisi de se faire accompagner par un consultant afin de mieux appréhender les responsabilités de chacun et d'améliorer l'organisation interne, avec pour objectif de préserver les relations humaines. Grâce à cette collaboration, Affective a maintenant plusieurs COPIL (Comité de Pilotage) permettant de manager les différentes Business Units. Un CODIR (Comité de Direction) se tient aussi tous les mois.

## VIE PROFESSIONNELLE VS. VIE PERSONNELLE

L'équipe comportant des mères et pères de famille, une attention toute particulière est portée afin que chacun puisse concilier vie professionnelle et vie personnelle. Ainsi les horaires des réunions ne sont ni tôt le matin ni tard l'après-midi.

## RGPD ET PROTECTION DES DONNÉES

Le Règlement général de la protection des données est un règlement européen qui s'impose à la législation de tous les pays membres. Il vise à garantir aux citoyens européens une meilleure information et un meilleur contrôle de leurs données personnelles qu'ils peuvent communiquer à des organismes privés ou publics.

Affective a choisi de se faire accompagner par un consultant externe pour suivre et maintenir à niveau sa réglementation RGPD. Nous avons renforcé l'information auprès de nos clients et de nos salariés, pour que chacun puisse savoir comment nous collectons les données, pourquoi et comment nous les utilisons.

Nous avons également travaillé à mettre en place de nouveaux protocoles en interne pour garantir un traitement conforme de l'information et du consentement donné. ABC Informatik, prestataire informatique de Affective, a pour mission de nous conseiller sur notre charte informatique pour la protection des données personnelles de tous nos clients et nos salariés.

## MESURE DES RÉSULTATS



### ÉVALUATION ÉCOVADIS

Depuis 2014, Weematch améliore son bilan de performance RSE ECOVADIS. Après avoir été GOLD pendant 7 années consécutives, l'agence a reçu un Award Platinum avec la note de 74/100 en 2021. L'Agence fait partie du TOP 1% performer sur les 75 000 entreprises évaluées par ECOVADIS. L'analyse 2022 est actuellement en cours pour Affective.



# ON VA PLUS LOIN

## ÉVALUATION ÉCOVADIS

L'évaluation va être reconduite en 2022 avec pour objectif d'améliorer encore nos résultats. Notre ambition étant de nous affirmer comme un référent en termes de politique RSE et de gestion de nos filières sur notre marché. Cette évaluation vient valider une capacité à définir des process et des critères de sélection de nos fournisseurs efficaces. Cette bonne performance nous permet d'échanger avec des interlocuteurs plus qualifiés chez nos clients et prospects.

### LABEL QUALISERV



En 2022, nous aborderons de nombreuses questions auxquelles il nous faudra apporter des réponses de manière collective. Nous allons faire étudier par un tiers nos process et engagements en vue d'obtenir le label QUALISERV. Ce label concerne les professionnels de la communication par l'objet, et est basé sur les principes de la norme ISO 9001. Il s'agit d'une démarche qualité qui va nous permettre de valoriser nos pratiques auprès de nos clients et de promouvoir notre démarche éthique et éco-responsable.

### D'ICI 3 ANS, CRÉATION D'UNE ENTREPRISE ADAPTÉE.



Sensible au sujet du handicap, et pour aller plus loin que notre contrat cadre avec la société Handiprint, Affective souhaite **favoriser l'intégration professionnelle des personnes en situation de handicap** en créant une entreprise adaptée couvrant l'ensemble des activités de stockage, de préparation de commande, en employant sur cette structure au moins 80% de travailleurs en situation de handicap.





# NORMES INTERNATIONALES DU TRAVAIL

## NOTRE VISION

Le respect des droits de l'Homme commence chez Affective par le respect de la loi française. L'échange et la simplicité des relations entre la direction et les équipes sont cultivés au quotidien et les équipes sont sollicitées régulièrement pour s'associer aux décisions de la vie de l'entreprise.

Notre organisation encourage une « auto-responsabilisation » maitrisée où chaque collaborateur est écouté quant à la manière dont il souhaite organiser au mieux sa vie professionnelle. Convaincu qu'un collaborateur heureux est un collaborateur performant, une grande autonomie est donnée à l'ensemble des salariés afin que chacun puisse concilier au mieux réussite professionnelle et épanouissement personnel.

## NOS ACTIONS

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

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

Principe de diversité : désigne à la fois les différences visibles et les différences non visibles telles que les compétences, le potentiel, l'expérience professionnelle.

Affective s'engage également à rémunérer de façon équitable les hommes et les femmes.



## ÉCHANGES « OUVERTS » LORS DE RÉUNIONS D'ÉQUIPE

Tous les mercredis, l'ensemble des commerciaux se rassemble autour d'un moment privilégié pour échanger sur tous les sujets souhaités par les collaborateurs lors de leur COPIL. Même si nous avons grandi ces dernières années, nous restons une agence à taille humaine où la communication reste très « horizontale » et l'expression de chacun est encouragée.



## PRISE DE DÉCISION COLLECTIVE

Un COPIL général composé de responsables métiers de chaque pôle, a pour mission de prendre des décisions collectives liées au bon fonctionnement de l'entreprise. 8 collaborateurs en interne répartis de façon paritaire, 4 hommes et 4 femmes sont impliqués dans les prises de décisions stratégiques de l'agence. Les réunions se tiennent tous les mois.

## ACCÈS À LA FORMATION

L'année 2021 a été marquée par de multiples campagnes de formation s'inscrivant dans le développement de l'entreprise. Les formations entreprises sont venues enrichir cette dynamique de modernisation de nos métiers, mais aussi en permettant à nos salariés de monter en compétence sur des sujets clés.



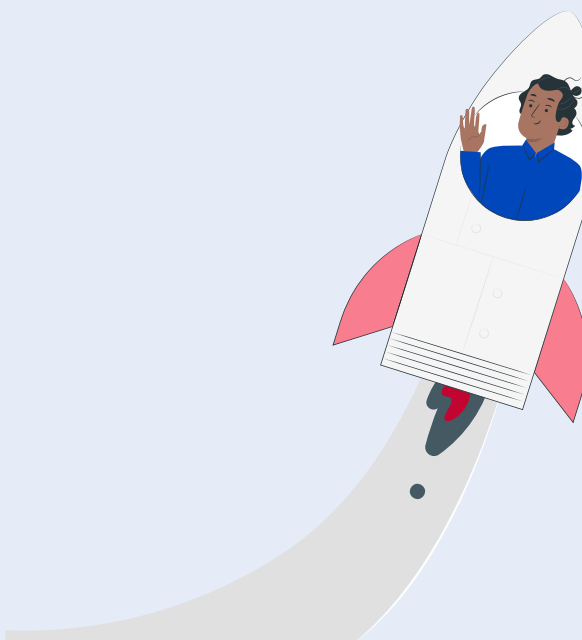
## STAGES EN ENTREPRISE

Si le travail réalisé a été satisfaisant tout au long de la période de stage et que des opportunités se présentent, les stagiaires peuvent être embauchés en CDI.



## STRUCTURE DE NOTRE ÉFFECTIF

Malgré un contexte économique difficile, 2 créations de postes ont eu lieu en 2021 afin de renforcer les équipes déjà en place, dans le but de fidéliser le portefeuille clients, et de continuer le développement de l'activité. En 2021, Affective c'est 47 employés, 33 femmes et 14 hommes. Nous sommes fiers d'avoir recruté 10 CDI, 5 alternants et 4 stagiaires.

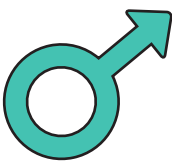




72,7%  
DE FEMMES

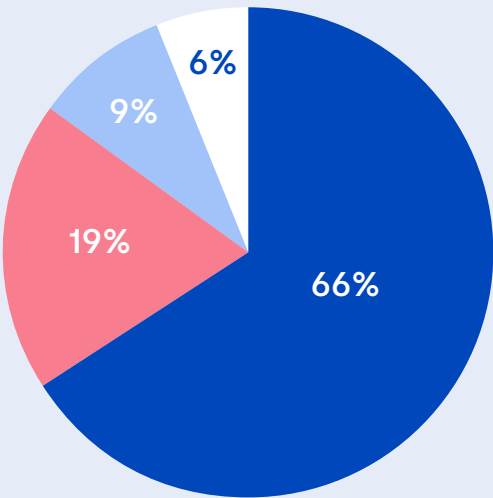


27,3%  
D'HOMMES

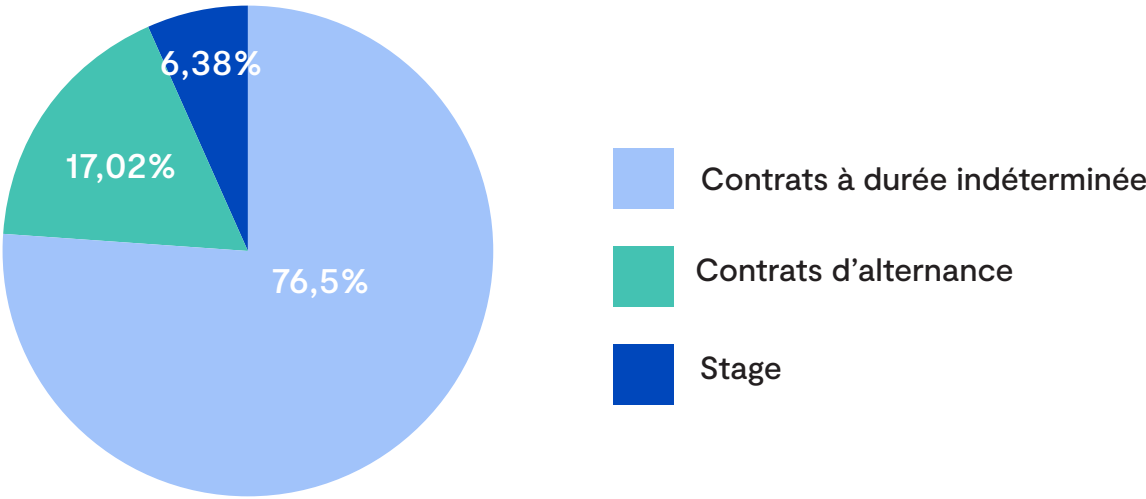


MOYENNE D'ÂGE CHEZ AFFECTIVE : 30,7 ANS

- 20 – 30 ans
- Plus de 30 ans
- Plus de 40 ans
- Plus de 50 ans



RÉPARTITION DES TYPES DE CONTRATS CHEZ AFFECTIVE :



## FORMATION DES SALARIÉS EN 2021

La formation et l'intégration de jeunes talents fait partie de notre politique RH. Affective est acteur de l'évolution professionnelle de ses salariés et c'est par la formation que chacun pourra monter en compétences. Nous sommes convaincus que la formation permet un regain de motivation de nos salariés et permet par la même occasion d'améliorer la qualité du travail.

**299H**  
**DE FORMATION**



## ACCIDENT DU TRAVAIL

La santé et la sécurité des employés est également une priorité chez Affective.

Nous comptons pour l'année 2021, un indice de fréquence d'accidents, avec et sans arrêt, égal à 14,7.

IF = Indice de fréquence (IF) = (nb des accidents en premier règlement/effectif salarié) x 1 000 = (1/47) \* 1 000 = 14,7

Cela indique le nombre d'accidents du travail pour 1 000 salariés, rapporté à notre entreprise, notre indice est proche de 0 (0,0147).

## RECRUTEMENT ET CONDITION DE TRAVAIL

### **NOTRE PROCESS RECRUTEMENT**

Chaque entretien est réalisé par un minimum de 3 personnes dont 1 personne du COPIL. Pour que le candidat intègre l'agence, 2 des 3 personnes doivent valider le recrutement.



## INTÉGRATION ET SUIVI DES COLLABORATEURS

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

🖥 Poste de travail dédié et opérationnel

📢 Annonce de l'arrivée en interne et externe afin de s'assurer que tout le monde soit bien au même niveau d'information sur la nouvelle recrue, son rôle et ses nouvelles responsabilités

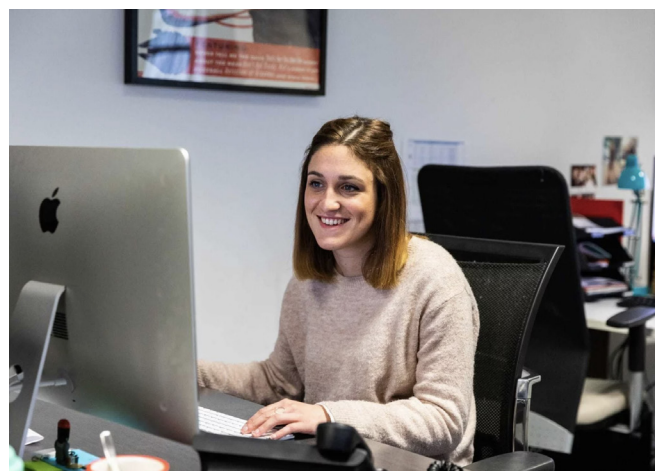
📄 Remise d'une fiche de poste et d'un livret d'accueil compilant les informations les plus importantes de la société.

📖 Formation d'une période d'1 mois assuré par un employé de Affective pour permettre au nouvel arrivant de mieux appréhender le poste.

🪑 L'utilisation des bureaux se fait en flex office avec la possibilité de changer de place tous les jours au sein des deux bureaux.

### ENTRETIEN INDIVIDUEL

Une attention particulière est portée à chacun des employés. Un entretien hebdomadaire est organisé avec le manager afin de faire un point tant sur le plan professionnel que moral. Ces points ont été particulièrement importants pendant la période vécue dernièrement. Des entretiens individuels plus complets sont organisés 1 à 2 fois par an.



### MISE EN PLACE DU TÉLÉTRAVAIL

Afin d'offrir à ses employés une meilleure qualité de vie aussi bien personnelle que professionnelle, nous avons décidé de mettre en place le télétravail. Nous accordons à chaque salarié 2 jours de télétravail par semaine. Le télétravail a permis de limiter le volume sonore dans notre open space. Un roulement a été organisé par chaque manager.

# ENVIRONNEMENT

## NOTRE VISION

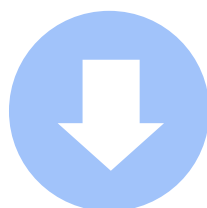
En tant que prestataire de services, notre empreinte environnementale est faible. La politique Affective s'oriente vers une démarche de protection de l'environnement. Les équipes commerciales et achats de Affective sensibilisent les clients à la pratique d'achats responsables. Nous proposons des objets publicitaires ayant un impact positif sur l'environnement tout au long de son cycle de vie.



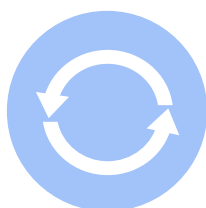
· L'agence est membre de la 2FPCO depuis Juin 2011 (Annexe 3). Ce qui l'engage à :

· Respecter la législation en vigueur concernant l'engagement vis à vis de l'éco-participation, inscription auprès des organismes collecteurs (SCRELEC et Ecologic)

· Contribuer à une réflexion sur l'adhésion aux principes du développement durable et à un comportement citoyen.



RÉDUIRE



RÉUTILISER



RECYCLER

## NOS ACTIONS

### DÉMARCHES VIS-À-VIS DE NOS CLIENTS

Affective 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. Affective s'engage donc à suivre la sécurité des produits mis sur le marché et à fournir les documents nécessaires assurant leur traçabilité.

En cas de produits importés, nos équipes poussent les clients à anticiper afin d'éviter les délais de production et livraison trop courts, pour privilégier le bateau ou le train à l'avion, tout en s'entourant de partenaires engagés tel que l'offre CARGO GREEN LINE de SEDIS.



## PARTENAIRES RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

Nous privilégions également des partenaires proposant des produits plus respectueux de l'environnement comme par exemple : papeterie certifiée PEFC, FSC et Imprim'vert, textile certifié Ecolabel, Ecocert, Oeko Tex, et enfin pour l'électronique, les concepts Cradle to cradle ou Energystar. 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. Acheter de « l'eco-friendly » étant une demande de plus en plus courante, l'agence développe, tant que possible, les fabrications en circuit court : Made in France et Europe.



### HANDIPRINT X AFFECTIVE

Nous travaillons sur la plupart de nos projets papeterie avec Handiprint afin de privilégier le circuit court et la réinsertion des personnes en situation d'handicap. Certains de nos clients ont désormais toute la papeterie provenant d'Handiprint.



### GIFTS FOR CHANGE X AFFECTIVE

Affective promeut également des concepts innovants «positifs» en matière de RSE tels que les produits proposés par la start up Gifts For Change. Affective a fait le choix d'investir en 2019 20 000 € dans GFC. Il s'agit d'objets permettant aux marques de choisir des produits ayant un impact social, sociétal et environnemental, en parrainant des causes portées par des ONG ou des associations engagées.

## PURE OCEAN X AFFECTIVE

Affective s'engage pour la protection des océans, en soutenant Pure Ocean. Plus qu'un engagement c'est une réelle volonté d'être proactif dans la protection environnementale grâce à ce mécénat. Pure Ocean est un fond de dotation dont la mission est de travailler sur de nombreux projets ambitieux et innovants pour la protection des écosystèmes marins fragiles et la biodiversité.



## CERTIFICATION GOTS



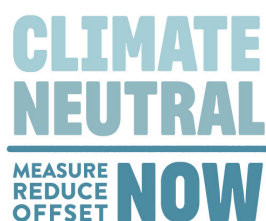
234664 AFFECTIVE

certificat délivré par Ecocert Greenlife

Affective sera en 2021, la première agence d'objet publicitaire en France à être certifiée GOTS. Il s'agit de la certification principale et la plus stricte en matière de textiles en fibres biologiques au monde.

C'est une norme complète qui traque toute la chaîne de production et détermine les exigences pour garantir le statut biologique des textiles, depuis les champs de coton, la fabrication écologiquement et socialement responsable, jusque chez le client final, incluant des certificats de transaction à chaque étape afin de fournir une garantie fiable.

## CLIMATE NEUTRAL NOW



L'agence s'est engagée depuis 2019 dans une démarche ONU Climate Neutral pour être en ligne avec les objectifs de la COP 26. (Annexe 4).

L'étude a été effectuée selon un Scope 3, à savoir une analyse de toutes les émissions possibles (gaz à effet de serre, liées à l'énergie et indirectes).

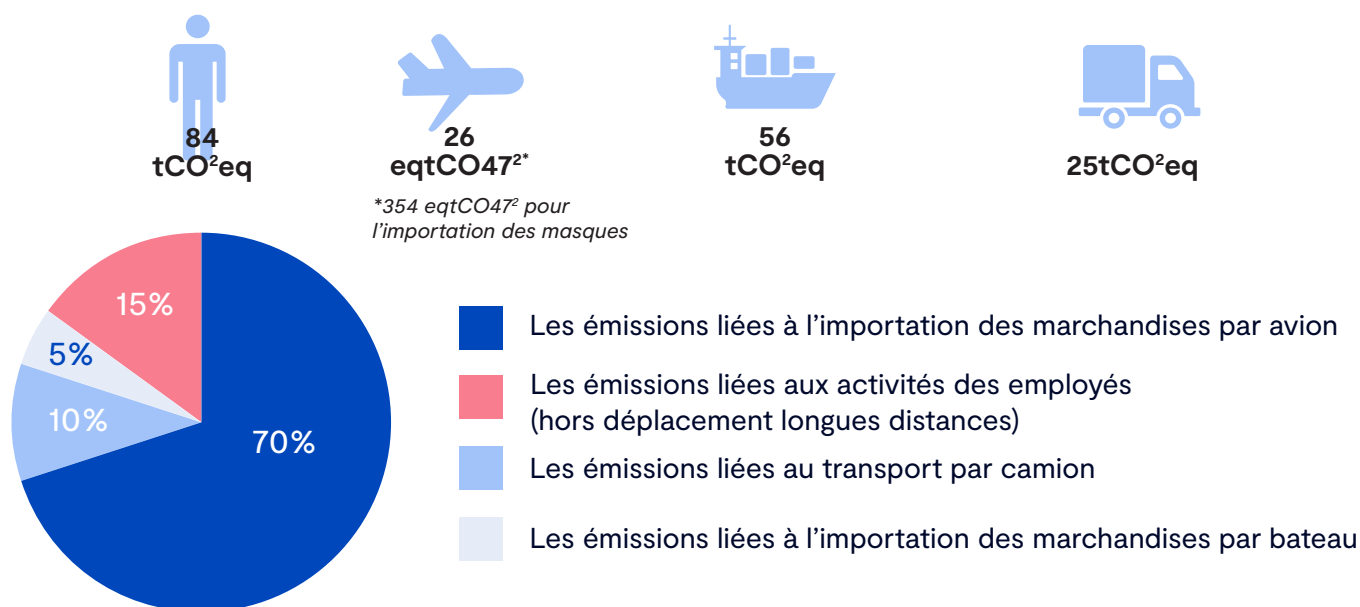
L'objectif de cet engagement est multiple :

 Mesurer nos émissions de gaz à effet de serre

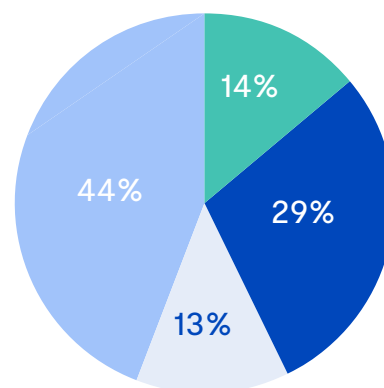
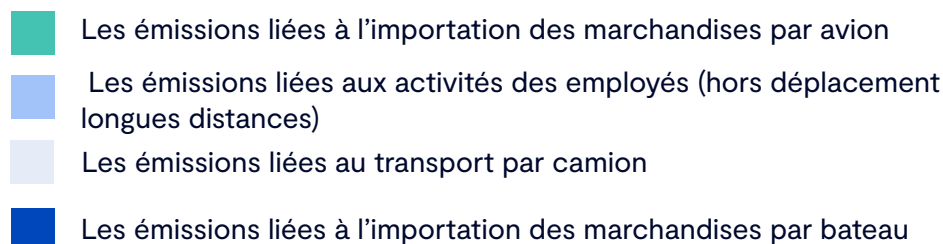
♻️ Les réduire au maximum : sur notre propre consommation bien sûr, mais ce label nous permettra aussi de gagner en crédibilité pour nous faire davantage écouter par nos clients, qui privilégient trop souvent le prix aux alternatives d'écoconception que l'on peut leur proposer.

🧳 Compenser nos gaz à effet de serre en choisissant une association / ONG ayant une action contrôlable sur cette compensation.

## BILAN D'ÉMISSION DE GAZ À EFFET DE SERRE 2020



### HORS MASQUES



Total des émissions  
carbone à compenser  
**571 tCO<sup>2</sup>eq**

\*En 2020, notre total des émissions carbone à compenser était de **162 tCO<sup>2</sup> eq**. En 2020, nous avons en effet contribué à l'effort collectif en aidant les entreprises à se protéger de la pandémie, et avons importé un grand nombre de masques. Ces importations par avion en urgence ont contribué à l'augmentation de notre impact carbone.



Affective, en collaboration avec Muxia, a donc compensé ses émissions de CO2 en participant financièrement à un projet humanitaire géré par une organisation caritative. Nous sommes fiers de soutenir le « Projet de Fourneaux Econome, district Nkhata Bay » au Malawi dont l'objectif est non seulement de réduire les émissions de gaz à effet de serre, mais aussi de prévenir la déforestation et les maladies respiratoires de la population Malawienne.

## RÉDUIRE



### PLASTIQUE

Nous avons distribué à chacun des employés des gourdes afin que l'utilisation de bouteilles en plastique soit réduite.



### CAPSULES DE CAFÉ ET GOBELETS

Nous avons remplacé la cafetière Nespresso par une cafetière à grain. Par la même occasion, nous avons distribué à chacun un mug, pour supprimer la consommation de gobelets.



### PAPIER

Nous avons supprimé la distribution de catalogues papier et mis en place un ERP interne qui permettra de réduire notre consommation de papier (dématisation des documents administratifs).



### MANATIME

Nous avons choisi de dématérialiser la gestion des congés et l'envoi des fiches de paie. Nous avons investi dans une solution RH nommée Manatime.



### TRANSPORTS

Affective a fait l'acquisition de vélos (classiques et électriques) qui sont mis à disposition des collaborateurs.

Nous avons décidé de remplacer notre parc automobiles par des voitures hybrides.

De plus, nous sommes partenaire de Chronopost qui a déployé dans Paris une flotte de véhicules propres. Nos livraisons Paris intramuros sont donc 100% vertes.

Ces mesures visent à réduire nos émissions de CO2 liées aux transports.

## LIVRAISON AU DERNIER KM

Nous souhaitons intégrer à notre service logistique une solution de coursier uniquement à vélo à destination de Paris et sa banlieue proche. Ce nouveau partenaire, OLVO, sera plus fiable et rapide que nos concurrents carbonés pour toutes livraisons aux derniers kilomètres.

### Les 3 principaux impacts :

- 🌿 Impact environnemental : livraison 100% verte en vélo cargo
- 🛵 Impact social : chaque coursier possède des parts dans l'entreprise
- 💰 Impact économique : plus d'agilité de livraison implique un service plus économique



## RÉUTILISER

Affective recherche continuellement des moyens de réutiliser nos produits :

### T-SHIRTS 2<sup>ND</sup> MAIN

Nous proposons à nos clients la possibilité d'acheter des tee-shirts de second choix car ils ne répondent pas totalement aux standards qualité de l'usine (taux de rétrécissement légèrement élevé). Nous leur proposons aussi des vêtements de friperie (seconde main) marqués ensuite en France afin de réduire leur impact sur l'environnement.



### UBICUITY

Nous collectons les stylos usagés au sein de notre entreprise pour les recycler et les transformer en mobilier extérieur.



Petit stylo deviendra banc...™

Pour sa partie commerce BtoC, Affective propose dès 2022, la solution des colis Hipli !

Hipli, ce sont des colis réutilisables jusqu'à 100 fois qui permettent:

- 🌿 Une utilisation très simple et écologique pour les particuliers

- ✉️ Un retour postal qui a un impact équivalent à l'envoi d'un mail

- 🪶 Un poids tout léger pour se plier en tout petit et générer encore moins d'impact sur son retour

- 🕊️ -83% d'empreinte carbone par rapport à un emballage carton

Affective souhaite étendre l'utilisation de ces colis à toutes les boutiques BtoC afin de réduire encore son empreinte carbone.



## SOLUTION PAYGREEN

Pour proposer une solution de paiement plus responsable, nous allons permettre à nos clients d'intégrer la solution PAYGREEN.

Il s'agit d'un module simple & sécurisé de paiement en ligne qui permet d'ajouter un impact positif, solidaire et durable grâce :

- 🌿 Au climate Kit : Mesurer et suivre les émissions de CO2 générées par les ventes passées sur leur plateforme. Afficher le bilan carbone de chaque produit ou de la commande globale. Compenser le carbone émis à travers des projets de compensation labellisés.

- 🌐 À l'arrondi : Lancer une collecte de dons à travers leur page de paiement sur leur site e-commerce en quelques clics.





# RECYCLER

## DÉCHETS EN 2021



Nous nous sommes engagés dans une politique de recyclage de nos déchets. Dans ce cadre, Affective adhère à l'initiative CEDRE EN 2021



**175kg**  
de papiers



**168kg**  
de verres



**22kg**  
de gobelets



**21kg**  
de gobelets

## CARTOUCHES D'IMPRIMANTES



Notre prestataire d'imprimantes gère nos cartouches utilisées en les faisant recycler par une entreprise partenaire.

## ON VA PLUS LOIN

### ENTREPRISE À MISSION



Affective travaille activement au changement de son statut en entreprise à mission et à la création de sa raison d'être. Qu'est ce que cela signifie? Pour une entreprise cela revient à affirmer publiquement sa raison d'être, ainsi qu'un ou plusieurs objectifs sociaux et environnementaux qu'elle se donne pour mission de poursuivre dans le cadre de son activité. Le but pour Affective est d'avoir

une véritable démarche d'innovation.



Depuis 2006, le mouvement B Corp porte à travers le monde des valeurs fortes de changement pour faire des entreprises « a force for good » et distinguer celles qui réconcilient but lucratif (for profit) et intérêt collectif (for purpose). Sa vision holistique et exigeante s'articule autour de 5 domaines d'impact : Gouvernance, Collaborateurs, Collectivité, Environnement et Clients. L'objectif de B Corp est de certifier les entreprises qui intègrent dans leur modèle d'affaires et dans leurs opérations des objectifs sociaux, sociétaux et environnementaux. Les B Corps souhaitent apporter leur contribution positive à la société et ne cherchent pas à être les meilleures AU monde, mais les meilleures POUR le monde! Au-delà de leur propre démarche de progrès, elles développent le principe d'interdépendance : Les projets entre B Corps sont privilégiés et les B Corps cherchent à polliniser tout leur écosystème de fournisseurs, clients ou partenaires.

Cette démarche nous permettra d'inscrire nos engagements sociaux, sociétaux et environnementaux dans nos statuts.

Objectiver l'impact = performance économique + sociale + environnementale

# LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

## NOTRE VISION

Affective est attaché au respect des règles légales et des principes éthiques dans la conduite des affaires. Toutes nos actions répondent aux exigences légales et aux dispositions de la loi dite « SAPIN » relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique du 9/12/16.

## NOS ACTIONS

### AU NIVEAU FINANCIER

Nous avons mis en place, depuis cette année, une procédure de double validation des virements, afin qu'il n'y ait plus qu'une seule personne en charge de leur saisie.

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 Affective date de 2013 et s'est soldé sans aucun redressement. 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.

### APPELS D'OFFRE

Dans le cadre de notre activité, nous sommes amenés à répondre à des appels d'offre. Nous y répondons de manière collective. Une équipe dédiée est mise en place.

### GESTION DES ECHANTILLONS

Affective, de par son activité, est amenée 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 ».



The background of the page is a close-up photograph of several green leaves, likely from a rosehip plant, showing detailed vein patterns and serrated edges. A solid white rectangular box is centered horizontally and vertically on the page, containing the word "ANNEXES" in a bold, black, sans-serif font.

## **ANNEXES**



**ANNEXE 1**  
**CHARTRE ÉTHIQUE**



## POLITIQUE SOCIALE & ÉTHIQUE

Affective, consciente de l'importance d'une politique sociale & éthique, s'engage à mettre en œuvre les conditions pour permettre aux salariés de la société de travailler dans un environnement sain et sécurisé avec les équipements individuels de sécurité adaptés à l'exercice de leurs métiers.

D'autre part, nous interdisons toute forme de discrimination basée sur des critères raciaux, ethniques, religieux, de genre, liés à l'orientation sexuelle ou à l'expression du genre, du handicap, à l'orientation syndicale ou politique aussi bien dans l'entreprise que pour nos parties prenantes externes.

Notre objectif est de pouvoir présenter chaque année les résultats de cette politique sociale & éthique principalement au travers :

- Du code de conduite RSE de Affective
- Du code de conduite Fournisseur
- Du plan d'actions RSE
- De la politique anti-corruption, cadeaux et invitations
- Du document unique d'évaluation des risques professionnels (DUERP)
- Des indicateurs sociaux
- Des résultats de l'enquête sur la Qualité de Vie au Travail
- De la politique de recours au STPA
- De la politique de Santé et de Sécurité au Travail
- Du plan de formation

Pour atteindre son objectif, la direction est chargée de mettre à jour annuellement cette politique sociale & éthique et les documents associés.

Cette politique sociale & éthique est diffusée en interne aux salariés et est disponible sur demande par les parties prenantes externes.

Fait le 18 Mars 2022,

Charles-Henri CARTON, Directeur Associé





**ANNEXE 2**  
**ÉVALUATION ÉCOVADIS**



ecovadis

WEEMATCH SARL

a reçu une

Platinum medal

pour sa notation EcoVadis

- FÉVRIER 2021 -



Vous recevez ce score/cette médaille sur la base des informations communiquées et des news mises à la disposition d'EcoVadis au moment de l'évaluation. Si des informations ou des circonstances changent sensiblement au cours de la période de validité de la fiche d'évaluation/médaille, EcoVadis se réserve le droit de retirer temporairement la fiche d'évaluation/médaille de l'entreprise, afin de réévaluer et de publier/d'octroyer éventuellement une fiche d'évaluation/médaille révisée.



WEEMATCH SARL

France | Commerce de gros non spécialisé



Date de publication : 3 févr. 2021

Valable jusqu'au : 3 févr. 2022

Performance en matière de RSE

Insuffisante

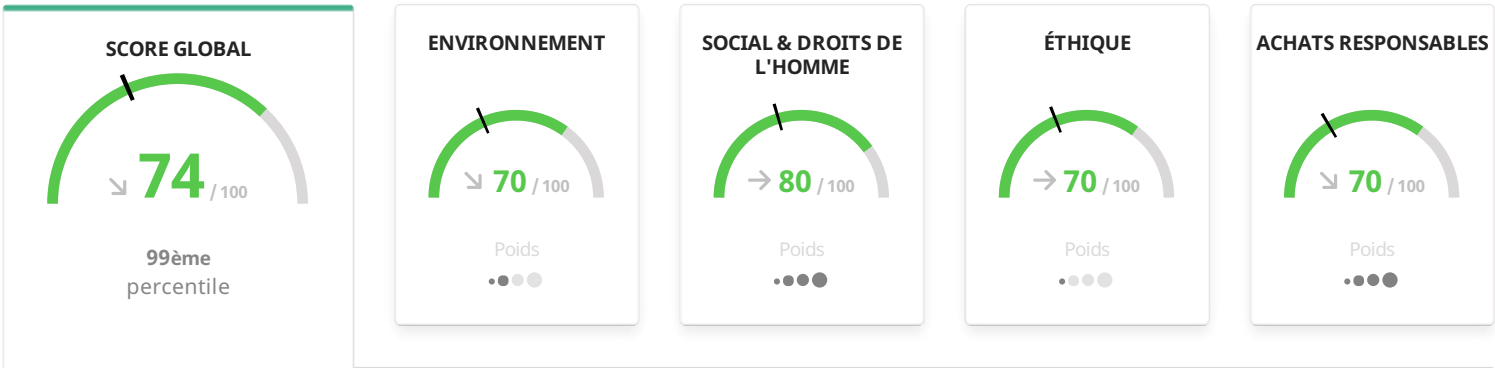
Partielle

Modérée

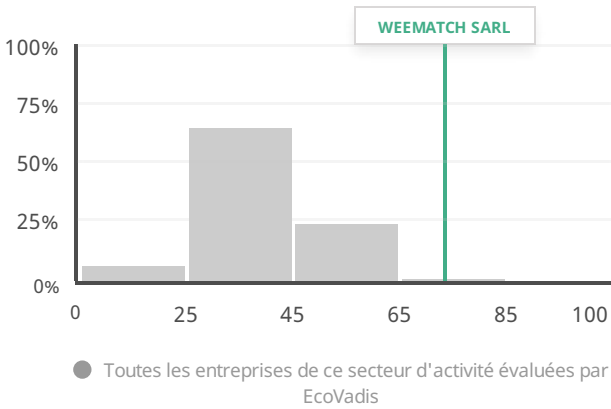
Avancée

Excellente

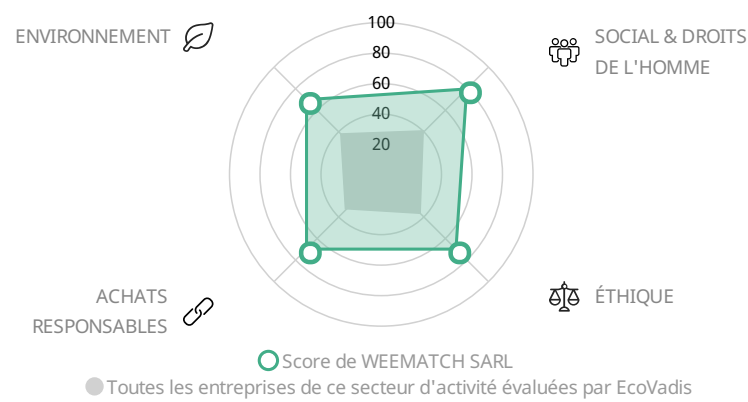
Score moyen



Répartition des scores globaux



Comparaison des scores de thème





**ANNEXE 3**  
**MEMBRE 2FPCO**





## ATTESTATION

Issy, le 20 janvier 2022

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

La société AFFECTUVE, située 9 rue des Augustin, 59000 Lille, représentée par Monsieur Aurélien CHIQUET,

- est membre de la Fédération sous le numéro d'adhérent D59005 depuis le 30 /04/2015,
- 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 et contributions écoresponsables
  - 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 2022.

A valoir ce que de droit,

**2FPCO**  
**FEDERATION FRANCAISE DES**  
**PROFESSIONNELS DE LA**  
**COMMUNICATION PAR L'OBJET**  
52, Boulevard RODIN  
92130 ISSYLES MOULINEAUX  
SIRET : 511 414 203 00014



**ANNEXE 4**  
**RELATIONS FOURNISSEURS ET**  
**ACHATS RESPONSABLES**



le 18 janvier 2022

Médiation des entreprises  
Ministère de l'Economie et des Finances  
98-102 rue de Richelieu - 75002 Paris  
01 53 17 88 64 / 01 53 17 87 89  
[www.mediateur-des-entreprises.fr](http://www.mediateur-des-entreprises.fr)

La médiation des entreprises et le Conseil National des Achats (CNA), attestent qu'à compter du 18/01/2022,

l'entreprise/l'organisation AFFECTIVE, N° SIREN : 789725108 est signataire de la charte « relations fournisseurs et achats responsables ».

A ce titre, elle intègre la liste officielle publiée et mise à jour chaque fin de mois par la médiation des entreprises sur le site [www.rfar.fr](http://www.rfar.fr)

**Charte**   
**RELATIONS FOURNISSEURS  
RESPONSABLES**



**ANNEXE 5**  
**CLIMATE NEUTRAL NOW**





United Nations  
Framework Convention on  
Climate Change

DATE: 13 MAY 2021  
REFERENCE: VC19070/2021

# VOLUNTARY CANCELLATION CERTIFICATE

Presented to

Weematch

Reason for cancellation

I am offsetting greenhouse gas emissions for my company

Number of units  
cancelled

571 CERS  
Equivalent to 571 tonne(s) of CO<sub>2</sub>

Start serial number: MW-5-167012-2-2-0-9933  
End serial number: MW-5-167582-2-2-0-9933

The certificate is issued in accordance with the procedure for voluntary cancellation in the CDM Registry. The reason included in this certificate is provided by the cancellor.





## NOTRE EMPREINTE CARBONE

### Qui est concerné dans les émissions de CO2 ?

Affective et ses clients sont concernés par l'émission de gaz à effet de serre en passant des commandes



### Pour conclure ?

Cette démarche permet d'améliorer notre démarche RSE, et d'obtenir le label Climate Neutral Now mais aussi en faisant de vous, un acteur contribuant à l'amélioration de notre empreinte carbone. Votre impact est pris en charge par Affective.

### Comment fait-on pour compenser nos émissions de CO2 ?

Affective s'est engagée en 2019 dans une démarche de contribution à un projet réduisant les émissions de CO2 en choisissant d'investir dans une association/ONG.

### Sommes-nous dans une démarche de progrès ?

Nous sommes engagés pour que nos efforts soient suivis dans la durée; et usons de pédagogie afin d'aider nos clients à intégrer davantage de critères environnementaux et sociaux dans leurs prises de décisions.



### Qu'est-ce qui génère le plus d'émissions de CO2 ?

Le transport des marchandises et les activités liées aux employés.

### Quel est notre contribution environnementale ?

L'achat des certificats de réduction d'émissions permet de pérenniser le projet « Fourneaux Économie » au Malawi et soutient l'association Ripple Africa.

La démarche volontaire de Affective est donc un effort additionnel quant à la lutte contre le réchauffement climatique. Pour l'année 2019, l'achat de nos crédits carbone a permis l'installation de fours évitant la consommation de près 9000 fagots de bois.



**Affective<sup>+</sup>**



45 - 47 rue Paul Bert  
92100 BOULOGNE-BILLANCOURT



01 55 39 92 80  
contact@Affective.fr - Affective.fr