

Charte Globale du groupe Brother



La "Charte Globale du groupe Brother", publiée pour la première fois en 1999, constitue la base de toutes les activités de Brother sur le marché mondial. Toutes les sociétés et filiales du groupe doivent fonder leurs décisions et leurs actions sur les "Politiques de base" et sur les "Codes de conduite" de la Charte. Nous avons révisé la charte pour la rendre plus claire pour nos associés et prendre en compte le nouvel environnement d'avril 2014.

PRINCIPES FONDAMENTAUX

1. Stratégie du Groupe

- Le groupe Brother a pour mission de donner la priorité à ses clients en toutes circonstances, et leur offrir une valeur ajoutée en produisant et en distribuant rapidement des produits et des services de haute qualité.
- Le groupe Brother et son encadrement, dans leur quête d'excellence, et en accord avec la stratégie du Groupe visant l'optimisation globale, favorisent l'autonomie de leurs collaborateurs, et partagent des objectifs clairs.
- Le groupe Brother poursuit sa vision globale, relève ses défis en toute confiance, et répond rapidement aux exigences et aux attentes du marché mondial.
- Le groupe Brother réussit dans ses domaines d'activité en adoptant une stratégie mondiale centrée sur ses clients, grâce à une démarche coopérative, au partage de l'information et à l'optimisation de ses ressources.

2. Croissance du Groupe

- Le groupe Brother offre une gamme de produits et services qui attire toujours plus de clients, favorisant ainsi sa croissance.
- Le groupe Brother utilise efficacement ses profits pour :
 - Améliorer son potentiel à créer des produits et services de qualité
 - Rémunérer ses collaborateurs et contribuer à leur développement personnel
 - Renforcer ses relations de travail avec ses partenaires commerciaux
 - Partager ses bénéfices avec ses actionnaires
 - Contribuer aux sociétés civiles locales
 - Protéger l'environnement
 - Attirer et fidéliser clients, collaborateurs et actionnaires
- Le groupe Brother prospère durablement et développe ses valeurs à travers sa croissance et ses investissements permanents, générant un profond sentiment de fierté chez ses collaborateurs.

3. Parties prenantes

■ Clients finaux

Le groupe Brother donne la priorité au client, en toutes circonstances et dans le respect de sa devise : "At your side". Le groupe Brother bâtit une relation de confiance forte et durable avec ses clients, et gagne leur fidélité, en leur procurant de manière efficace une gamme de services et produits.

■ Collaborateurs

Le groupe Brother, tout en respectant la diversité, offre un environnement de travail et des défis stimulants, qui permettent à ses collaborateurs d'utiliser au mieux leurs compétences. En contrepartie de leur implication et de leurs

résultats, le groupe Brother leur offre une reconnaissance équitable et une rémunération juste. De plus, le groupe Brother attend de ses collaborateurs qu'ils adhèrent à ses valeurs, qu'ils adoptent un comportement exemplaire, qu'ils développent en permanence leurs compétences et fournissent les efforts nécessaires à l'atteinte de leurs objectifs, afin d'obtenir des résultats exceptionnels.

■ Partenaires commerciaux

Le groupe Brother, pour fournir efficacement des produits et services de qualité à ses clients finaux, agit systématiquement en toute transparence avec ses partenaires commerciaux, et construit avec eux une relation de confiance forte, pour une croissance mutuelle.

■ Actionnaires

Le groupe Brother utilise à bon escient le capital des actionnaires pour obtenir une croissance durable de la valeur de l'entreprise. À travers une communication active et transparente, le groupe Brother développe avec ses actionnaires des relations à long terme, basées sur la confiance.

■ Sociétés civiles locales

Le groupe Brother, en tant qu'entreprise citoyenne, assume ses responsabilités sociales, économiques et culturelles auprès de l'ensemble des structures ayant des missions dans ces domaines, et contribue au développement des sociétés civiles locales.

■ Environnement

Le groupe Brother contribue au développement durable, en anticipant l'impact environnemental de tous les aspects de ses activités.

< Définition des « Parties prenantes » >

- Les "clients finaux" sont les utilisateurs actuels et potentiels des produits et services du groupe Brother.
- Les "collaborateurs" sont l'ensemble des personnes qui travaillent au sein du Groupe.
- Les "partenaires commerciaux" sont toutes les entités qui travaillent en coopération avec le groupe Brother pour fournir des produits et services à ses clients.
- Les "actionnaires" sont les investisseurs qui détiennent des parts de Brother Industries, Ltd.
- Les « sociétés civiles locales » sont les structures, institutions, organismes, exerçant leurs activités dans les domaines sociaux, économiques et culturels, aux niveaux national et régional, partout où le Groupe est présent.

Codes de conduite

1. Confiance et respect

Nous devons toujours respecter les personnes et leur diversité, et agir avec confiance.

2. Éthique et morale

Nous devons agir avec la plus haute intégrité, en respectant la culture, les règles et les lois, dans tous les pays et toutes les régions où le groupe Brother est présent.

3. Esprit de défi et rapidité

Nous devons toujours rester attentifs aux évolutions, prendre des décisions et agir rapidement, avec un esprit de défi et le sens des responsabilités.