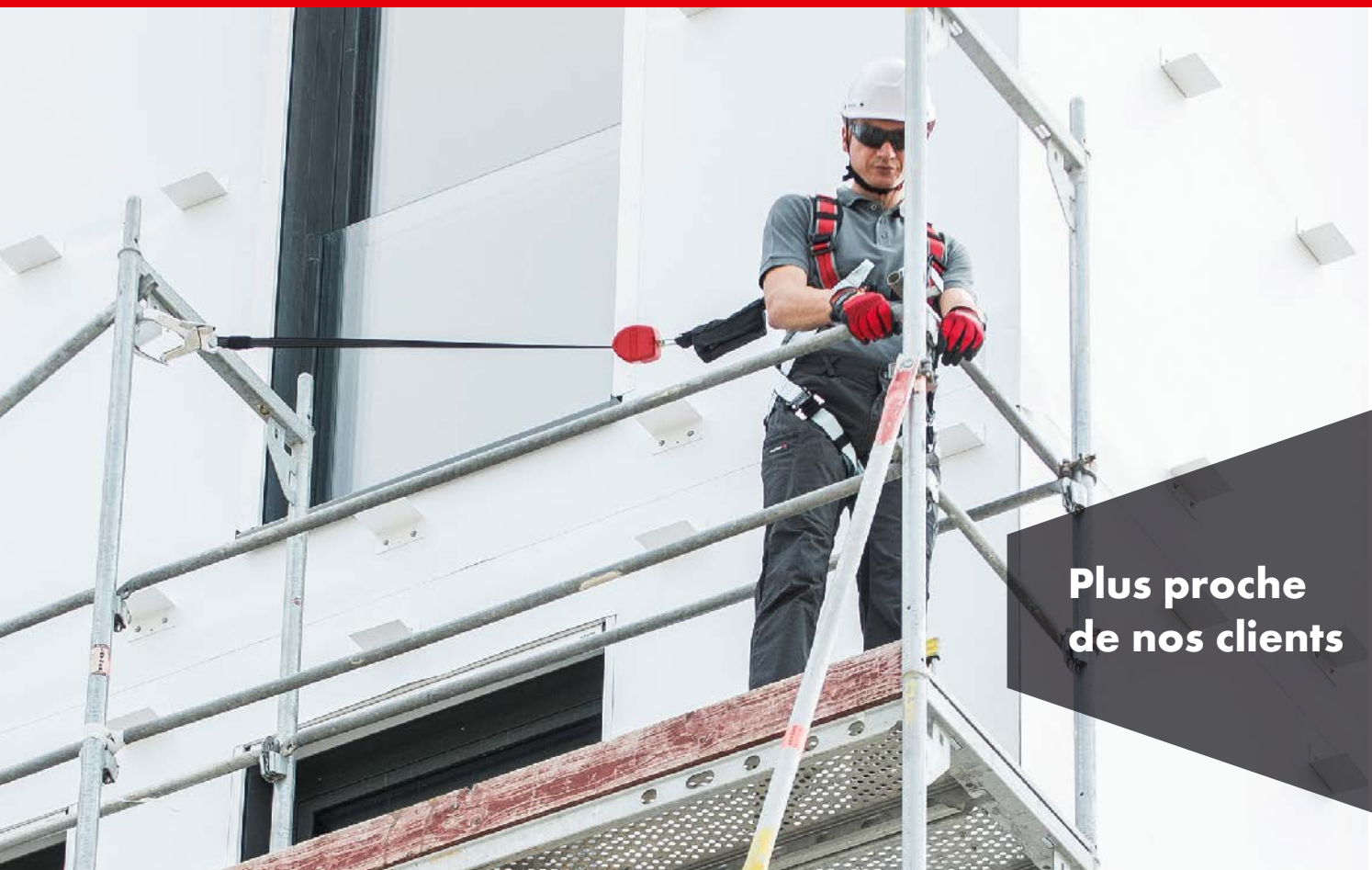


RAPPORT D'ACTIVITÉS ET DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

2016



**Plus proche
de nos clients**



SOMMAIRE

01

L'ENTREPRISE WÜRTH FRANCE

- 08** Les indicateurs Würth France 2016
- 10** Historique
- 12** Les organes de direction de Würth France



02

RETOUR SUR 2016

- 15** Stratégie omnicanal
- 16** NEO nouvelle organisation
- 18** Europricing, une stratégie gagnante !
- 19** Profix : la prescription comme outil de fidélisation
- 20** 2016 : Le musée fait le grand écart !

03

RESPONSABILITÉ SOCIALE ET SOCIÉTALE

- 23** Une politique de ressources humaines responsable
- 26** La diversité au cœur de nos actions
- 31** Amélioration continue des conditions de travail
- 36** Développer les compétences au sein de l'entreprise
- 38** Würth, entreprise citoyenne



04

ENGAGEMENT EN FAVEUR DE L'ENVIRONNEMENT ET DU CLIMAT

- 41** Les engagements de Würth France en faveur de l'environnement
- 44** La maîtrise de nos consommations
- 46** Würth s'engage pour l'environnement

05

RELATION CLIENT DURABLE

- 49** Construire une relation durable avec nos clients
- 54** Notre engagement pour la fabrication européenne
- 55** 113 Proxi shops proches de chaque professionnel !

LES INDICATEURS

GROUPE WÜRTH 2016

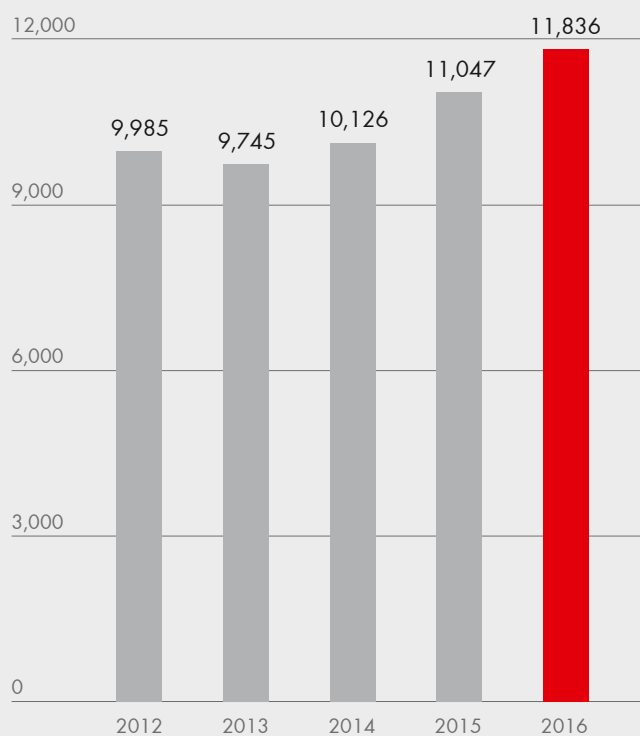
GROUPE WÜRTH

		2012	2013	2014	2015	2016
Chiffre d'affaires net	en millions d'euros	9,985	9,745	10,126	11,047	11,836
Effectif		65,169	63,571	66,044	68,978	71,391
Résultat avant impôts *	en millions d'euros	415	445	515	525	615
Taux de rentabilité opérationnelle	en %	4,2	4,6	5,1	4,8	5,2
Résultat d'Exploitation	en millions d'euros	448	495	554	572	643
Excédent Brut d'exploitation	en millions d'euros	762	798	831	903	988
Résultat net	en millions d'euros	279	309	378	434	462
Capacité d'autofinancement	en millions d'euros	618	599	612	630	903
Investissements	en millions d'euros	465	433	367	525	481
Capitaux propres	en millions d'euros	3,204	3,399	3,683	4,083	4,470
Total du bilan	en millions d'euros	7,649	7,978	8,142	9,210	9,711
Classement par Standard & Poor's		A/stable	A/stable	A/stable	A/stable	A/stable

* Les comptes consolidés du Groupe Würth sont établis selon les standards IFRS (International Financial Reporting Standards).

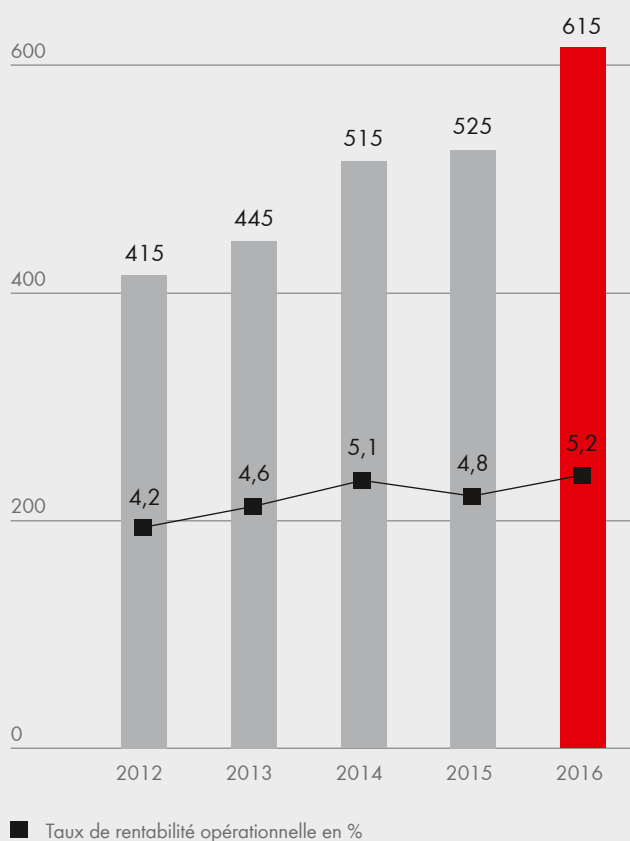
ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES NET

du Groupe Würth en millions d'euros



RÉSULTAT D'EXPLOITATION

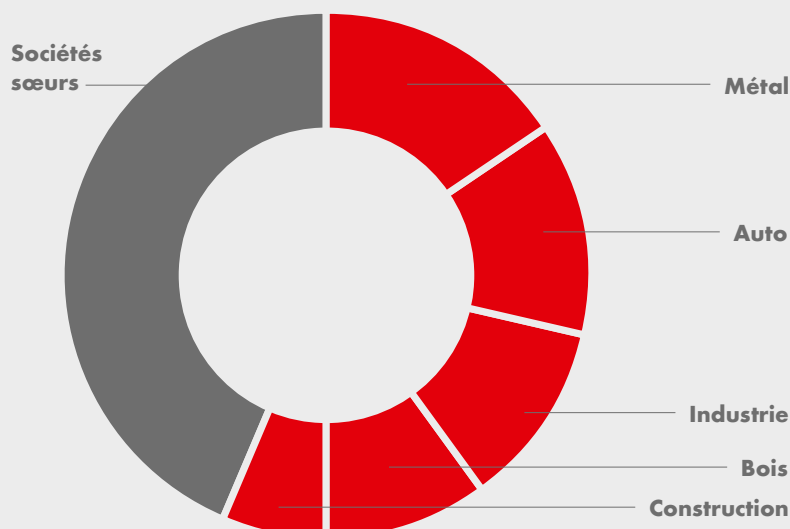
du Groupe Würth en millions d'euros



PART DES VENTES PAR DIVISION

Métal, Auto, Industrie, Bois, Construction

	2016 en %	2016 en millions d'euros	2015 en millions d'euros	
Métal	15,6	1,850	1,765	+ 4,8
Auto	13,1	1,549	1,502	+ 3,1
Industrie	11,4	1,354	1,180	+ 14,7
Bois	10,0	1,178	1,124	+ 4,8
Construction	6,4	754	686	+ 9,9
Total	56,5	6,685	6,257	+ 6,8



ÉDITORIAL

DU DIRECTOIRE 2016



Pierre Hugel
Président du directoire
de Würth France



Claude Kopff
Membre du directoire
et directeur général
de Würth France

Retour à la croissance du chiffre d'affaires pour préparer en 2017 le 50^{ème} anniversaire de la présence du Groupe Würth sur le marché français.

Notre culture d'entreprise, notre conception du management, nos grands principes et les valeurs qui nous animent ont permis à Würth France d'atteindre ces dernières années (depuis 2011) le demi-milliard d'euros de chiffre d'affaires avec près de 4000 collaborateurs commercialisant une large gamme de plus de 30 000 références de quincaillerie industrielle auprès de plus de 255 000 clients dans le respect des normes sociales et environnementales.

Satisfaction de nos clients et développement de nos collaborateurs sont nos principales ambitions. C'est avec cette éthique que nous réalisons des profits.

Ce rapport vous présente nos activités, nos priorités, notre organisation, notre évolution.

Notre dernière croissance annuelle proche de 10%, qui est l'ambition permanente ancrée dans la culture de notre Groupe, remonte à 2011 (+9%).

Après une quasi-stagnation en 2012 (+0,3%), et une faible régression en 2013 (-3,7%), 2014 (-0,7%), et 2015 (-0,5%), 2016 voit enfin à nouveau un retour à la croissance (+1,8%), bienvenu à la veille du demi-siècle de... jeunesse de Würth France. Croissance qui devra sera confirmée en 2017 avec même une accélération grâce à différentes transformations.

Dans un monde de plus en plus concurrentiel, les nombreuses exigences de plus en plus pointues des clients nous amènent à innover, à créer et à développer des moyens, produits et services de plus en plus sophistiqués afin d'être le plus compétitif, d'assurer la fidélité de nos clients et d'en conquérir de nouveaux. Ainsi, nous avons développé nos différents canaux de vente, la force de vente sur le terrain, notre centre d'appels, notre réseau de magasins et notre e-shop et avons réorganisé notre présence sur le marché afin d'être le plus proche possible des préoccupations de nos clients et de nos commerciaux. Vous découvrirez dans les pages qui suivent exactement comment.

Un autre changement en cours depuis mi-2015 concerne la gouvernance de l'entreprise avec désormais au directoire, non plus 2 mais 5 membres avec une spécialité pour chacun.

Nous attendons également que ce renforcement de la direction se traduise par une avancée plus forte et plus rapide sur notre marché, sur notre « Route 2020 ».



01

L'ENTREPRISE WÜRTH FRANCE

LES INDICATEURS

WÜRTH FRANCE 2016

47,7 %
DE FEMMES
EN INTERNE
CHEZ WÜRTH FRANCE
EN 2016

51
COLLABORATEURS
PROMUS EN 2016

138
TRAVAILLEURS
EN SITUATION DE
HANDICAP
+ 17 % EN 2016

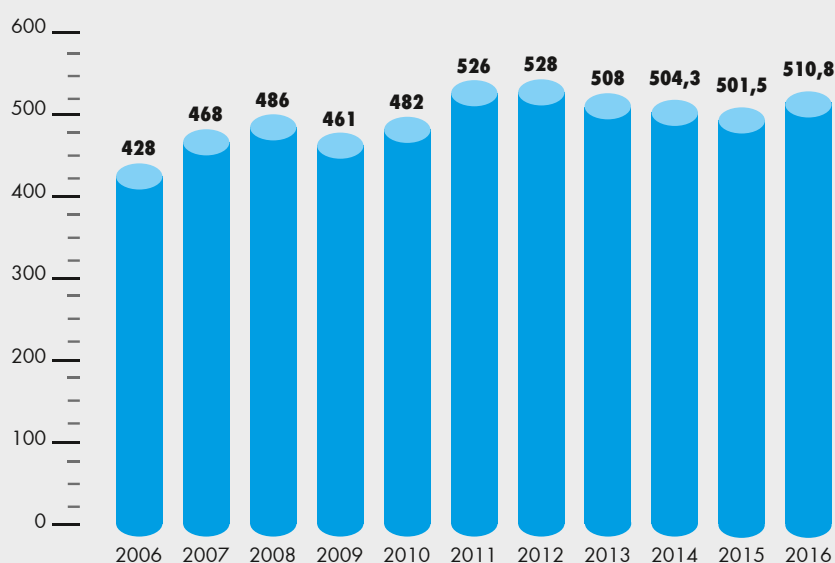
POURCENTAGE DE
LA MASSE SALARIALE
CONSACRÉ À
LA FORMATION CONTINUE
EN 2016

4,51 %

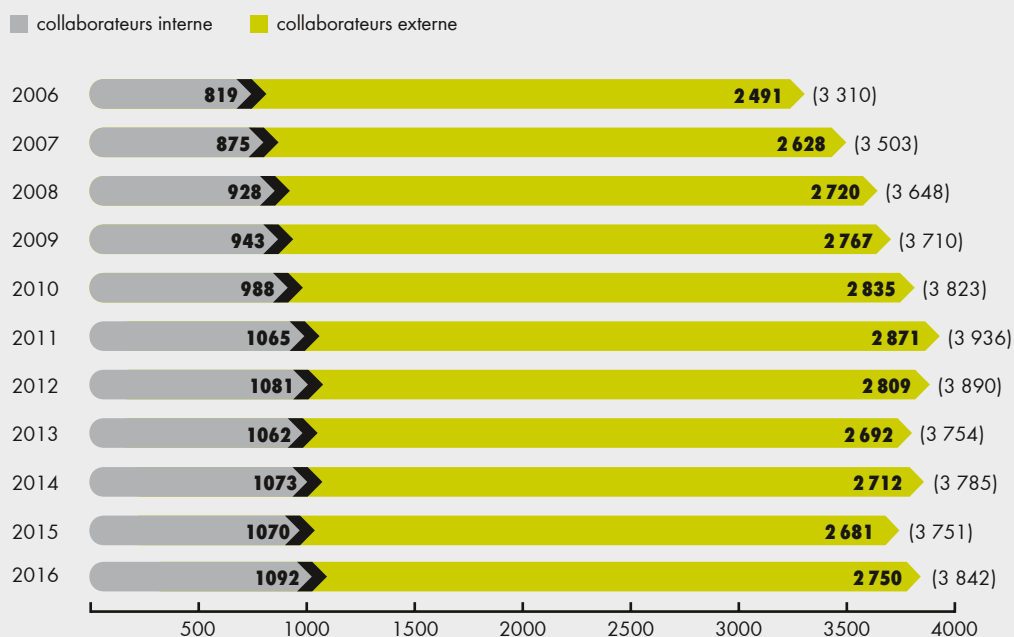
ANCIENNETÉ MOYENNE
CHEZ WÜRTH FRANCE
8 ANS

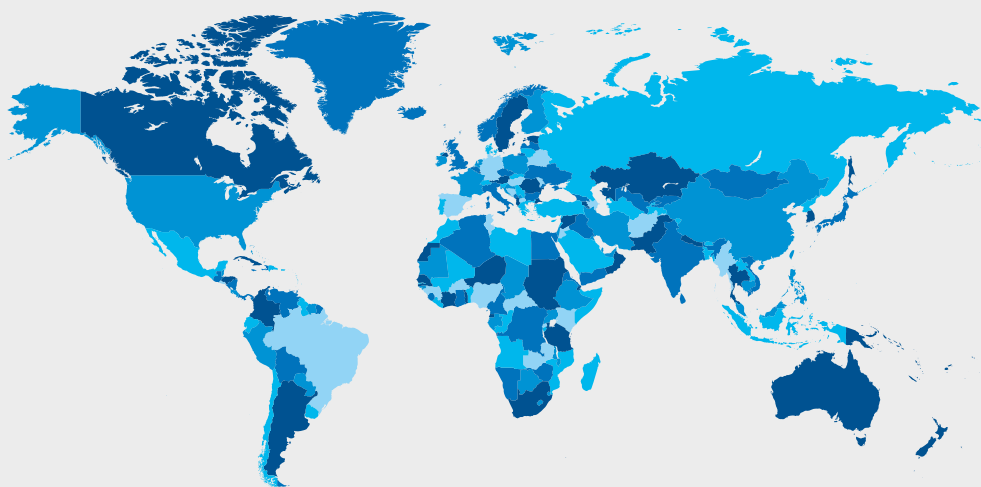
MOYENNE D'ÂGE
38 ANS

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES



ÉVOLUTION DU NOMBRE DE COLLABORATEURS



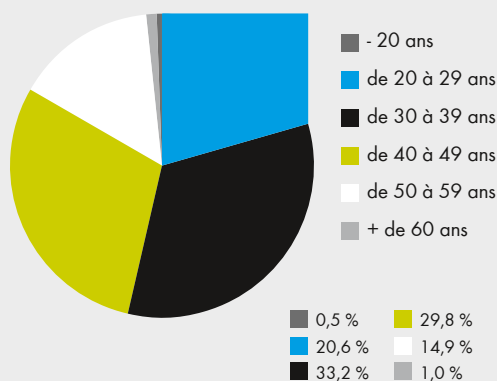


17 NATIONALITÉS

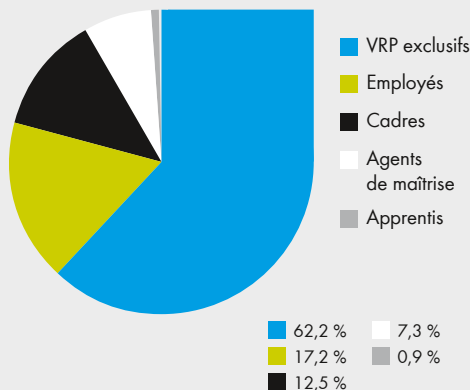
REPRÉSENTÉES AU SEIN DE WÜRTH FRANCE

(7 DANS L'UNION EUROPÉENNE ET 10 HORS DE L'UNION EUROPÉENNE)

RÉPARTITION DES GÉNÉRATIONS CHEZ WÜRTH FRANCE



EFFECTIF WÜRTH FRANCE PAR CATÉGORIE 2016



**QUALITÉ
RÉACTIVITÉ
PROFESSIONNALISME**

**SONT LES 3 PREMIERS MOTS
CITÉS PAR NOS CLIENTS POUR
NOUS CARACTÉRISER**

255 000
CLIENTS FONT CONFIANCE
À WÜRTH FRANCE

93,5 %
DES CLIENTS SATISFAITS

**TAUX DE SERVICE
98,2 %**

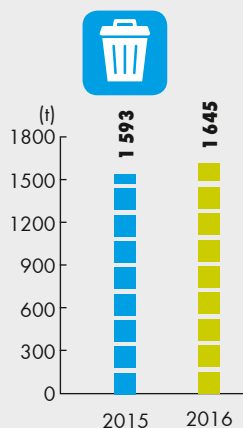
**ROTATION DE STOCK
5,3**

92,5 %
DES CLIENTS SATISFAITS DU
SERVICE COMMERCIAL

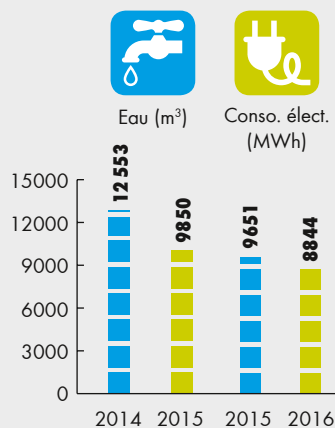
91,1 %
DES CLIENTS SATISFAITS
PAR LE NIVEAU
D'INFORMATIONS DES
PRODUITS ET SERVICES

Source : enquête clients 2015

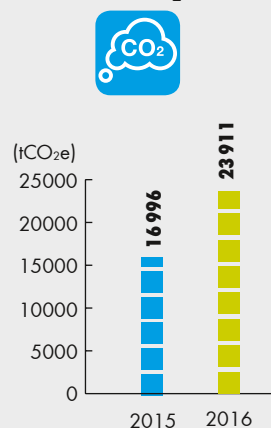
VALORISATION DES DÉCHETS



CONSUMMATIONS D'EAU ET D'ÉLECTRICITÉ



ÉMISSIONS (VÉHICULES) DE CO₂



WÜRTH A 50 ANS

Fassler et Würth France : une grande histoire commune !

« Ce n'est pas un hasard si nous travaillons avec Würth France depuis plus de 30 ans : une véritable relation de confiance s'est installée ! Je me souviens encore du vendeur Würth qui venait voir mon père et vendre ses produits quand j'étais tout petit », indique Olivier Fassler.

La disponibilité du commercial, la rapidité de réapprovisionnement et le rapport qualité/prix sont de réels avantages.

« Nous achetons beaucoup de visserie, du chevillage, des forêts, du consommable (abrasifs et chimiques essentiellement), mais aussi du petit outillage. Grâce à la réactivité Würth, nous ne tombons jamais en rupture de stock », rajoute Olivier.

Et puis, pour Fassler, le service Würth c'est aussi de pouvoir se dépanner au PROXI Shop le plus proche de son chantier !



Olivier Fassler devant son Orsy vert, l'un des tous premiers Orsy Würth.

MERCI !

Pour tout ce que nous partageons chaque jour avec vous...

Pour tout ce que vous nous apportez...

Parce que nous avançons ensemble et que vous nous aidez à nous surpasser depuis toutes ces années...

**IL ÉTAIT À LA FOIS
LE PREMIER CLIENT
ET LE PREMIER EMPLOYÉ
DE WÜRTH FRANCE !**

**Découvrez Bernard
Rohmer et sa fabuleuse
histoire avec Würth !**



**Rendez-vous
sur notre blog :**



**Création
de la filiale
française.**

L'entreprise
s'informatise.



1967

1978

1990

1997

2006



**Mise en service
d'une plate-
forme logistique**
de 10 000 m²
dans la zone
industrielle Ouest
à Erstein (67).



Würth France fête son
30^e anniversaire
et inaugure son
**nouveau siège
social.**



Création du
**premier libre-
service PROXI
Shop,**
à Haguenau (67).



“
Merci!
”

MERCI
À NOS CLIENTS
À NOS FOURNISSEURS
À NOS COLLABORATEURS

METEOR

15 ans de
collaboration
avec Würth
France



SOCQUET Henri & Fils

« Je travaille
avec la société
Würth France
depuis plus
de 15 ans ! »



Ouverture d'un **musée
d'art moderne**
et contemporain sur le site
d'Erstein.
Lancement d'une **2^{ème}
plate-forme logistique**
à Montélimar (26).



“
Merci!
”

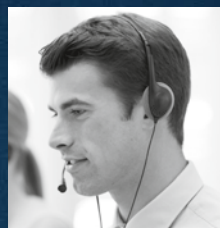
2008

L'entreprise obtient la
**certification ISO
14001**. Elle est aussi
certifiée conforme à
la version 2008 de
la norme ISO 9001.

2011

Ouverture de la
boutique en ligne
auprès de tous les
clients :
www.wurth.fr

2012



Le service clients
devient le **4^{ème}
point de contact**
de Würth France
et se nomme le
« Service Relation
Clients ».

2016

2017

**Würth
France fête
son 50^{ème}
anniversaire.**

LES ORGANES DE DIRECTION DE WÜRTH FRANCE

DIRECTOIRE 2016



Pierre Hugel,
Président



Claude Kopff,
Directeur Général



Gabriel Boillet,
Directeur Finances,
Gestion & Flotte
Automobile



Anouk Golly,
Directrice Gestion
et Support des Ventes



Jean-Luc Thesmar,
Directeur Achats,
Marketing
et Communication

COMITÉ DE DIRECTION 2016

Composé du directoire et des personnes suivantes :



Daniel Alonso,
Directeur des activités
chantier et responsable
anti-fluctuation
et fixation directe



**Marie France
Bertrand,**
Directrice du Musée
Würth France



Olivier Ducaroy,
Directeur Commercial



Michel Garcia,
Directeur Commercial
Sud



Thierry Gonzalez,
Directeur Informatique



Luc Greth-Merenda,
Directeur Ressources
Humaines et Activités
Juridiques



Bernard Grimaud
Directeur Exploitation
d'Erstein



Alain Haerty,
Directeur Commercial
Ouest



Marc Hartoin,
Directeur Commercial
Est



Christian Herter,
Directeur Adjoint
à la Communication



Thierry Lingat,
Directeur Exploitation
de Montélimar



Claude Muller,
Directeur Qualité, Sécurité,
Environnement et Logistique



02

**RETOUR
SUR 2016**

STRATÉGIE OMNISCANALE

LA COMPLÉMENTARITÉ, CRUCIALE CHEZ WÜRTH FRANCE

2016 a été une année charnière, marquée par la transformation du business modèle à travers la mise en place de la régionalisation à l'externe et la création de deux grands services internes que sont le GSV (Gestion et Support des Ventes) et l'AMC (Achats, Marketing et Communication).

C'est une année de transition où les collaborateurs se sont adaptés à de nouveaux postes et à un nouveau fonctionnement. Cette évolution vise à apporter plus de proximité à nos collaborateurs et nos clients et à faire preuve d'une plus grande réactivité.

La stratégie omniscanale visant à proposer à nos clients différents points de contact (vendeurs, magasins, e-shop, call-center) ainsi que la segmentation clients en fonction du potentiel de chiffre d'affaires (C1, C2, C3) se sont déployés tout au long de l'année. L'un des principaux focus reste la complémentarité des points de contact et la productivité de la vente directe.

Durant des années, notre société s'est développée grâce à la multiplication : multiplication des effectifs pour arriver à plus de 2 700 collaborateurs dans la force de vente, multiplication des divisions, des produits, des services et des activités.

Ce modèle de croissance est encore efficace sur certains marchés et dans certaines régions, mais il doit être couplé à une stratégie spécifique pour assurer une croissance à long terme.

C'est pourquoi, le Groupe Würth a développé depuis quelques années une stratégie de croissance basée sur l'omniscanal, c'est-à-dire la multiplication des points de contact pour nos clients.

Les vendeurs, les commerciaux sédentaires du WDS (Würth Direct Service), les magasins et l'e-shop sont autant de points d'entrées par lesquels nos clients peuvent passer des commandes.

Nous avons également organisé nos comptes clients en 4 catégories selon leur structure et le nombre d'utilisateurs :

- Les entreprises avec 1 seul utilisateur sont directement démarchées par le Würth Direct Service. Elles peuvent également s'approvisionner dans les PROXI Shops et sur l'e-shop (Canal 1).
- Notre cœur de cible, les clients de 2 à 10 utilisateurs, sont chacun rattachés à leur vendeur Canal 2 ou mixte. Ils peuvent aussi passer commande via les autres moyens de vente.
- Les clients C3, avec plus de 10 utilisateurs, ont un fort potentiel de développement et sont visités par des vendeurs dédiés.
- Les grands comptes sont accompagnés par nos délégués qui mettent en place des accords-cadres. Les clients sont visités par nos vendeurs C2 ou C3 et passent commande dans le respect des accords négociés.



L'année 2016 a été marquée par la mise en place de la régionalisation chez Würth France avec la création de 3 zones commerciales :

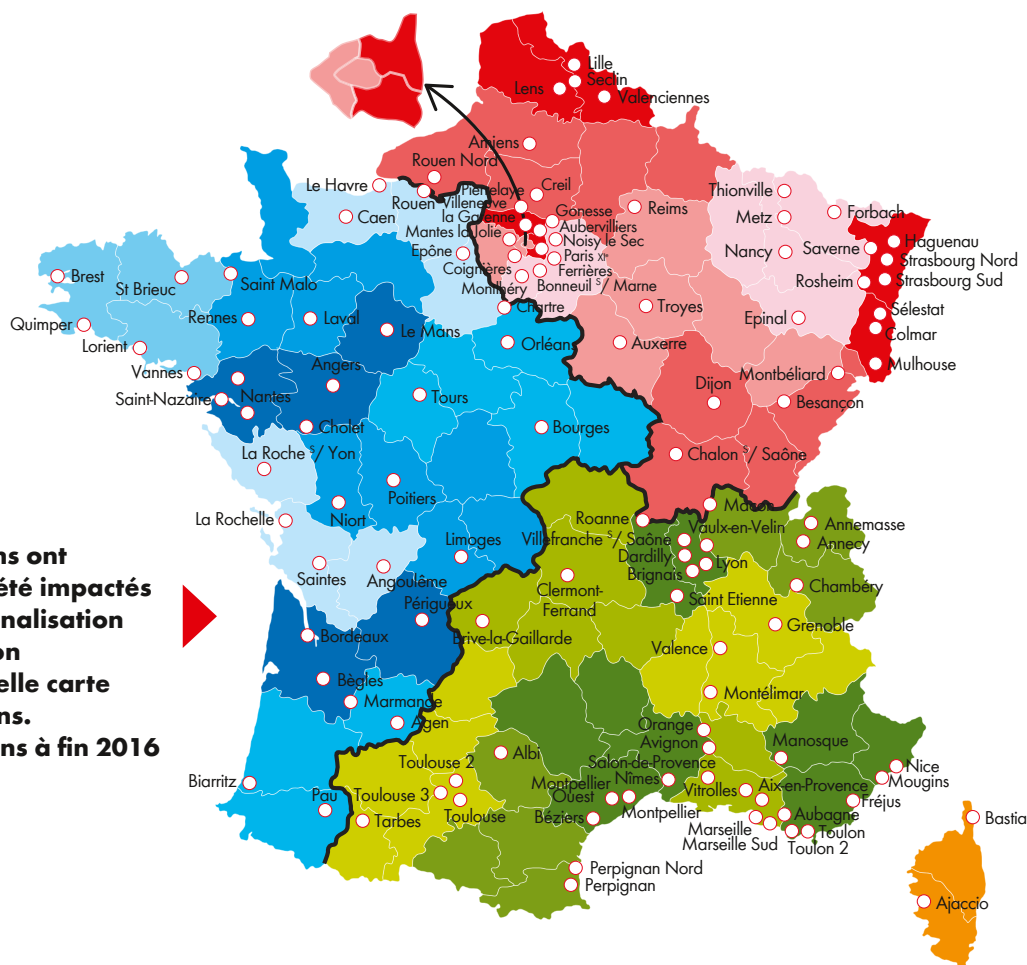
- Désormais, tous les collaborateurs de la force de vente sont répartis selon cette nouvelle organisation.

Würth France s'adapte ainsi à sa stratégie multicanale, afin de répondre aux attentes de nos marchés et de nos clients.

Ainsi, l'encadrement de vente n'est plus structuré par division mais opère sur un périmètre multi-divisions, géographiquement plus concentré, ce qui favorise la maîtrise du tissu local. Il est garant de la réussite de la complémentarité au travers des différents points de contact et des focus de l'entreprise.



Les magasins ont également été impactés par la régionalisation avec création d'une nouvelle carte des magasins. 110 magasins à fin 2016



ZOOM SUR LE WDS, WÜRTH DIRECT SERVICE

Le développement du WDS est une aventure commerciale, humaine et stratégique qui produit de la croissance rentable depuis 2012. À fin 2016, le WDS compte 60 télévendeurs et conseillers chez Würth France.

Dans ce métier, la priorité est de poursuivre un recrutement soutenu (20 nouveaux collaborateurs en 2017) pour fidéliser les 30 à 35 000 nouveaux clients annuels.

Le Würth Direct Service est un canal de vente à part entière. La clientèle est composée de TPE

(Très Petites Entreprises) ou d'artisans. Son rôle est de multiplier les contacts téléphoniques, pour détecter et proposer à chaque client le mode de réapprovisionnement qui lui correspond : PROXI Shop, vente par téléphone ou e-shop. Par la suite, nous développons le C.A. de ces clients grâce au Marketing Direct qui crée de nouvelles opportunités pour fidéliser le client.

Le service est composé de 51 commerciaux sédentaires (dont 4 coach-managers).

Le WDS, c'est plus de 460 000 appels par an, des collaborateurs localisés à Lille, Rennes, Bordeaux, Aix-en-Provence et Montélimar, une moyenne d'âge de 27 ans et une croissance annuelle moyenne de C.A. de 9 %.

EUROPRICING, UNE STRATÉGIE GAGNANTE !

L'OBJECTIF DE CETTE NOUVELLE STRATÉGIE EST DE GAGNER DES PARTS DE MARCHÉ CHEZ LES CLIENTS, TOUT EN PRÉSERVANT LA MARGE DE L'ENTREPRISE.



Zoom sur le Back Office Europricing :

Le Back Office Europricing est composé de 10 adjoints d'agence en région et de deux responsables au siège, qui étudient les fiches de liaison des vendeurs, enrichies de photos, d'informations sur la concurrence, de données du marché et transmises par le chef de ventes. Les critères d'analyse sont basés sur le client (type, potentiel, activité), le produit (quantité, fréquence d'achat, concurrence), les statistiques de ventes (prix pratiqués) et bien entendu, sur l'estimation de la rentabilité de la demande.



L'objectif de cette nouvelle stratégie est de gagner des parts de marché chez les clients, tout en préservant la marge de l'entreprise.

Lancé dans de nombreuses filiales (en Allemagne, Espagne, Belgique, Slovaquie...), l'objectif premier d'Europricing est de nous adapter à nos marchés et répondre à la demande des clients, notamment concernant la transparence tarifaire, en adéquation avec nos moyens et notre force de vente.

Cette stratégie intègre :

- de nouveaux tarifs,
- un nouveau système de rémunération pour notre force de vente,
- de nouveaux process,
- de nouveaux supports informatiques,
- de la formation et de l'accompagnement terrain.

La force de vente doit adopter au quotidien cette nouvelle stratégie en travaillant en finesse chaque condition client. Le respect des plages tarifaires et l'équilibre du mix-produit sont des leviers pour augmenter la commission du vendeur.

Dans cette stratégie, la force de vente peut compter sur le soutien des services internes :

- Le marketing prix : crée, réajuste et veille sur les tarifs grâce aux remontées d'informations en provenance du terrain ainsi que l'appui du service back office prix.
- Le marketing et l'animation des ventes : font vivre le mix-produit via des actions ciblées (catégories de produits, sur-commissionnement de produits).
- Forma +, centre de formation de Würth France, forme dès leur arrivée les nouveaux vendeurs aux nouvelles pratiques commerciales.
- Le back office et le service clients traitent les fiches de liaison, 1^{er} relais entre le terrain et le siège.

De plus, un espace dédié est disponible sur l'intranet regroupant toutes les informations opérationnelles nécessaires à la force de vente pour progresser (la catégorisation des produits, une FaQ, des vidéos...).

PROFIX :

LA PRESCRIPTION COMME OUTIL DE FIDÉLISATION

L'offre globale Würth a pour objectif la satisfaction de tous nos clients, un des éléments importants et incontournables de notre offre n'est autre que Profix.

PROFIX, C'EST QUOI ?

Profix est une solution technologique avancée, développée par le Groupe Würth et mise à disposition d'une clientèle ciblée : bureaux d'études, bureaux de contrôles, gammistes, etc. Ces logiciels de dimensionnement donnent la possibilité de travailler sur des assemblages complexes avec un niveau de sécurité inégalé.

COMMENT ÇA MARCHE ?

Chez Würth France, une équipe de 10 collaborateurs, sous la responsabilité de Christophe Poussard, parcourt le territoire en prescrivant, c'est-à-dire en recommandant et en participant activement à la formulation de solutions. Par ailleurs, ils apportent leurs connaissances techniques et leur expertise auprès des clients. Enfin, une bibliothèque technique, un site internet dédié et un support technique viennent compléter ce dispositif.

Les prescripteurs sont en charge de promouvoir les systèmes et produits de fixation Würth auprès des bureaux d'études à travers l'utilisation de Profix. Sur le terrain, ils réalisent une évaluation technique, mais également

des tests d'arrachement selon les normes en vigueur afin de confirmer ou certifier la résistance d'un ancrage dans un matériau spécifique.

INNOVATION ET EXCELLENCE

Toutes les solutions techniques de Würth avec Profix seront désormais présentées et étudiées au Master II de l'école d'architecture de Grenoble, de l'ENSTIB (École Nationale Supérieure des Technologies et Industries du Bois) à Épinal, à l'ESB (École Supérieure du Bois) à Nantes et encore à l'ENSA (École Nationale de Ski et d'Alpinisme) à Chamonix.

Ainsi, dès leur formation, les futurs architectes et ingénieurs connaîtront Würth et ses solutions techniques constructives pour édifier les bâtiments de demain !

Définition :

Bureau d'études : structure qui conçoit l'ouvrage, produit les notes de calculs justifiant les choix techniques et technologiques ainsi que tous les dessins d'exécution nécessaires à la réalisation de l'ouvrage.

Gammiste : intermédiaire spécialisé assurant une fonction de conception et de construction de gammes complètes et cohérentes de produits vendus en général sous sa marque ou celle d'une grande enseigne.

Par exemple, une société qui vend un produit manufacturé, préconçu en bureau d'études.

Pour connaître davantage Profix et l'étendue de ses partenariats, rendez-vous sur www.fixation-technique.fr

Un exemple concret : construction d'un magasin IKEA à Bayonne.

En rendez-vous, le bureau d'études expose les attentes techniques du projet aux prescripteurs : scellement de fer à béton, vis béton pour fixer les habillages de bâtiment, etc. Au regard de ce cahier des charges, le prescripteur Profix a été en mesure de proposer les solutions correspondantes aux exigences du bureau d'études pour ce grand chantier.

Une fois la solution technique validée, le prescripteur en lien avec le bureau d'études a rencontré la maîtrise d'œuvres du chantier et informe la force de vente de cette opportunité. Quand le chantier est en phase d'exécution, l'approche client par le vendeur Würth se fait en parallèle du travail du prescripteur avec le bureau d'études. Le placement des produits Würth s'en trouve ainsi extrêmement favorisé.

2016 : LE MUSÉE FAIT LE GRAND ÉCART !



Entre la monographie consacrée à l'artiste colombien Fernando Botero et l'exposition historique documentant la propagande durant la Grande Guerre, le musée a fait le grand écart, mais un grand écart qui se solde par une année 2016 exceptionnelle. Chiffres à l'appui...

En 2016, le nombre de visiteurs a été très satisfaisant avec **51 920** visiteurs, soit une progression de 45,3 % par rapport à 2015, ce qui représente une moyenne de 179 visiteurs par jour. Le chiffre d'affaires a logiquement suivi cette tendance, avec une croissance de 39 %.

L'exposition « **Fernando Botero** » a totalisé **59 527** visiteurs, soit 200 visiteurs par jour (sur l'ensemble de la durée, c'est-à-dire de septembre 2015 à septembre 2016), ce qui la hisse au premier rang des 14 expositions proposées par le musée depuis son ouverture en 2008. Mais l'exposition « **1914 – 1918 : Guerre d'images – Images de guerre** », une coproduction entre le Musée Würth, le Getty Research Institute de Los Angeles et les Musées de la Ville de Strasbourg, n'est pas en reste avec **14 460** visiteurs en 3 mois, soit 166 visiteurs par jour. Fait notable pour la Grande Guerre : 101 classes issues du primaire et du secondaire ont visité l'exposition dans ce court laps de temps.

2016 a également été remarquable par les artistes et personnalités qui ont été invités au musée. Citons Philippe Bilger, Raphaël Enthoven, Eric Naulleau, mais aussi à l'occasion du lancement de Piano au Musée Würth, Philippe Cassard, Michel Dalberto, Luis Fernando Pérez. Sans oublier la visite de M. Würth le 23 novembre 2016.

Enfin, signalons une innovation technique pour le confort de nos visiteurs : depuis l'automne 2016, les billets de notre programmation culturelle peuvent être achetés en ligne.

Une belle année 2016, dense, mouvementée et riche en émotions.

■ DANS LES COULISSES... DU MUSÉE !

Pour le visiteur, les expositions se succèdent et ne se ressemblent pas. D'un jour à l'autre, de nouvelles œuvres sont en place dans une géographie du lieu revisitée. Coup de projecteur sur les coulisses d'un montage d'exposition.

Planifier, planifier et encore planifier...

La planification des expositions se fait 2 ou 3 ans à l'avance. Ainsi, chaque année, les projets d'exposition pour l'année à venir sont soumis à l'approbation du comité artistique du Groupe Würth.

Le vrai travail commence 1 an avant

Il faut d'abord faire la sélection des œuvres, puis s'enquérir de leur disponibilité auprès des prêteurs (musées ou collectionneurs). Chaque prêt donne lieu à un contrat détaillé et chaque prêteur peut avoir des exigences particulières.

Une bonne exposition = une bonne scénographie

Si la sélection des œuvres est une tâche essentielle, en réussissant la scénographie (c'est-à-dire la mise en espace des œuvres) est indispensable pour le succès de l'exposition.

Les œuvres ne suffisent pas

Il convient ensuite de s'atteler à la rédaction des textes (flyers, textes salles, cartels, etc.) et au catalogue de l'exposition. Il faut identifier les meilleurs spécialistes à solliciter pour les textes, trouver les visuels des œuvres, puis trouver les traducteurs spécialisés dans le domaine de l'art, créer le design graphique, et ainsi de suite jusqu'à l'impression. Le catalogue est à l'exposition ce que le livret est à l'opéra.

Parallèlement, il faut s'occuper de la régie de l'exposition : transport, assurance, matériels à commander pour le montage, corps de métier à solliciter, etc.

Démontage / Montage : quand on nous demande si nous sommes en vacances...

Le jour J est arrivé. Une exposition vient de se terminer. Dès le lendemain, il faut décrocher les œuvres qui sont, une à une, examinées par un restaurateur d'art, avant d'être emballées.

Pendant ce temps, dans l'équipe, on lit et relit les documents avant qu'ils ne partent à l'impression, on gère le réapprovisionnement de la boutique en lien avec l'exposition, on met le site internet à jour et on prépare les informations pour la presse. Enfin, on s'active pour organiser le vernissage.

Dès que la peinture est refaite, nous pouvons investir les lieux : les œuvres sont déballées, examinées une à une par les restaurateurs, puis toutes posées contre les murs, bien avant leur accrochage. L'accrochage réalisé, la voie est libre pour l'éclairagiste, les poseurs de texte et les derniers détails à régler.



Voilà très rapidement un aperçu très sommaire des mille et une choses qui se passent en coulisses d'un montage d'exposition. Mais les choses ne s'arrêtent pas au vernissage. Quand l'exposition ouvre, c'est une autre vie qui commence, entre visites guidées, ateliers, accueil des scolaires, spectacles, et déjà... une autre exposition à préparer.

03

**RESPONSABILITÉ
SOCIALE
ET SOCIÉTALE**



UNE POLITIQUE DE RESSOURCES HUMAINES RESPONSABLE

UNE GESTION ENGAGÉE ET LOYALE DES RESSOURCES HUMAINES

Depuis sa création, Würth France maintient et développe ses effectifs. Chaque année, des postes de commerciaux sont créés, indicateur non seulement de la bonne santé de notre entreprise mais aussi de notre volonté de préserver et développer l'emploi.

Toutes nos offres sont consultables sur www.jobywurth.com.

Les CDD ont représenté 12 % du nombre total des embauches en 2016 contre 22 % en 2015.

UNE POLITIQUE ÉQUITABLE DE RÉMUNÉRATION

Avec la conviction toujours présente de l'importance de l'individu dans toute organisation et particulièrement dans notre entreprise, il a été décidé de faire bénéficier à l'ensemble des salariés internes, sans distinction, d'une augmentation collective de 1 % en 2016.

Pour la force de vente, le principe d'une rémunération individuelle aux résultats demeure la règle intangible, qui s'accompagne de challenges, incentives et autres mesures d'animation ou de soutien.

L'équité salariale, tout au long de la carrière, est un fondement essentiel de l'égalité professionnelle. À l'embauche, l'entreprise garantit un salaire équivalent entre les femmes et les hommes pour un même niveau de responsabilités, de formations, d'expérience et de compétences professionnelles mises en œuvre. Tout au long du parcours professionnel, l'entreprise veille à maintenir l'égalité de salaire dans le temps. Tout en réaffirmant son attachement à une politique de rémunération fondée sur la performance individuelle et le potentiel d'évolution de chacune et chacun, l'entreprise confirme qu'elle exclut toute discrimination entre les femmes et les hommes.



UNE POLITIQUE DE RESSOURCES HUMAINES RESPONSABLE



L'ORGANISATION DU TRAVAIL CHEZ WÜRTH

Conformément à l'accord ARTT (Aménagement et Réduction du Temps de Travail) et à ses avenants ultérieurs en vigueur au sein de l'entreprise et en application du principe d'annualisation du temps de travail, l'ensemble des collaborateurs internes est soumis à un horaire de travail hebdomadaire de 35 heures, hormis 96 salariés bénéficiant d'une convention de forfait et 54 salariés qui bénéficient d'un emploi à temps partiel.

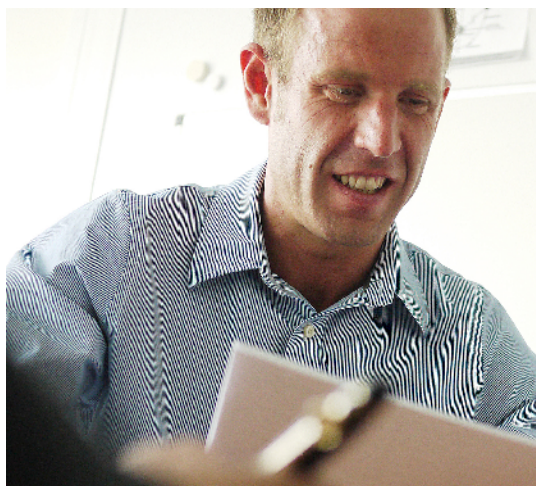
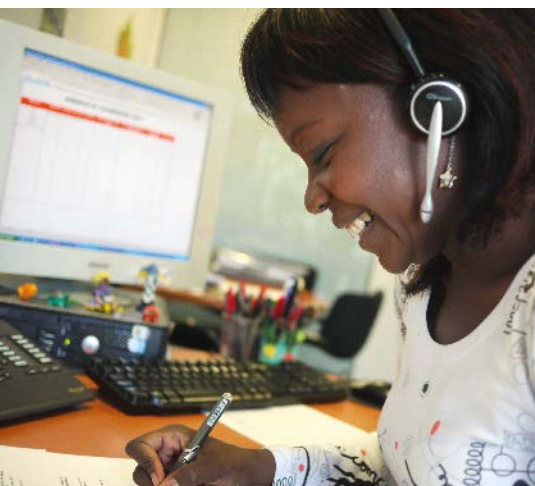
Le principe d'annualisation du temps de travail a été mis en place au sein de l'entreprise pour tenir compte des fluctuations de l'activité et satisfaire au mieux les besoins des clients, la durée hebdomadaire de travail est décomptée sur une période de 12 mois allant du 1^{er} janvier au 31 décembre.

Ce mécanisme permet d'ajuster les temps de travail des salariés à la charge effective et aux fluctuations prévisibles d'activités de l'entreprise, permettant ainsi une régularisation des rythmes de travail et une réduction des contraintes pour les collaborateurs.

Pour ce qui est de la mise en place des temps partiels, celle-ci est uniquement intervenue à la demande des salariés, soit dans le cadre de congés parentaux, soit pour des raisons de convenances personnelles. Würth France s'assure que les aménagements d'horaires tels que le temps partiel, demandés par les salariés (femmes ou hommes) ne constituent pas un frein à l'évolution de leur carrière au sein de l'entreprise. Il est ainsi rappelé le principe d'égalité de traitement entre les salariés occupant des emplois à temps partiel et à temps plein.

En principe, dans la majorité des cas, le temps partiel se prend en journées complètes au cours desquelles les collaborateurs ne travaillent pas. Ce mode d'organisation est privilégié, sauf nécessité de service, afin de permettre une meilleure conciliation entre la vie professionnelle et la vie familiale et personnelle.

Conformément au statut de VRP exclusif, il convient de rappeler que les vendeurs ont une maîtrise totale de leurs horaires de travail et ne relèvent pas d'un horaire hebdomadaire de 35 heures.



RELATIONS SOCIALES

De nouvelles élections professionnelles ont eu lieu en juin 2015.

- **Les Comités d'Établissement**

L'entreprise est dotée de deux Comités d'Établissement, respectivement basés à Erstein et Montélimar. Les Comités d'Établissement sont informés et/ou consultés sur les questions économiques et sociales de l'entreprise et assurent la gestion des activités sociales. Les membres, élus pour une durée de 4 ans, se réunissent mensuellement.

- **Le Comité Central d'Établissement**

Lors des élections professionnelles du mois de juin 2015, l'entreprise s'est dotée d'un Comité Central d'Établissement réunissant 6 membres du Comité d'Établissement d'Erstein et 2 membres du Comité d'Établissement de Montélimar.

- **Les Délégués du Personnel**

Lors des dernières élections professionnelles organisées en juin 2015, 32 délégués du personnel ont été élus pour le site d'Erstein, 2 pour Montélimar. Les délégués du personnel ont pour mission de présenter à l'entreprise toutes les réclamations individuelles et collectives relatives aux salaires et à l'application de la législation du travail. Les réunions se tiennent mensuellement.

- **Le CHSCT**

Les établissements d'Erstein et de Montélimar sont chacun dotés d'un CHSCT désigné en septembre 2015, pour une durée de 4 ans.

Le CHSCT a pour mission de contribuer à la protection de la santé et de la sécurité des salariés de l'établissement, ainsi qu'à l'amélioration des conditions de travail.

Il a également pour mission de veiller à l'observation des prescriptions législatives et réglementaires prises en ces matières. La tenue des réunions du CHSCT se fait trimestriellement.

- **Représentation syndicale**

Depuis juin 2015, les trois sections syndicales représentatives au sein de l'entreprise, amenées à négocier les accords, sont la CGT, la CFE-CGC et la CFDT.



LA DIVERSITÉ AU CŒUR DE NOS ACTIONS



FAIRE DE LA DIVERSITÉ UN ATOUT

Würth France se définit comme une entreprise résolument centrée sur l'Homme : collaborateur, client, fournisseur. L'Homme étant par nature inscrit dans la diversité, notre engagement nous paraît tout à fait naturel.

Chez Würth, pas de profil type. Seuls le talent, l'énergie et la motivation comptent. La différence enrichit nos différences et cette approche de la diversité fait partie des valeurs que nous défendons farouchement.

Cette démarche nous apporte la richesse due à la pluralité des origines, des parcours et des ambitions !

La différence Würth est justement de n'en faire aucune. Au contraire, nous nous sommes engagés depuis toujours à offrir à tous les mêmes chances face à l'emploi et à l'évolution professionnelle. Nos encadrants y sont sensibilisés au travers notamment des formations au recrutement. Ainsi, Würth France est signataire de la Charte de la Diversité depuis avril 2007 et adhère au réseau IMS Alsace Entreprendre pour la Cité depuis sa création en 2011. Würth France a par ailleurs lancé fin 2010 son programme d'actions en faveur de la Diversité, OPEN*, mettant en avant ses engagements pour le handicap, la parité homme - femme, la répartition harmonieuse des générations et la pluralité des origines.

Nous sommes également signataire de la Charte de la Valorisation des Fonctions Commerciales (Valo'Com) témoignant de notre engagement et soutien aux fonctions commerciales au sein de Würth France.

* « OPEN, Soyez différent, soyez vous-même ».





LE HANDICAP

Würth France s'engage pour le recrutement, l'intégration et le maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap. Würth est partenaire de LEA, association locale qui favorise le rapprochement entre les entreprises adaptées et les entreprises de la région. Nous collaborons également avec des Établissements et Services d'Aide par le Travail (ESAT), notamment pour des travaux administratifs, de conditionnement de marchandises et des commandes de plateaux repas ou avec des Entreprises Adaptées notamment pour la prise de rendez-vous téléphoniques auprès de notre clientèle. Par ailleurs, nous avons recours à des contrats de Mise à Disposition (personnes salariées d'entreprises adaptées détachées dans nos murs). Würth France a également développé un partenariat privilégié avec les Special Olympics France, soutenu au sein du Groupe Würth par Madame Carmen Würth, épouse de Monsieur Reinhold Würth.

Würth France a choisi de mettre en place une prime à l'embauche octroyée aux chefs des ventes qui recrutent des commerciaux hommes/femmes reconnus travailleurs handicapés. En parallèle, nous avons lancé les chèques OPEN à destination de nos collaborateurs concernés par le handicap.

Ces chèques sont intégralement financés par Würth France et sont cumulables avec les chèques CESU traditionnels. Ils permettent de financer entre autres des services à domicile tels que ménage, garde d'enfants, livraison de courses... Plus de la moitié de nos collaborateurs en situation de handicap ont fait appel à ce dispositif en 2016.

Dans le cadre du contrat de génération, Würth France permet aux salariés reconnus travailleurs handicapés, dans les trois ans qui précèdent le départ à la retraite à taux plein, de pouvoir bénéficier d'un dispositif spécifique d'aide au passage à temps partiel. Les salariés peuvent demander à effectuer un temps partiel au moins égal à 50% de l'horaire de référence. Dans ce cas, l'entreprise versera une majoration de salaire brute de 10% par rapport au temps partiel réellement pratiqué, sans que l'application de cette majoration puisse conduire à verser au salarié une rémunération brute supérieure à celle qu'il aurait perçue s'il avait travaillé à temps plein. Les salariés qui bénéficient d'un temps partiel aidé auront une indemnité de départ à la retraite calculée sur la base d'un salaire à temps plein reconstitué. Le contrat de génération prévoit également un dispositif spécifique de départ anticipé à la retraite en fonction de l'ancienneté du collaborateur au sein de l'entreprise.

Enfin, toutes nos offres d'emplois sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Notre politique volontariste nous permet d'augmenter pas à pas le nombre de nos collaborateurs en situation de handicap au sein de l'entreprise (+28% entre 2014 et 2016).

“



« Recruté à un poste de commercial, Würth France a mis tous les moyens nécessaires pour favoriser ma réussite. Ayant quasiment perdu l'usage de mon bras gauche, l'entreprise a mis à ma disposition un véhicule de fonction avec boîte automatique où toutes les commandes sont intégrées au volant du côté droit. Mon handicap n'a absolument pas été un frein au recrutement. »

**Un commercial Würth
en situation de handicap**

LA DIVERSITÉ AU CŒUR DE NOS ACTIONS



3842
COLLABORATEURS
EN 2016 AVEC PLUS DE
17 NATIONALITÉS



LA PARITÉ HOMME - FEMME

Au 31 décembre 2016, les femmes représentaient 22,5 % de l'effectif total de Würth France soit 47,7 % du personnel interne et 12,5 % de la force de vente.

La parité homme - femme demeure une réalité en interne. La part des femmes au sein de notre force de vente continue d'évoluer régulièrement.

Un accord d'entreprise a été signé le 17 décembre 2015 sur l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes, détaillant notamment les six domaines d'action comme : l'embauche, la formation et l'évolution professionnelle, l'égalité salariale, la conciliation entre la vie professionnelle et la vie privée et la mixité au sein des Instances Représentatives du Personnel.

Néanmoins, il est important de préciser que la structure des effectifs de l'entreprise, notamment en ce qui concerne la force de vente, ne lui permet pas de justifier d'une égalité numérique entre les hommes et les femmes. En revanche, l'entreprise tient à souligner qu'elle réserve un traitement scrupuleusement identique aux hommes et aux femmes, tant en matière d'embauche, d'évolution professionnelle, de formation et de rémunération.

Il est prévu au sein de l'accord de maintenir cette égalité pour les services internes et continuer la progression pour la force de vente.



LA PLURALITÉ DES ORIGINES

Würth France compte 3 842 collaborateurs en 2016 avec 17 nationalités différentes (7 dans l'Union Européenne et 10 hors de l'Union Européenne).



“



« Würth m’a offert l’opportunité de donner un nouveau souffle à ma carrière en me proposant un poste de commercial à 52 ans passés. Ma mission est un véritable challenge, on m’a fait confiance en me recrutant selon mes compétences sans discrimination d’âge.

Aujourd’hui, je suis épanoui par mon travail et compte bien encore faire profiter de mon savoir-faire. »

Un commercial Würth senior.

UNE RÉPARTITION HARMONIEUSE DES GÉNÉRATIONS

SENIORS

Les 50 ans et + représentaient 15,9 % de l’effectif total de Würth France en 2016 contre 14,7 % en 2015. Convaincue que l’emploi des seniors constitue un facteur essentiel de cohésion sociale entre toutes les générations de la vie économique grâce notamment à la transmission des savoirs, des expériences et des compétences au sein de l’entreprise, Würth France souhaite mettre en place des mesures utiles pour l’emploi des seniors. Afin d’atteindre cet objectif, l’entreprise a mis en œuvre les actions suivantes :

- Transmission des savoirs, des compétences et développement du tutorat.
- Développement des compétences et des qualifications et accès à la formation.
- Recrutement de personnes de plus de 50 ans.

Würth France participe à des forums de recrutement dédiés, en accompagnant des seniors en recherche d’emploi dans la rédaction de leur CV et dans la valorisation de leur expérience en entretien. Des mesures prises en faveur des seniors ont été traitées dans le contrat de génération conclu en novembre 2013.

LA DIVERSITÉ AU CŒUR DE NOS ACTIONS

“



« Würth m'a offert l'opportunité d'effectuer mon BTS Management des Unités Commerciales (MUC) en apprentissage au sein de l'entreprise par le biais du programme « Vendeurs Juniors ». J'ai alors suivi une formation en alternance lors de laquelle j'ai découvert les différentes formes de vente (téléphone, magasin...). Mon diplôme en poche, Würth m'a fait confiance et m'a embauché en CDI en tant que conseiller point de vente. J'ai vraiment été séduit par les possibilités d'évolution et par les moyens mis en place par l'entreprise, qui contribuent largement à ma réussite. »

**Un commercial Würth,
jeune diplômé.**

JEUNES TALENTS

Stages, apprentissages, emplois... chez Würth, chaque jeune talent peut trouver très tôt une réponse à ses attentes. En outre, notre engagement s'inscrit sur le long terme et nous nous attachons à offrir de réelles perspectives d'embauche.

En 2016, les moins de 26 ans ont représenté 29 % de nos recrutements globaux. Cette population a des attentes spécifiques et nous avons souhaité lui dédier un espace privilégié : **www.wurthcampus.com**. Ce site leur offre la possibilité de découvrir les opportunités que propose Würth France : stage, alternance, 1^{er} emploi... Des offres pour tous les niveaux d'études et dans de nombreux domaines d'activité (marketing, contrôle de gestion, vente...) sont consultables en ligne.

Würth France offre également l'opportunité à des jeunes d'effectuer leur BTS NRC (Négociation et Relation Client) ou MUC (Management des Unités Commerciales) en apprentissage au sein de l'entreprise et ce, par le biais du programme « Vendeurs Juniors ». Ils suivent une formation alternant partie théorique dispensée par des Centres de Formation des Apprentis (CFA) partenaires et partie pratique au sein de nos équipes commerciales. Ils découvrent la vente par téléphone, en magasin et sur le terrain.



AMÉLIORATION CONTINUE

DES CONDITIONS DE TRAVAIL



CONTRIBUER À L'AMÉLIORATION DES CONDITIONS DE TRAVAIL

Certifiée ISO 14001 et ISO 9001, Würth France a décidé de lancer en mars 2013 le chantier de la certification de son management de la sécurité selon le référentiel OHSAS 18001.

La certification a été obtenue en mars 2014.

Tout nouveau collaborateur doit suivre une formation obligatoire à la sécurité. Elle a pour objectif de prévenir les accidents du travail spécifiques au personnel interne et au métier de commercial. À l'issue de cette formation, deux livrets sont remis aux participants. Ils récapitulent l'ensemble des mesures de sécurité et d'hygiène en vigueur dans notre entreprise. Würth travaille également en étroite collaboration avec les agences intérimaires à ce sujet.

Würth a pris des mesures concrètes pour la prévention des accidents de travail :

- une analyse des causes des accidents du travail,
- l'investissement dans des moyens sécurisés de travail : équipements de manutention, échelles, équipements de protection individuel,
- l'intégration des nouveaux collaborateurs,
- les formations pour les Sauveteurs Secouristes du Travail,
- les habilitations électriques,
- les formations à la sécurité routière de la force de vente,
- les équipiers de première intervention (extincteur),
- les formations des caristes.

Près de 300 collaborateurs ont bénéficié d'une formation sécurité en 2016 (Sauveteur Secouriste du Travail, Équipier d'Intervention Incendie, conduite d'engins...).

Chez Würth France, nous comptons en interne environ un SST pour quinze personnes (le minimum normatif est fixé d'un pour vingt personnes) et un EPI pour vingt personnes.

AMÉLIORATION CONTINUE

DES CONDITIONS DE TRAVAIL



Pour améliorer les conditions de travail des collaborateurs de Würth France, la direction a entrepris plusieurs actions :

- **L'étude ergonomique des postes de travail au sein de la plateforme logistique d'Erstein**

En 2012, la direction logistique de Würth France a fait appel à un ergonome pour analyser l'ensemble des postes de la logistique et proposer des améliorations concernant les aménagements de postes dans le but de diminuer la pénibilité au travail. Ces actions ont depuis été intégrées à notre démarche LEAN Management et sont fréquemment suivies. L'étude a été mise à jour en 2015 dans le cadre du compte pénibilité.

- **La prévention des troubles musculo-squelettiques (TMS) Gestes et Postures**

Dans le cadre de notre plan de formation, nous avons intégré un module « gestes et postures ». Cette formation a pour objectif de rappeler les gestes appropriés pour prévenir les troubles musculo-squelettiques (TMS).

Des exercices et démonstrations en conditions réelles sont réalisés lors de cette formation.

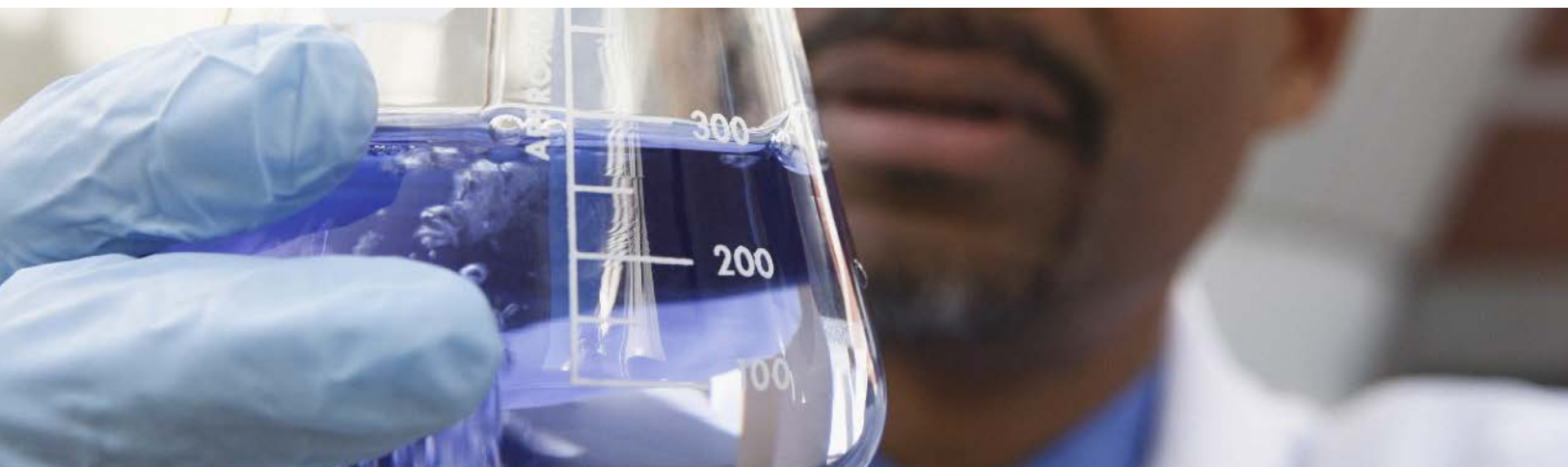
- **L'ostéopathie**

Depuis 2012, un partenariat avec l'école d'Ostéopathie de Strasbourg (COS) a été mis en place dans le but de proposer des séances d'ostéopathie dans un premier temps aux collaborateurs de la logistique. Elles sont maintenant proposées à tous les collaborateurs des sites d'Erstein. Ces séances sont directement effectuées sur le lieu de travail. Plus de 150 personnes en ont déjà bénéficié. Ce partenariat a été poursuivi en 2016.

- **La maîtrise du risque chimique**

En 2014 et 2015, la majeure partie du personnel exposé aux risques chimiques a été formée à la manipulation, notamment à la conduite à tenir en cas de projection de produits chimiques.

En complément d'une formation adaptée, un affichage spécifique aux risques chimiques a été mis en place à proximité des postes de travail, facilitant ainsi une prise de décision pertinente en cas d'accident ou d'incident.



- **La mesure des polluants**

Pour assurer une protection optimale aux collaborateurs, des analyses d'air et de bruit des entrepôts logistiques sont régulièrement assurées conformément aux réglementations.

- **La sécurité routière**

Avec plus de 2 700 commerciaux sur les routes de France, le risque routier est la cause principale d'accident des vendeurs. Pour diminuer ce risque, Würth France a décidé il y a 4 ans de lancer un vaste programme de formation de la force de vente aux bonnes pratiques de conduite.

■ DES CONCOURS DE SÉCURITÉ DE LA CARSAT

Tous les ans, la Caisse d'Assurance Retraite et de la Santé au Travail Alsace-Moselle (CARSAT) distingue des établissements et des personnes dont l'engagement en faveur de la prévention est exemplaire.

Depuis maintenant deux ans, Würth France est ainsi récompensée par la CARSAT pour des projets en lien avec la sécurité. Les collaborateurs et collaboratrices se sont vu remettre un chèque de 300 € ainsi que des diplômes.

Exemple de projets :

- mise en place du 5S (méthode d'organisation du travail) dans plusieurs services de la logistique,
- intégration sécurité et environnement de la force de vente à l'aide de l'e-learning.

“

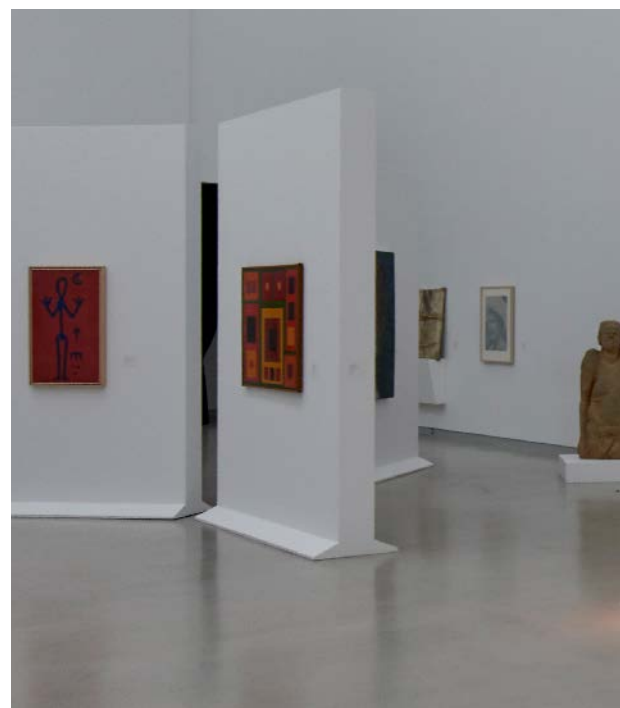
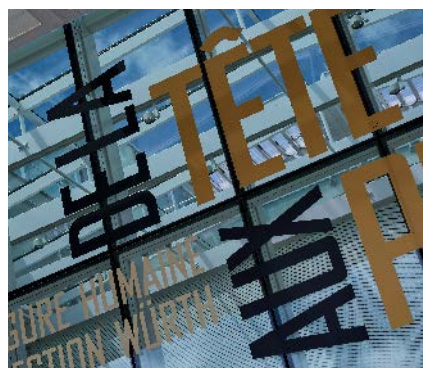


« L'amélioration des conditions de travail de nos collaborateurs est une de nos priorités chez Würth France. Fidèles à l'entreprise depuis de longues années, nos collaborateurs des plates-formes logistiques évoluent dans un environnement de travail adapté. Le vieillissement naturel de nos effectifs est pris en compte à travers différentes études, comme la polyvalence des postes, ou encore, le vaste projet d'ergonomie lancé en 2012 pour les collaborateurs de la logistique.

Celle-ci est entièrement intégrée dans notre démarche LEAN depuis 2015. Son but est d'adapter les outils de travail à l'Homme et ainsi, améliorer les conditions de travail pour l'ensemble du personnel. Ce projet se poursuivra ces prochaines années. »

Alexis Laperdrix,
responsable sécurité

AMÉLIORATION CONTINUE DES CONDITIONS DE TRAVAIL



L'ART DANS L'ENTREPRISE : FAVORISER LA CULTURE AU SEIN DE WÜRTH FRANCE

La Collection Würth a été initiée dans les années 60 par Reinhold Würth. En évolution permanente, elle offre un large spectre des mouvements artistiques modernes et contemporains et rassemble plus de 17 000 oeuvres, peintures, dessins, gravures et sculptures. Elle réunit notamment des chefs-d'oeuvre de l'expressionnisme allemand, du surréalisme, de remarquables ensembles de l'abstraction géométrique et des tendances néo-figuratives des années 1980.

Le Musée Würth France : un esprit d'entreprise audacieux

Attaché à favoriser un dialogue singulier entre l'art et la vie de l'entreprise, Reinhold Würth promeut sa collection auprès de ses collaborateurs et du grand public. Depuis 1991, les expositions se succèdent au Museum Würth, intégré au coeur de l'entreprise au siège du groupe, à Künzelsau (Allemagne), offrant ainsi aux collaborateurs une proximité quotidienne avec les oeuvres. Il en a été de même dans d'autres filiales du Groupe Würth avec, à ce jour, 15 lieux d'exposition dédiés à la Collection Würth en Europe. Un tel engagement en faveur de l'art re-



lève d'une dynamique d'entreprise parmi les plus audacieuses du monde industriel. C'est dans cet élan que l'idée d'implanter un lieu exclusivement destiné à l'art chez Würth France a vu le jour. Aux abords du siège social, bâtiment réalisé en 1997, se dresse depuis 2008 un édifice de béton brut et de verre : le Musée Würth France à Erstein. En sollicitant les architectes de renom Jacques et Clément Vergely pour la conception du projet, l'entreprise réaffirme son engagement en faveur de l'architecture contemporaine.

Comme investissement pour les hommes et non comme un luxe, l'art, selon Würth, doit transmettre aux collaborateurs et au public une plus grande qualité de vie et de travail, même en dehors des centres culturels habituels. L'objectif et la particularité de l'engagement culturel de Würth est d'établir un lien entre l'art et le monde du travail, mais aussi d'ancrer l'entreprise sur le plan local et régional, en tant qu'acteur économique et social.

La Fondation Würth

Depuis des décennies, le Groupe Würth se distingue par un travail culturel engagé. La Fondation Würth a été créée en 1987 par le Prof. Dr h. c. mult. Reinhold

Würth et son épouse Carmen.

Le capital de la fondation s'élève actuellement à 3,36 millions d'euros.

Son but est de promouvoir la science et la recherche, l'art et la culture, ainsi que l'éducation et la formation. Cet objectif est notamment concrétisé par les actions suivantes :

- Organisation de manifestations scientifiques et de symposiums internationaux.
- Attribution de projets en matière de recherche.
- Promotion d'écoles supérieures privées et mise en place ou co-financement de chaires.
- Soutien aux artistes : remise de prix, attribution de bourses et financement de commandes.
- Organisation de manifestations artistiques.
- Préservation et maintien des valeurs culturelles.
- Soutien aux établissements culturels : théâtres, musées et bibliothèques.
- Soutien aux écoles et établissements d'accueil des enfants.

“



« Lors de chaque nouvelle exposition, nous organisons des visites guidées pour les collaborateurs, idéalement durant leur pause déjeuner, mais également des activités diverses, tels que des ateliers de création, toujours en lien direct avec l'exposition en cours, ateliers bien entendu également ouverts au public. Nous sommes aussi à l'initiative du développement du tourisme industriel en programmant des visites mixtes « musée et entreprise » pour le grand public, en coopération avec les offices de tourisme de la région. Enfin, nous recevons tout au long de l'année de très nombreux groupes scolaires - de la maternelle au lycée - et il n'est pas rare que parmi les élèves figurent des enfants de collaborateurs. »

Sur le plan local et régional, après près de 9 ans d'existence, le Musée Würth est devenu aujourd'hui un lieu culturel incontournable en Alsace. J'en veux pour preuve les touristes étrangers d'année en année plus nombreux à visiter nos expositions. »

Marie-France Bertrand,
directrice du Musée
Würth France

DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES AU SEIN DE L'ENTREPRISE



87 439 HEURES
ET 4,51 %
DE LA MASSE SALARIALE SOIT PLUS DE
5,7 MILLIONS D'EUROS
CONSACRÉS À LA FORMATION CONTINUE
EN 2016

INTÉGRER ET FORMER NOS COLLABORATEURS

- **Intégration** : Chaque nouvel embauché bénéficie d'un parcours d'intégration individuel et adapté lui permettant de découvrir l'organisation de l'entreprise et les principaux interlocuteurs liés aux postes.
- **Formation** : Pour faire grandir une entreprise, il faut avant tout que chacun ait les moyens d'apporter sa contribution.

Nos nouveaux collaborateurs, quel que soit leur statut (stagiaire, temporaire, CDD, CDI), suivent également une formation à la qualité, la sécurité et l'environnement.

Si nous ne cessons de nous développer et que nous réalisons de tels chiffres, c'est indéniablement grâce à l'effort constant de nos collaborateurs, à leur motivation et à une coopération marquée par la confiance et le respect.

Dans ce cadre, le renforcement des compétences par la formation et l'accompagnement constituent un point essentiel.

Former nos collaborateurs est pour nous un véritable enjeu, mieux, une philosophie. Il s'agit de développer les compétences de chacun, lui permettre d'évoluer, d'accélérer sa montée en puissance, de se dépasser et ainsi contribuer à l'atteinte des objectifs de l'entreprise.

L'enjeu est simple : que chacun, quel que soit son ancienneté ou son degré de responsabilité, puisse être à tout moment au maximum de ses compétences.

En 2016, la formation a représenté 87 439 heures et 4,51 % de la masse salariale soit plus de 5,7 millions d'euros. Cela concerne tout autant la force de vente (2/3 de nos effectifs) que les services internes de l'entreprise.



L'équipe des formateurs de notre centre de formation interne, « Forma+ », conçoit et anime toutes les formations dédiées à la force de vente.

- Les commerciaux itinérants et commerciaux sédentaires bénéficient d'une formation pointue aux métiers de nos clients, aux produits Würth et aux techniques de vente. Ils ne cessent de monter en compétences tout au long de leur carrière chez Würth. Cette formation professionnelle, continue et régulière est assurée directement dans les régions par notre équipe de formateurs opérationnels terrains pour les VRP et dans notre centre de formation pour les vendeurs sédentaires. Les commerciaux itinérants sont répartis en équipes de 11 personnes environ, solidement soudées et bénéficient d'un encadrement de terrain, expérimenté et disponible.
- Chefs des ventes : véritable coach, le manager de l'équipe est lui-même presque toujours un ancien commercial qui a fait ses preuves sur le terrain. Il bénéficie d'un cursus de formation sur les outils de management ainsi qu'une formation continue sur des thématiques spécifiques au métier de l'encadrement de vente.

GÉRER LES COMPÉTENCES

- Würth France a mis en place une gestion prévisionnelle des emplois et des compétences visant à :
 - optimiser les recrutements,
 - favoriser la mobilité interne,
 - renforcer les pratiques managériales (évaluation, suivi de la performance),
 - lutter contre la discrimination,
 - motiver et fidéliser les collaborateurs,
 - assurer l'employabilité de nos collaborateurs et favoriser leur développement individuel.
- Nous tenons un référentiel métiers. Il s'agit d'une cartographie des métiers et compétences associés au sein de Würth France. Ce référentiel est un outil de bonne gestion des ressources humaines (recrutement, mobilité interne, développement RH), un outil de management, ainsi qu'un outil de soutien aux projets transverses au sein de l'entreprise.
- Nous favorisons dès que possible la mobilité interne de nos collaborateurs, qu'elle soit verticale ou horizontale.
- Chaque année, nos collaborateurs bénéficient d'un Entretien Individuel de Développement (fixer et évaluer l'atteinte d'objectifs, déterminer les actions de formation...).

“



« L'objectif est de fournir des apports pratiques directement exploitables dans leur métier. De plus, les sessions de formation continue viennent rafraîchir et compléter leurs connaissances acquises sur le terrain. »

**Jean Duquesne,
responsable pédagogique
de formation
chez Würth France.**

WÜRTH, ENTREPRISE CITOYENNE



SOUTENIR LE MONDE ASSOCIATIF ET HUMANITAIRE

Würth France est impliquée dans des actions humanitaires et de développement. Ses contributions se déclinent sous forme de dons en espèces et de matériel, de mécénat de compétences, de campagnes de sensibilisation et autres initiatives. Würth France soutient financièrement des associations telles que la Croix-Rouge française, LEA ou l'IMS dont la nature et la portée correspondent aux exigences d'une politique en faveur du lien social. L'entreprise Würth France encourage également l'épanouissement par le sport des personnes vivant avec un handicap mental en étant depuis 2014 partenaire des Special Olympics.



La Croix-Rouge et Würth France :

Chaque année, Würth France organise dans ses locaux des dons du sang. Plus de 70 collaborateurs en moyenne participent à cette opération à Erstein, au siège social.





■ ENGAGEMENTS SOCIÉTAUX EN FAVEUR DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

IMPACT TERRITORIAL, ÉCONOMIQUE ET SOCIAL DE L'ACTIVITÉ DE LA SOCIÉTÉ

Würth France est l'un des premiers employeurs du département. L'entreprise participe activement à la création de valeur locale en favorisant l'emploi, sans oublier les publics du secteur protégé ou en insertion.

Ainsi, Würth France sous-traite des travaux de conditionnement à l'ESAT Nouveaux Horizons, situé à Erstein, ainsi qu'au centre de détention de l'Elsau et a recours à d'autres établissements du secteur protégé pour de la mise à disposition de collaborateurs en situation de handicap ou de la prestation de services (dématérialisation de documents administratifs, commandes de plateaux repas...). Son engagement en la matière est continu.

RELATIONS ENTRETENUES AVEC LES ÉTABLISSEMENTS D'ENSEIGNEMENT LOCAUX

Forte de son impact économique et sociétal, la société Würth France est régulièrement sollicitée pour accueillir des jeunes du collège Romain Rolland et du lycée Marguerite Yourcenar dans le cadre de stages de découverte. Elle accueille des jeunes sous contrat en alternance et notamment des stagiaires dans le cadre du Bac Pro du lycée professionnel Schwilgué issus de la section Maintenance et Logistique mais également des stagiaires sur toute la France.

Sa renommée et son implication en font aussi un partenaire apprécié de l'enseignement supérieur. En effet, en plus des élèves issus de CFA et accueillis en alternance pour effectuer leur BTS NRC ou MUC, l'entreprise accueille des stagiaires et alternants issus de l'EM Strasbourg, d'OMNIS ou de l'ISEG.

Au total ce ne sont pas moins de 249 stagiaires en 2015 et 245 en 2016 qui ont été accueillis par Würth France.

Depuis 2012, le Musée Würth France est partenaire de la cérémonie de remise des prix du Trophée Ellipse organisée par les IUT d'Alsace. Ce Trophée récompense et valorise le parcours particulièrement original d'un étudiant, ancien étudiant ou groupe d'étudiants de l'un des 5 IUT d'Alsace. La cérémonie de remise des récompenses est l'occasion de réunir les étudiants, les enseignants, le personnel des IUT d'Alsace, les représentants du milieu socio-économique et des personnalités diverses.

Würth France est également partenaire principal des Négociales : un concours de vente destiné aux étudiants de formation commerciale sur toute la France. En 2016, ils étaient 6 500 à s'affronter sur un cas de négociation Würth France dans 38 centres de qualification.

04

**ENGAGEMENT
EN FAVEUR DE
L'ENVIRONNEMENT
ET DU CLIMAT**

LES ENGAGEMENTS DE WÜRTH FRANCE EN FAVEUR DE L'ENVIRONNEMENT

**LE GROUPE
WÜRTH EST CERTIFIÉ
ISO 14001
DEPUIS 1998**



UN GROUPE ET UNE FILIALE ENGAGÉS

Dans un contexte de déploiement de l'économie vers une plus grande prise en compte des enjeux environnementaux, le Groupe Würth poursuit sa démarche de développement durable inscrite au cœur même de son modèle d'activité. La maison mère en Allemagne est certifiée ISO 14001 depuis 1998. Cette certification démontre une maîtrise environnementale des activités et concerne l'ensemble de ses processus relatifs aux produits et services.

L'ensemble des activités de Würth France susceptibles d'avoir un impact environnemental fait l'objet d'une évaluation annuelle afin de définir celles qui présentent le plus grand risque. Un plan d'actions est alors conçu afin de réduire le risque inhérent à celles-ci, ce qui a permis à Würth France d'obtenir la certification ISO 14001 version 2004 en mars 2011, délivrée par l'organisme certificateur TÜV validant ainsi sa démarche environnementale.

Les plates-formes logistiques de Würth France disposent d'infrastructures prévenant tout rejet d'eau présentant un risque potentiel pour l'environnement (fuite de produits chimiques, eaux d'extinctions).

Le site de Montélimar est bâti sur rétention. Tout liquide présentant un danger pour l'environnement reste donc confiné au sein même du site.

Le site d'Erstein dispose quant à lui de pompes de relevage qui acheminent l'eau usée des bassins de stockage au réseau de collecte. En cas de pollution, ces pompes sont immédiatement coupées et les rejets liquides s'écouleront alors dans les bassins de stockage avant collecte et élimination par un prestataire agréé.

Les zones de circulation des véhicules disposent de déshuileurs afin de prévenir toute pollution aux hydrocarbures.

L'ensemble des installations de Würth France fait l'objet d'une maintenance externe assurée par des bureaux de contrôle. Des audits « flash » sont également réalisés afin de responsabiliser les collaborateurs aux problématiques de sécurité et à la bonne gestion environnementale.

LES ENGAGEMENTS DE WÜRTH FRANCE EN FAVEUR DE L'ENVIRONNEMENT



**EN 2016, LA PART DE
DÉCHETS
VALORISÉS
REPRÉSENTAIT
PLUS DE 90 %,
SOIT PRÈS DE
1 600 TONNES.**

SENSIBILISER NOS COLLABORATEURS AUX GESTES CITOYENS

Un livret recensant toutes les bonnes pratiques au quotidien en matière de développement durable, « l'éco-guide », a été remis à tous les collaborateurs et prodigue des conseils sur la manière de réduire les consommations énergétiques.

Pour quels objectifs ?

« L'éco-guide » vise deux aspects : réduire nos consommations énergétiques (eau, électricité...) et adopter les bonnes pratiques de conduite des véhicules, l'éco-conduite, pour réduire les émissions de gaz à effet de serre. Les nouveaux collaborateurs suivent tous un module de formation les sensibilisant au développement durable et à la protection de l'environnement.

L'éco-conduite

Depuis 2009, tous les nouveaux vendeurs sont formés aux principes fondamentaux de l'éco-conduite lors de leur passage en stage au sein de notre centre de formation Format+.

Les 6 principes fondamentaux de l'éco-conduite :

1. Optimiser le passage des vitesses.
2. Opter pour une conduite souple.
3. Contrôler les accélérations.
4. Anticiper le trafic routier et rouler de façon calme.
5. Entretenir son véhicule et rouler avec des pneus gonflés.
6. Limiter sa consommation de carburant.

L'éco-conduite permet à la fois de réduire les consommations d'énergie, les rejets en CO² et de diminuer les risques d'accidents corporels.

■ VALORISER NOS DÉCHETS

Dans le cadre de sa démarche environnementale, Würth France valorise ses déchets grâce au recyclage et à la valorisation matière.

Celle-ci concerne le bois, les papiers, les déchets électriques et électroniques, les piles et batteries, les cartons, les métaux divers. Les déchets chimiques sont stockés sur des rétentions avant d'être collectés pour valorisation énergétique. Au total, plus de 600 tonnes de cartons et papiers ont été valorisées en 2016.

Le tri des films plastiques, initié en 2014, a été généralisé en juin 2015 sur l'ensemble de la plate-forme logistique d'Erstein. Plus de 14 tonnes ont ainsi été collectées en 2016.

À travers sa démarche éco-responsable, Würth France finance le recyclage des papiers publicitaires en partenariat avec l'organisme EcoFolio. Ce dernier, éco-organisme des papiers, coordonne et finance cette action collective en faveur de l'environnement.

Würth France finance également la collecte et le recyclage des piles, batteries et lampes mises sur le marché. Cette démarche est réalisée à travers son adhésion auprès de deux éco-organismes : Corepile et Recylum.

La gestion opérationnelle des déchets d'activité

Un système de convoyage logistique, constitué d'un tracteur et trois chariots, est mis en place depuis la fin de l'année 2015. Ses objectifs sont multiples :

- Réduire les risques de collision entre collaborateurs et chariots logistiques.
- Améliorer le taux de valorisation en renforçant le contrôle du respect des consignes de tri.

Un partenariat est mis en place avec l'Association des Paralysés de France : ce sont des personnes en situation de handicap qui font vivre le système de gestion des déchets d'activité.

Les ECO-Ambassadeurs

Un appel à volontaires a été réalisé afin de mettre en place un groupe de travail local, disponible pour accompagner les collaborateurs sur les problématiques environnementales des sites d'Erstein rue de la Dordogne. Ce sont les ECO-Ambassadeurs. Relais de l'information, ils ont permis la mise en place d'un système de gestion des déchets de bureau qui évolue en fonction des besoins des différents services. Cette nouvelle méthode de gestion fait appel aux bornes de tri de l'association ELISE, faisant de Würth un acteur pour la réinsertion professionnelle de personnes en situation de handicap.

Prise en compte des nuisances sonores

Les activités de Würth France se font dans le respect des exigences légales liées aux nuisances sonores. Ainsi, le seuil des 80 décibels à l'extérieur des sites n'est pas dépassé. De plus, les plates-formes logistiques sont situées dans des zones industrielles, ne générant ainsi aucune nuisance de par leur fonctionnement.



LA MAÎTRISE DE NOS CONSOMMATIONS

UTILISATION DURABLE DES RESSOURCES

La plus grosse consommation d'énergie électrique est générée par la plate-forme logistique d'Erstein, qui fonctionne en tout électrique (moteurs des systèmes de convoyage, cassettes chauffantes...).

Différentes actions ont été conduites afin de réduire les consommations énergétiques liées au fonctionnement des sites de Würth France :

- Les plates-formes logistiques d'Erstein et Montélimar bénéficient d'une Gestion Technique Centralisée qui pilote l'éclairage et le chauffage. Cette technologie gère également les mêmes fonctions pour les sites Würth 2 et le siège social.

- Les chaufferies du site basé rue de la Dordogne ont fait l'objet d'une modernisation. Les anciennes chaudières, fonctionnant au fuel, ont été remplacées par des chaudières gaz plus performantes. Initiée en 2014, l'opération avait ciblé un seul équipement. Les résultats étant au rendez-vous, l'ensemble des chaudières ont été remplacées au cours de l'année 2016.

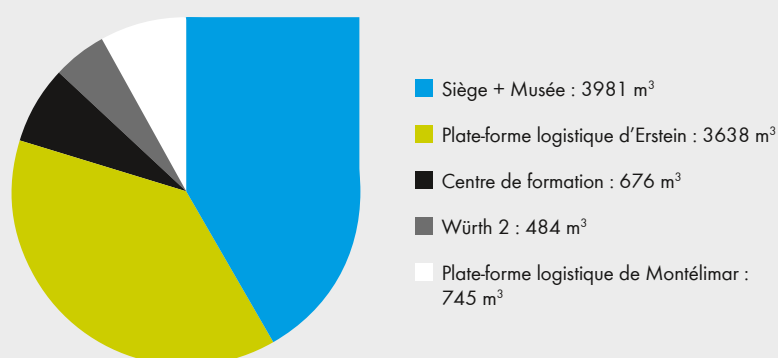
La chaufferie de la plate-forme logistique de Montélimar avait été modernisée en 2013. Afin d'économiser les consommations de gaz, les chaudières ont été asservies à la loi d'eau, c'est-à-dire que la consigne de chauffage varie en fonction des températures extérieures. De même, les pompes faisant circuler l'eau chaude dans les aérothermes sont asservies à des variateurs afin de réguler le débit en fonction des besoins.

La technologie LED a été testée sur les plates-formes logistiques d'Erstein et Montélimar. Ainsi, une partie des sources lumineuses « classiques » (tubes fluorescents et lampes « gamelles » au sodium) ont été remplacées par leur équivalent LED.

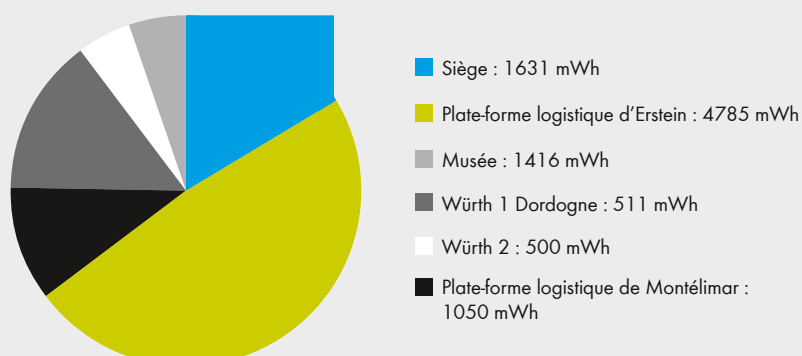
Les résultats et le confort visuel étant au rendez-vous, l'ensemble des éclairages logistiques du site basé à Montélimar sont en LED. La généralisation de la LED est en cours sur la plate-forme logistique d'Erstein.

En parallèle, des luminaires sur pieds offrant un confort d'éclairage ont été installés sur le site Dordogne.

RÉPARTITION DES CONSOMMATIONS D'EAU (M³) 2016



RÉPARTITION DES CONSOMMATIONS D'ÉLECTRICITÉ (KWH) 2016



- Un audit énergétique a été réalisé durant l'hiver 2015 sur les sites d'Erstein pour identifier et prioriser les mesures d'économies d'énergie.

Sur la même période, la plate-forme logistique de Montélimar a effectué une thermographie afin d'évaluer l'isolation des locaux.

- Les magasins sont également impliqués dans la démarche de réduction des consommations énergétiques. Tout nouveau site est équipé d'office de la technologie LED tandis que les éclairages des anciens sites sont progressivement remplacés par cette technologie.

Du fait de ses activités, les consommations d'eau ne présentent pas de contrainte pour Würth France puisque celles-ci se résument à la collecte d'eau potable de ville. Le musée prélève de l'eau dans la nappe phréatique à des fins de climatisation, c'est-à-dire que ces eaux circulent en circuit fermé (pas de contamination possible) et sont réinjectées dans la nappe phréatique. Les sites d'Erstein sont situés sur la nappe phréatique rhénane, un des plus importants aquifère d'Europe avec une capacité de 35 milliards de mètres cube d'eau pour la partie Alsacienne.

■ **LIMITER ET CONTRÔLER LES REJETS EN CO₂**

Nos principales émissions de CO₂ se concentrent dans les transports. Le service flotte automobile de Würth France compte plus de 2 900 véhicules (tourisme et utilitaires) affectés aux équipes de vente. Afin de réduire les émissions de CO₂, nous nous sommes fixés les objectifs suivants :

- diminuer nos consommations de 2 %,
- augmenter la part des véhicules bénéficiant du bonus écologique,
- référencer des options vertes comme le « stop and start »,
- faire un suivi de consommation de nos pneumatiques,
- sensibiliser nos vendeurs par rapport à la sinistralité.

Des actions permanentes sont également réalisées afin de maîtriser nos rejets de CO₂ :

- Nos véhicules sont sélectionnés selon un cahier des charges prenant en compte les consommations de carburant, les dimensions des pneumatiques ainsi que les émissions de CO₂.
- L'intégralité de notre flotte automobile bénéficie de contrats d'entretien. Ceux-ci sont effectués dans le réseau constructeur.
- Nos véhicules bénéficient d'un ordinateur de bord d'aide à l'éco-conduite.
- Les consommations et les kilométrages parcourus sont suivis et font l'objet d'un reporting régulier.

Afin de mettre en avant son engagement environnemental, une partie du parc bénéficie de véhicules de type hybride.

■ **CHANGEMENT CLIMATIQUE**

Rejets de GES (Gaz à Effet de Serre)

Würth France a mis à jour son BEGES (Bilan d'Émissions de Gaz à Effet de Serre) en se basant sur l'exercice 2015. Les émissions directes de GES représentent plus de 17 198 tonnes, dont 16 328 sont imputables à nos véhicules.

Un plan d'actions a été défini pour réduire nos émissions de GES, à échéance 2017. Celui-ci est consultable dans son intégralité sur notre site internet www.wurth.fr.



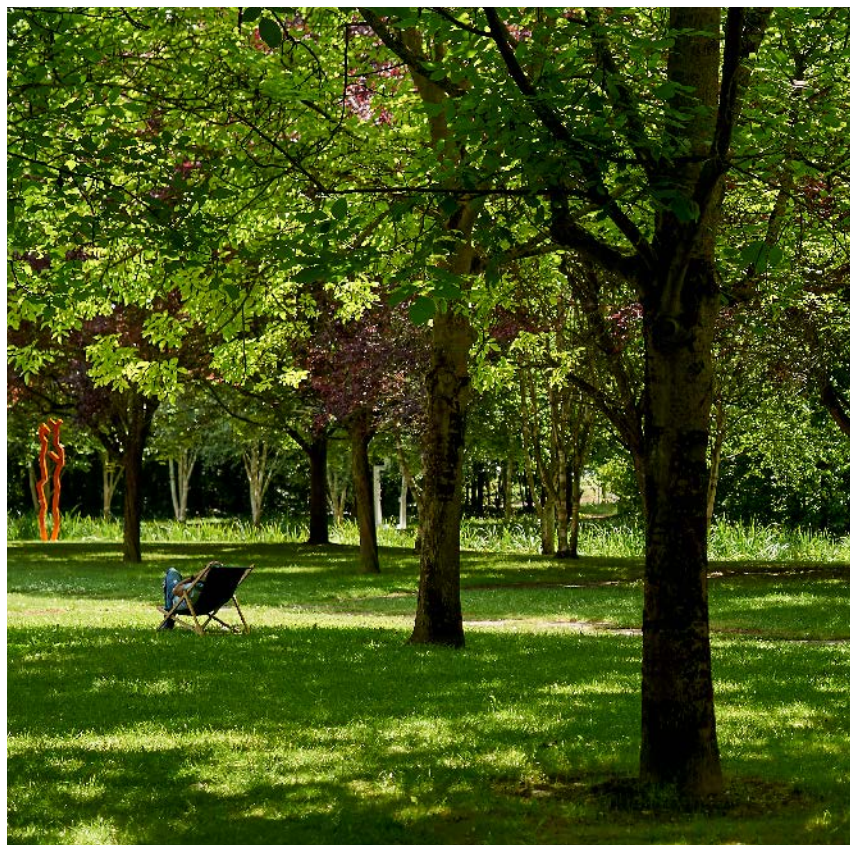
“



« L'environnement est pour nous un paramètre à prendre en compte de façon incontournable. En effet, s'orienter vers une démarche environnementale permet de réduire sensiblement nos coûts de fonctionnement. Il est de même important pour nous d'aider nos clients à réduire leur impact écologique. Pour cela, nous organisons des collectes de déchets dans notre réseau de points de vente et nous leur proposons aussi des produits respectueux de l'environnement et de l'utilisateur car, comme le dit Antoine de Saint-Exupéry : « nous n'héritons pas de la terre de nos parents, nous l'empruntons à nos enfants. ».

Jonathan Weber,
chargé de l'environnement

WÜRTH S'ENGAGE POUR L'ENVIRONNEMENT



DES FOURNISSEURS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

Würth France a mis en place une convention imposant à ses partenaires commerciaux de suivre scrupuleusement un ensemble d'exigences axées sur les domaines environnementaux et sociaux.

Dans le domaine environnemental, ces exigences concernent la réduction des suremballages et le respect des réglementations relatives aux produits et aux substances dangereuses. Dans le domaine social, Würth France exige la lutte contre les discriminations et le respect des conventions de l'Organisation Internationale du Travail.

Chaque fournisseur est tenu de signer cette convention et de respecter notre charte de développement durable.

De même, Würth France adhère au programme « Imprim'Vert » et sélectionne des fournisseurs utilisant des papiers recyclés et des encres végétales dans le cadre de sa documentation interne.

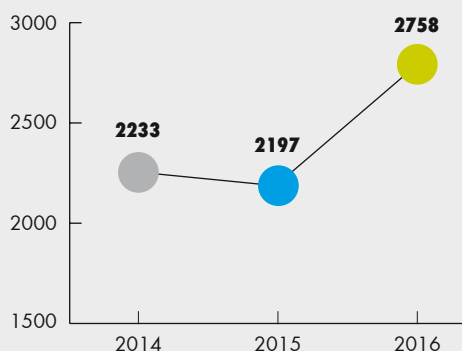
FAVORISER LA BIODIVERSITÉ

Attenant au siège social à Erstein (Bas-Rhin), le parc Würth France s'étend sur 5 hectares.

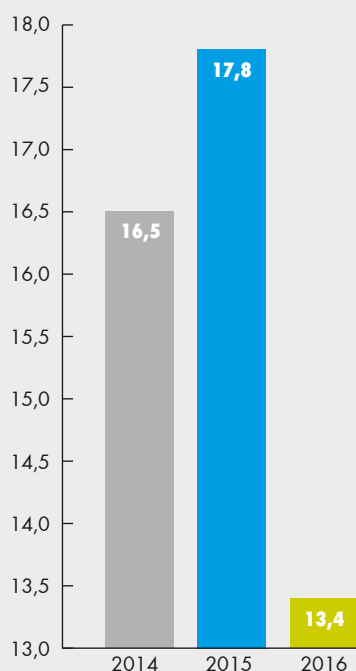
Conçu par Martine Rascle, il a obtenu le trophée de l'arbre d'or 2000 récompensant les huit plus beaux aménagements paysagers français. 5 hectares de végétation luxuriante entourent un bassin asymétrique serpentant sous les nénuphars. Le parc est un bosquet au milieu des cultures et offre un refuge à la faune, telle que carpes, colverts, hérons, lièvres...



FORMATION SÉCURITÉ (NOMBRE D'HEURES)



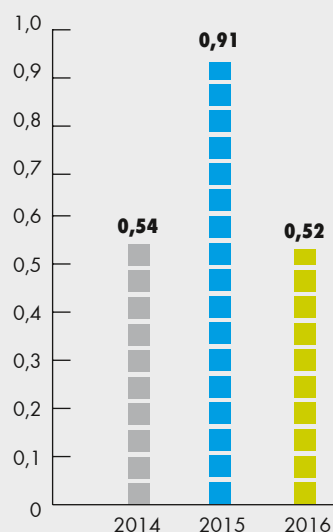
TAUX DE FRÉQUENCE DES ACCIDENTS DU TRAVAIL WÜRTH FRANCE*



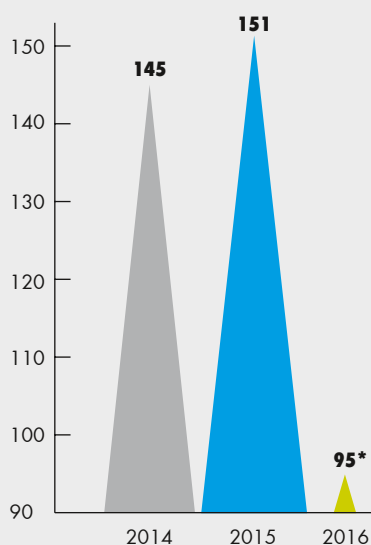
Taux de fréquence = nombre d'accidents du travail avec arrêt maladie/heures travaillées X 1 000 000.

Chez Würth France en 2016, pour un million d'heures de travail, il s'est produit 13,4 accidents du travail.

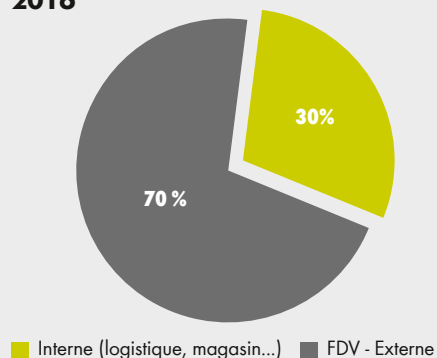
TAUX DE GRAVITÉ DES ACCIDENTS DU TRAVAIL*



NOMBRE D'ACCIDENTS DU TRAVAIL



RÉPARTITION DES ACCIDENTS DU TRAVAIL : INTERNES ET EXTERNES 2016



ENTREPRISE CERTIFIÉE ISO 14 001, ISO 9001 ET OHSAS 18 001

DEPUIS 2013, LES PRINCIPAUX INDICATEURS RELATIFS AUX CONDITIONS DE TRAVAIL SONT EN AMÉLIORATION. EN REVANCHE, LE TAUX DE GRAVITÉ S'EST DÉGRADÉ EN 2015, SUJET SUR LEQUEL L'ÉQUIPE SÉCURITÉ A MENÉ DES ACTIONS CIBLÉES EN 2016 EN COLLABORATION AVEC LE CHSCT.

* À partir de 2016 le mode de calcul a changé.

Les accidents non reconnus par la CPAM ne sont plus comptabilisés.



05

**RELATION CLIENT
DURABLE**

CONSTRUIRE UNE RELATION DURABLE AVEC NOS CLIENTS



En les accompagnant au plus près de leurs projets, Würth France a su gagner la confiance de plus de 250 000 clients en 2016.

**UNE LIVRAISON ENTRE
48 À 72 HEURES
PARTOUT EN FRANCE**

**UN TAUX
DE SERVICE
DE 98,2 %**

OFFRIR DES SOLUTIONS INNOVANTES

Dans sa stratégie de développement, Würth France déploie, en partenariat avec ses fournisseurs, une gamme de produits respectueux de l'environnement et de l'utilisateur.

Cette démarche, débutée il y a plusieurs années, s'enrichit régulièrement de nouveaux produits, la notion de développement durable s'inscrit dans une démarche d'entreprise globale. En effet, outre notre gamme verte telle que le savon à base végétale ou la fontaine Biomatic (système écologique de dégraissage de pièces mécaniques qui permet de traiter les polluants de façon naturelle), certains de nos produits bénéficient de l'écolabel comme la bobine Eco Natural ou le nettoyant multi-usage.

De même, cet engagement passe par une volonté de réduire les déchets dans notre entreprise comme chez nos clients, en proposant par exemple notre concept Refillomat (système innovant de recharge automatique des aérosols avec de l'air comprimé) ou le nettoyant carrosserie disponible en éco-cube (formule biodégradable ultra concentrée), qui soulignent parfaitement cette détermination. Également, dans le cadre de la future réglementation thermique et de la rénovation thermique des bâtiments existants, certains produits inscrits dans notre programme de vente tel que l'écran de sous toiture Wütop Trio Confort participent et concourent à la performance thermique des constructions.

Soucieux de l'environnement, Würth propose désormais à ses clients de reprendre et recycler **gratuitement** les piles et batteries dans leurs ateliers.

Grâce à un partenariat avec Corepile, chaque client éligible à ce service, a la possibilité de bénéficier de cette prestation Würth. Cette démarche s'inscrit dans notre volonté d'être toujours plus proche des besoins et attentes de nos clients d'une part et dans le souci permanent de respect de l'environnement d'autre part. La reprise et le recyclage des produits chimiques sont bien souvent contraignants pour nos clients.

Pour leur apporter une solution innovante et pratique, Würth s'est associé avec un spécialiste du recyclage : Click Eco.

L'étude des déchets du client, proposition de recyclage, formation, reprise des déchets... sont les étapes clés de ce nouveau service. Notre objectif : simplicité, sérénité et satisfaction de notre clientèle.

Würth France s'engage également à assurer la sécurité de ses clients, en proposant par exemple une solution d'aménagement de véhicules utilitaires, produits régulièrement testés et contrôlés par l'INRS lors de crash tests.

CONSTRUIRE UNE RELATION DURABLE AVEC NOS CLIENTS

+ DE 95 %
DES CLIENTS SONT SATISFAITS
DE LA CONFORMITÉ DE LA
COMMANDE ET DE LA LIVRAISON

PRÈS DE 95 %
DES CLIENTS SONT SATISFAITS
DE L'OFFRE PRODUITS ET SERVICES

Source : enquête clients 2015

AMÉLIORER SANS CESSER NOS DÉLAIS DE LIVRAISON

Cette recherche d'optimisation du temps et de simplification de nos processus est source d'économie pour nos clients. Elle se retrouve également dans les services que nous mettons à leur disposition et qui font partie intégrante de nos prestations, comme :

- le délai moyen de livraison (départ entrepôt) de 24 h pour les « EXPRESS » et de 24 à 48 h pour un transport classique de messagerie dans toute la France,
- un taux de service de 98,2 % en 2016, c'est-à-dire la quasi-totalité de nos 30 000 références est disponible immédiatement,
- la possibilité de se faire livrer en 2 h (3 h en région Parisienne) au départ de nos magasins.

RÉPONDRE AUX ATTENTES DE NOS CLIENTS

Marketing... l'innovation

- Écouter, observer, comparer, tester, utiliser constituent les réflexes évidents de nos Hommes de marketing. Chaque chef de produits est un expert dans son domaine, il est spécialisé dans une gamme de produits bien définie.
- Très proche des réalités du terrain, nos acteurs marché analysent les séquences de travail, qui du menuisier, qui du carrossier, qui de l'entrepreneur en construction, pour savoir précisément quelle solution apporter et à quel moment.
- Une fois ce besoin identifié et déterminé avec exactitude, l'expert marché et l'expert produits cherchent ensemble la solution idéale et appropriée : auprès de nos usines, des fournisseurs et de leurs homologues d'autres pays.
- Pour offrir le meilleur produit aux meilleures conditions, l'expert produits travaille avec son homologue acheteur, lui aussi spécialisé par marchés et par gammes de produits.
- Puis, il prend en charge le lancement du produit, effectue le travail pédagogique nécessaire pour former les commerciaux chargés de sa distribution.
- Il reste présent tout au long du cycle de vie du produit. L'expert marché analyse les réactions des professionnels qui l'utilisent et, le cas échéant, effectue les améliorations qui s'imposent.





Achats... la puissance

- Les gammes de produits du Groupe Würth comportent plus de 100 000 références différentes, fabriquées par plus de 2 000 fournisseurs à travers le monde. Cette puissance d'achat se traduit par un haut niveau d'exigence vis-à-vis de nos usines et partenaires fabricants.
- Afin de répondre parfaitement aux spécificités de nos clients, pays par pays, marché par marché, chaque entreprise du Groupe Würth agit localement mais bénéficie de la puissance du groupe.

En prise directe avec les usines du groupe et les fabricants, nos acheteurs sont spécialisés par marchés et par gammes de produits. Ils collaborent étroitement avec les chefs de produits.

Enfin, parce que nous ne perdons jamais de vue la satisfaction de nos clients, tous les contrats qui nous lient à nos partenaires sont reconsidérés chaque année, en fonction des événements des douze mois précédents. Cette remise en cause annuelle maintient notre vigilance sur la qualité de nos produits.

LOGISTIQUE : LA MESURE DE NOS PERFORMANCES

Relais du marketing, des achats et de la force de vente, l'organisation logistique de Würth cristallise les attentes de chacun et apporte la prestation et le produit convenus au client. Elle est une fonction clé dans sa satisfaction. Les plates-formes d'Erstein et de Montélimar peuvent expédier jusqu'à 15 000 colis par jour.

LA MARQUE WÜRTH... SIGNATURE DE NOTRE ENGAGEMENT

En signant de notre marque tous les produits que nous distribuons, nous affirmons notre engagement et notre position de fournisseur fiable et fidèle. Compétence-clé de notre organisation, le service des achats est étroitement impliqué dans la réalisation de nos performances logistiques.

C'est à lui que revient notamment un service essentiel pour la satisfaction de nos clients : la disponibilité de nos produits. Il doit en même temps veiller à une gestion saine de notre stock de marchandises. Avec plus de 30 000 références différentes chez Würth France, c'est une mission importante.

	ERSTEIN	MONTÉLIMAR
Effectif	250 personnes	100 personnes
Superficie	37 000 m² soit 130 terrains de tennis, 7 terrains de football	17 000 m²
Stock	30 000 références	13 000 références
Nombre de commandes traitées par jour	5 200	2 600
Taux de service	98,2 %	98,2 %
Capacité de stockage	31 000 palettes	8 160 palettes
Bandes transporteuses	14 km	3,5 km

CONSTRUIRE UNE RELATION DURABLE AVEC NOS CLIENTS



**WÜRTH EST SYNONYME
DE QUALITÉ PARTOUT
ET À TOUT MOMENT.**

LA QUALITÉ AU SERVICE DE NOS CLIENTS

La qualité d'un produit ou d'un service se mesure dans la pratique, au niveau de réalisation des attentes des clients.

Nous avons la volonté d'aller plus loin et comme le dit le Prof. Dr. h. c. mult. Reinhold Würth, Président du Conseil de surveillance de la fondation du Groupe Würth, « **Nous nous devons d'enthousiasmer nos clients à tous les égards** ».

La priorité absolue de Würth France est la satisfaction de ses clients.

Offrir des produits et services de qualité, être disponibles, performants, innovants et fiables, sont autant de valeurs que nous partageons tous dans l'entreprise avec nos clients et partenaires.

La maîtrise de nos 4 compétences clés (logistique, achats, marketing, vente) est assurée par notre système de management de la qualité, certifié ISO 9001 depuis 1996. Nous mettons en oeuvre de façon systématique les outils tels que :

- l'Écoute de nos clients,
- l'Audit interne des processus, produits et magasins,
- l'Amélioration continue au travers du LEAN Management,
- le Développement des compétences de nos collaborateurs à travers la formation continue.

Les bénéficiaires de cette démarche sont aussi bien nos clients nationaux qu'internationaux.

Pour mieux servir ceux dont l'action et la présence sont internationales, le Groupe Würth s'est fixé pour objectif d'uniformiser le niveau de qualité de l'ensemble de ses filiales en l'élevant. La plus haute instance dirigeante du groupe a ainsi confié cette mission à la Würth Quality Team (WQT) constituée des responsables qualité des principales filiales du groupe.

Avec cette structure, le Groupe Würth se donne les moyens d'une uniformisation mondiale de ses processus clés et d'une maîtrise renforcée de ses sources d'achats.



LA QUALIFICATION TECHNIQUE DE NOS FOURNISSEURS

Würth est en permanence à la recherche des meilleurs fournisseurs en Europe et à travers le monde ! Nous exigeons de la part de ceux-ci la livraison de produits de qualité, mais notre attention se porte également sur d'autres aspects tels que :

- fiabilité des livraisons,
- respect de l'environnement,
- respect des individus au travers d'une politique sociale.

Une équipe d'auditeurs veille au respect de nos exigences. Ils se rendent régulièrement sur les sites de production pour auditer ces aspects et soutenir nos fournisseurs dans leur développement, toujours dans un souci d'amélioration permanente et de satisfaction de nos clients.

L'ASSURANCE QUALITÉ PRODUITS

Nos clients sont au centre de nos préoccupations et nous avons à cœur de leur garantir la livraison de **produits de qualité**. Nous mettons tout en œuvre dans ce sens, cela va de la sélection des produits et fournisseurs, jusqu'à la réalisation de tests et contrôles dans nos laboratoires.

Nos ingénieurs et techniciens sont engagés au quotidien dans les domaines suivants :

- validation des nouveaux produits avant référencement,
- contrôle des produits lors des livraisons,
- traitement des réclamations,
- demande d'actions d'amélioration auprès de nos fournisseurs.



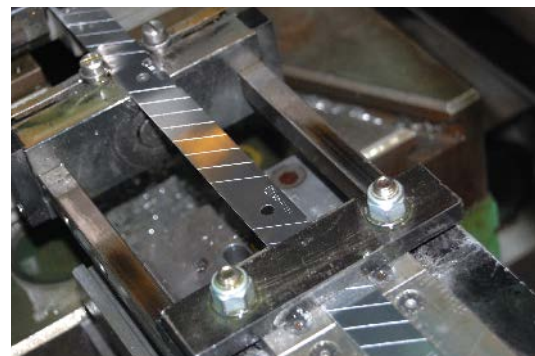
Pour répondre aux exigences toujours croissantes de nos clients, de nos marchés et des réglementations, notre maison mère, Adolf Würth GmbH & Co. KG, s'est dotée d'un laboratoire indépendant, accrédité selon la norme DIN EN ISO/IEC 17025.

Ce sont six professionnels, avec des compétences dans les domaines de la mécanique, du bâtiment mais également de la chimie, qui mettent leur savoir au service de nos clients. Nous sommes ainsi en mesure de réaliser des tests très variés, parmi lesquels :

- essais de traction,
- mesures de couples de rupture,
- mesures de dureté,
- analyses de matière à l'aide d'un spectroscope infrarouge,
- tests au brouillard salin,
- tests de fiabilité des lampes,
- tests de fiabilité de machines portatives, d'outils de coupe...

Avec le souci permanent de garantir la meilleure qualité à nos clients.

NOTRE ENGAGEMENT POUR LA FABRICATION EUROPÉENNE



Le Groupe Würth a pour vocation de **proposer des produits d'une qualité irréprochable et innovants**. La notoriété de notre marque s'est ainsi construite avant tout sur la qualité et la fiabilité de nos produits.

L'entreprise met en place d'importantes ressources (achats, audits de fournisseurs, laboratoires de contrôle qualité) **pour maintenir ce haut niveau d'exigence**.

Ainsi, les produits nécessitant une forte maîtrise technologique sont fabriqués en Europe et même en France.

Nous sommes donc en mesure de garantir à nos clients un niveau élevé de qualité et participons également de façon active au maintien de l'emploi dans l'Union Européenne dans le respect de normes sociales et environnementales.

Des exemples illustrant cette philosophie peuvent être trouvés sur notre site internet :

www.wurth.fr (rubrique Fabrication Européenne)





WÜRTH EN FRANCE

Würth France S.A.

Z.I. Ouest - Rue Georges Besse
BP 40013 - 67158 Erstein Cedex
Tél. 03 88 64 53 00 - Fax 03 88 64 62 00
info@wurth.fr

Contact Würth France

Gaëlle Silvestre
Responsable Communication Corporate et R.P.
Tél. 03 88 64 72 45
gaelle.silvestre@wurth.fr

Pour en savoir plus sur Würth France,
rendez-vous sur nos sites Internet :

www.wurth.fr

www.musee-wurth.fr



À VOTRE SERVICE !

**VOTRE COMMERCIAL**

Vous conseille et vous accompagne.

**VOTRE PROXI SHOP**

Répond à vos besoins immédiats
et ponctuels.
magasins.wurth.fr

SUIVEZ-NOUS sur Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn et le blog.

**LA BOUTIQUE EN LIGNE**

Vous permet de commander
24h/24 et 7j/7.
wurth.fr

**LE SERVICE RELATION CLIENTS**

Vous renseigne et répond à vos questions.
relation.clients@wurth.fr
03 88 88 12 12

À CHACUN SON WÜRTH