



DOCUMENT PUBLIC

Charte institutionnelle

Identité, objet et engagements

SNY WORLDWIDE

MODE · SPORT · ART DE VIVRE

SNYWORLDWIDE.COM

P R É A M B U L E



La présente charte expose l'identité, l'objet, les métiers et les engagements de SNY WORLDWIDE. Elle est rendue publique afin que toute personne envisageant de travailler avec la maison — client, partenaire, talent, candidat — connaisse par avance le cadre dans lequel elle exerce.

Elle n'a pas valeur contractuelle et ne constitue ni une offre commerciale, ni une offre de titres, ni une sollicitation d'investissement. Elle engage la maison sur sa conduite.

TITRE PREMIER

De la société

Dénomination sociale	SNY WORLDWIDE
Forme juridique	Société par actions simplifiée unipersonnelle (SASU)
Immatriculation	RCS Paris 100 560 325
Numéro SIREN	100 560 325
Siège social	60, rue François Ier — 75008 Paris
Président	Monsieur Joe KOFFI
Site institutionnel	snyworldwide.com
Application mobile	SNY ONE — iOS et Android

TITRE II

De l'objet

ARTICLE PREMIER

SNY WORLDWIDE accompagne marques, personnalités publiques, athlètes et organisations dans la conception et la conduite de projets à l'intersection de la mode, du sport et de l'art de vivre.

ARTICLE II

La maison procède d'une observation faite des deux côtés du même marché : un vivier de talents dont l'accès aux marques dépend de réseaux interpersonnels, et des maisons en quête de figures nouvelles sans relais qualifié. Elle se donne pour objet de tenir les deux extrémités de cette chaîne.

ARTICLE III

Elle développe à cette fin SNY ONE, application par laquelle la relation entre talents et structures organisatrices se noue, se formalise et se règle.

TITRE III

Des métiers

I

Conseil en stratégie de marque

Positionnement, architecture de marque, plans de collaboration. La maison intervient en amont, au moment où les choix engagent une trajectoire.

II

Mise en relation

Rapprochement des talents et des structures sur des projets définis, dans un cadre écrit et à conditions explicites dès le premier échange.

III

Production de contenus

Direction artistique, production audiovisuelle et éditoriale, conception de supports, réalisés pour l'essentiel en interne.

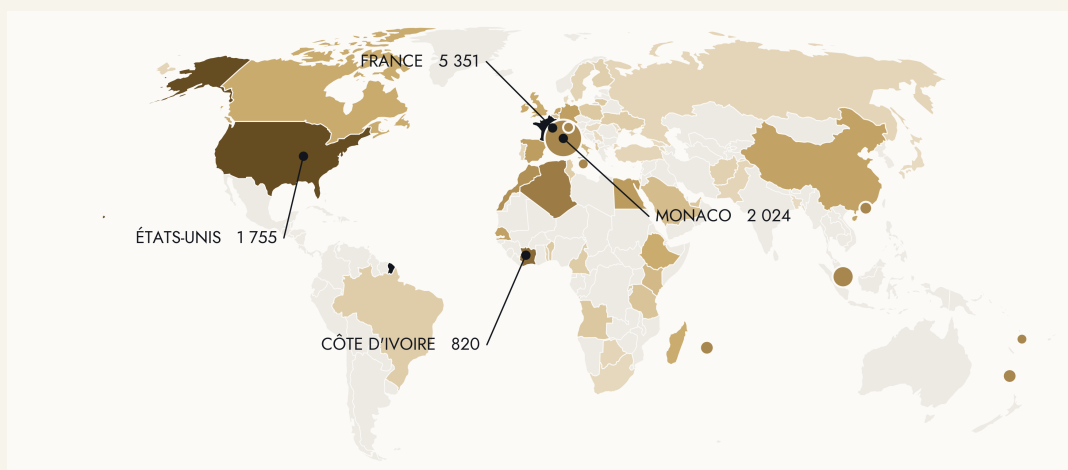
IV

Conduite d'opérations

Conception et coordination d'opérations de marque, de lancements et de rendez-vous professionnels, de la note d'intention à la livraison.

TITRE IV

De la portée



L'audience institutionnelle de la maison couvre 63 territoires. Cette dispersion n'est pas un objectif : elle est la conséquence de projets qui, presque jamais, ne tiennent dans un seul pays.

TITRE V

Des engagements

ARTICLE PREMIER — DU CONTRAT

Aucune mission ne débute sans document écrit précisant périmètre, livrables et conditions financières.

ARTICLE II — DE LA TRANSPARENCE

Les conditions financières sont communiquées aux deux parties avant tout engagement.

ARTICLE III — DU RESPECT DES TIERS

La maison ne revendique aucune relation qu'elle ne peut documenter. Toute mention d'un tiers est retirée sur simple demande de celui-ci.

ARTICLE IV — DES DONNÉES

Les données des membres ne sont ni cédées ni exploitées à des fins publicitaires. Toute demande d'accès ou d'effacement est traitée.

DISPOSITIONS FINALES



La présente charte prend effet à la date de son édition et demeure en vigueur jusqu'à publication d'une version ultérieure. Pour toute demande de collaboration, de partenariat ou d'information, la maison est joignable par les coordonnées publiées sur son site institutionnel.



Le Président

