

MARQUER LES ESPRITS

PAS LA PLANÈTE



RAPPORT RSE ET D'IMPACT 2022



SOMMAIRE

NOUS COMPRENDRE

- 2 QUI NOUS SOMMES
- 3 NOTRE VISION
- 5 NOS PILIERS
- 6 NOS RESULTATS

PILIER 1

- 7 ENGAGEMENT 1
- 9 ENGAGEMENT 2

PILIER 2

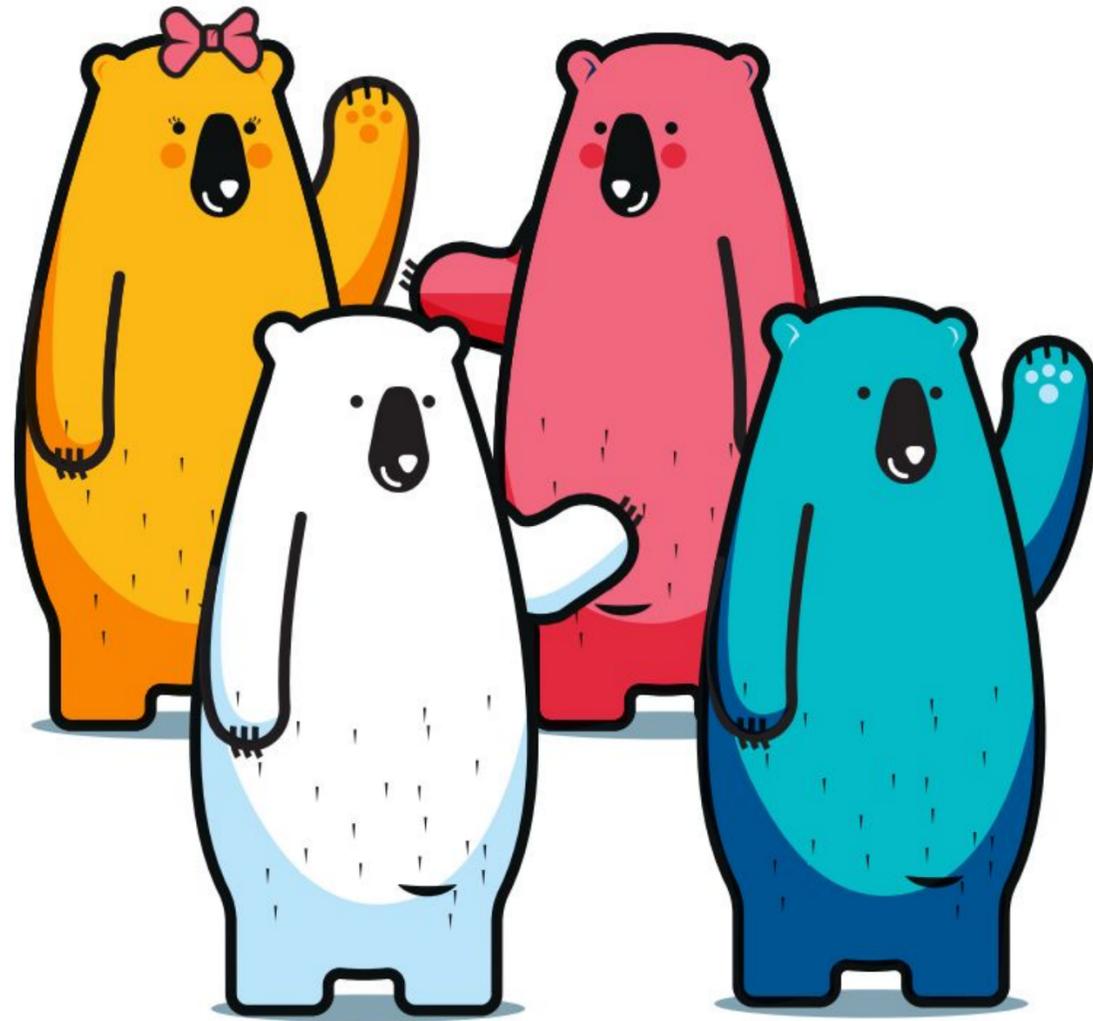
- 14 ENGAGEMENT 1
- 16 ENGAGEMENT 2
- 18 ENGAGEMENT 3

PILIER 3

- 21 ENGAGEMENT 1
- 22 ENGAGEMENT 2
- 23 ENGAGEMENT 3
- 24 ENGAGEMENT 4

QUI NOUS SOMMES

“Complices des entreprises à impact positif”



Au départ, nous étions une agence de communication puis nous avons hybridé vers le consulting. Nous nous sommes transformés pour mieux répondre aux besoins de transformation de nos clients : ne pas seulement concevoir et porter les messages en communication, mais aider nos clients à imaginer des nouvelles réponses à leurs problématiques d'innovation, de transformation de leurs modes de collaboration ou encore d'intégration de la RSE.

Nous pensons que les enjeux sociétaux et écologiques nous appellent à créer de nouveaux modèles, non pas pour faire toujours plus, mais toujours mieux.

Nous croyons qu'une entreprise ou une organisation doit intégrer une dimension sociétale et environnementale à sa stratégie pour avoir un impact positif sur le monde.

Nous existons pour les aider à intégrer les dimensions sociétales et environnementales grâce à l'Intelligence Collective et la créativité.

NOTRE VISION



Nous structurons notre démarche en **3 piliers** et **9 engagements**

Depuis 2021, Travailassocié est une entreprise à mission. Nous pouvons désormais grâce à la loi PACTE affirmer juridiquement que le profit n'est pas la finalité unique de Travail associé, mais un moyen au service d'une mission partagée avec ses différentes parties prenantes : salariés, clients et partenaires.

Concrètement, qu'est-ce que cela signifie ? Que nous avons modifié les statuts juridiques de Travailassocié afin d'inclure les dimensions environnementales et sociales.

C'est désormais écrit noir sur blanc dans nos statuts :

“ Nous engager aux côtés des entreprises qui souhaitent agir pour une croissance à impact positif sur les personnes, la planète et le business. Plus qu'une raison sociale pour l'entreprise, c'est une raison d'agir.”

Article 2 bis - Travailassocié SARL

Cela traduit notre vision / implication dans la RSE, **forte et authentique : challenger et accompagner les entreprises vers un développement responsable.** Nous ne sommes pas parfaits, mais nous nous inscrivons dans une démarche d'amélioration continue !

NOS PILIERS D'ENGAGEMENT 2022

PILIER

1 ECO-CONCEVOIR LES ACTIONS DE COMMUNICATION

- 1/ Développer un référentiel d'éco-conception de nos actions de communication (print, digital, event)
- 2/ Développer la démarche d'achats responsables



PILIER

2 FACILITER LE PASSAGE À L'ACTION DES ENTREPRISES

- 1 / Sensibiliser, informer, éduquer
- 2/ Les propulser dans une démarche RSE
- 3/ Les faire évoluer vers des business modèles à impact



PILIER

3 ÊTRE RECONNU COMME UNE AGENCE RESPONSABLE ET ENGAGÉE

- 1 / Etre acteur sur notre territoire
- 2/ Soutenir des causes environnementale, sociale et sociétale à 1% du CA
- 3/ Maîtriser notre empreinte environnementale (empreinte carbone, limitation et gestion des déchets, consommation responsable)
- 4/ Valider notre business modèle d'entreprise à mission



NOS RESULTATS

Après les belles paroles, place à l'action et aux chiffres. Pour chacun de nos trois piliers, nous avons deux types de suivi :

- nos **actions**, présentées juste après. Leur état d'avancement est évalué.
- des **indicateurs** clés chiffrés, illustrant des objectifs à la fois ambitieux mais réalistes

Ce suivi est réalisé mensuellement par chaque membre de l'équipe, avec une revue semestrielle. Il permet d'observer le chemin parcouru face à l'objectif annuel.

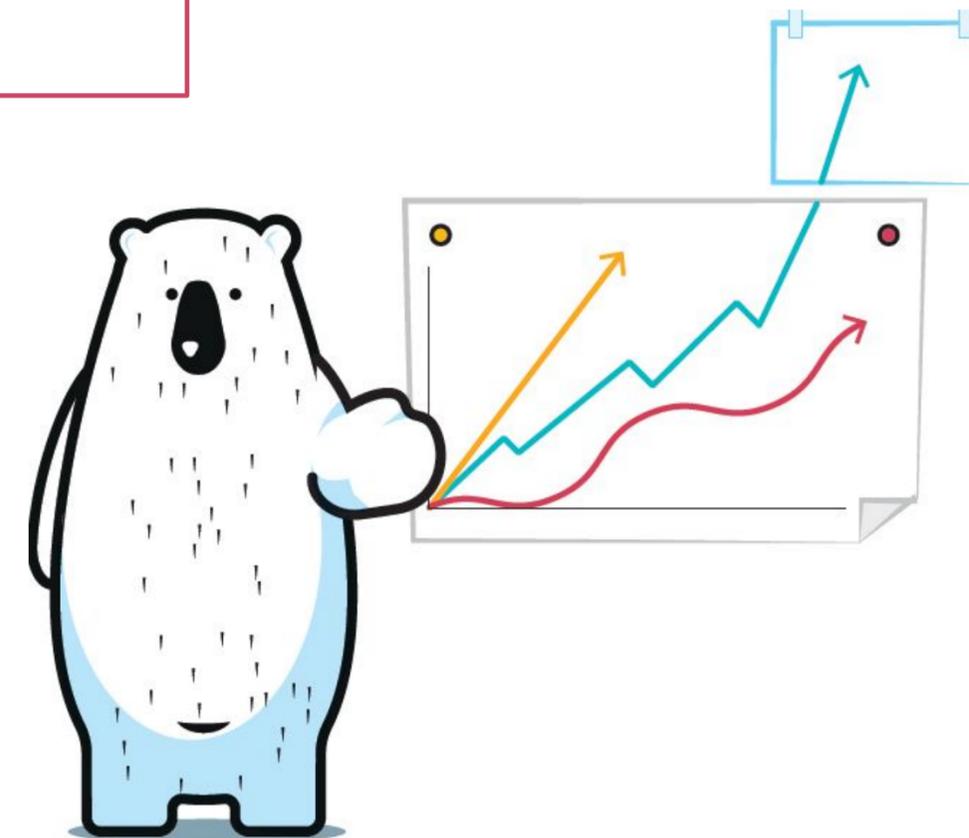
Nombres d'actions totales
72

Actions en cours
27

Actions clôturées
23

Nombre d'indicateurs clés
30

Plan d'action 2022-2025 pour piloter notre démarche.



PILIER
1

**ECO-CONCEVOIR LES ACTIONS
DE COMMUNICATION**





DÉVELOPPER UN RÉFÉRENTIEL D'ÉCO-CONCEPTION DE NOS ACTIONS DE COMMUNICATION (PRINT, DIGITAL, EVENT)

L'objectif : développer des outils d'évaluation pour mesurer l'éco conception des projets et l'évaluation les prestataires.

Création d'outils

- 3 grilles d'évaluations ont été construites
- 3 projets clients évalués

Check-list et évaluation écoconception EDITION
Impressions, P.V. Signalétique, adhésifs et goodies

Si un item ne concerne pas le projet : laisser la case Note vide

CONCEPTION	Note	Commentaire	Barème	Infos
Design	Eviter l'encrage des surfaces		0 : > 0.50% ; 1 : entre 0% et 50% ; 2 : < 0.50%	demander le % de surface couverte au SA
	Contenu non maximal réutilisable		0 : Contenu avec durée de vie > 1 an ; 1 : Contenu durée isolée ; 2 : Contenu imprégné ou non réutilisable	Prise en compte du document réutilisable et réutilisable pour un autre événement, etc.
	Adaptation du contenu pour le public d'origine		0 : Non ; 1 : Partiellement ; 2 : Oui	Ne pas seulement utiliser la couleur mais mettre en avant certaines informations, privilégier le fond et le fait de souligner le texte
Mentions	Adaptation du contenu pour le public malvoyant		0 : Non ; 1 : Partiellement ; 2 : Oui	proposer une version en braille
	Adaptation du contenu pour le public malvoyant		0 : Non ; 1 : Partiellement ; 2 : Oui	concerner les pictogrammes et pictogrammes
Format	Format spécial pour éviter les chutes de papier		0 : Non ; 1 : Partiellement ; 2 : Oui	Le client a-t-il été sensibilisé au sujet de l'écoconception et des manières d'être plus respectueuses dans ce type de projet ?
	Objets multi-usages		0 : Aucun élément ; 1 : Format spécial avec < 10% de perte ; 2 : Format standard ou perte > 10%	A4, A3, etc.
Production	Choisir le grammage minimum adapté à l'utilité		0 : Non ; 1 : Partiellement ; 2 : Oui	A demander aux imprimeurs, dépend du type de machine qu'ils ont
	Recours à une encre végétale		0 : Non ; 1 : Partiellement ; 2 : Oui	PK. Calendrier qui fait des à croquer - produits commerciaux qui font aussi office de carnet de note - flyer qui fait également marque page, etc.
Matériaux	Non-utilisation de matières toxiques dans la presse		0 : Non ; 1 : Partiellement ; 2 : Oui	PK. Éviter une couverture rigide si rien ne s'y justifie
	Papier labellisé ou recyclé		0 : Non ; 1 : Partiellement ; 2 : Oui	Par défaut, les encres sont toujours minérales (ou chimiques), il faut donc penser à demander à l'imprimeur de l'encre végétale dès la demande de devis
Provenance des	PVC évité		0 : Aucun ; 1 : labellisation PEFC ou FSC ; 2 : Recyclé	Papier déjà coloré, plastique coloré, etc. directement à l'imprimeur, penser à demander la provenance du papier en même temps
	Papier		0 : Non ; 1 : Europe	Concerner notamment la signalétique (recours à des panneaux en bois plutôt qu'à des panneaux aluminés)

Objectif 2023 :

- Evaluer 6 prestataires
- Evaluer 10 projets clients
- Atteindre 80% de projets éco-conçus



DÉVELOPPER UN RÉFÉRENTIEL D'ÉCO-CONCEPTION DE NOS ACTIONS DE COMMUNICATION

Mise en application : suivi de l'éco-conception

de trois projets :



Signalétique Mcphy

- Signalétique de leur nouvelle usine respectant les critères d'éco-conception selon notre référentiel
- Optimisation des formats pour arriver à moins de 3% de chutes (plus de 200 panneaux réalisés).
- Choix d'un matériau, le lyxwood, recyclable à 100% issu de plantations européennes contrôlées et durables, PEFC, FSC.



Site internet Soliance

- Conseil et accompagnement dans la réalisation d'une maquette respectueuse des règles (choix, tailles des images....)
- Une moyenne de 0,12g CO2/view, soit un impact carbone plus faible que 88% des pages testées par website carbon.
- Des scores de performance se situant entre A et B pour l'ensemble des pages du site (GT Metrics et Yellow Lab Tools)
- Une sensibilisation des visiteurs grâce au macaron "Website Carbon" en homepage.
- La fierté de l'équipe Soliance qui bénéficie d'un site web éco-conçu en phase avec ses valeurs



Packaging Bol d'air Jacquier

- Le carton utilisé est 100% recyclé.
- La couverture imprimée est approvisionnée d'Italie.
- Les cannelures proviennent d'usines françaises.

La surface d'impression est limitée.

DÉVELOPPER LA DÉMARCHE D'ACHATS RESPONSABLES



L'objectif : créer les outils de pilotage du process d'achats responsables.

Acheter responsable ce n'est pas forcément acheter bio ou recyclé, il y a de nombreux paramètres à prendre en compte.

Il est nécessaire et important pour nous de s'interroger sans cesse sur l'ensemble des processus de fabrication des produits que nous achetons, leur composition et leur provenance.

NOTRE DÉMARCHE D'ACHATS RESPONSABLES :

- Mise en place d'une procédure intégrant des critères environnementaux
- Construction d'une grille de sélection et d'évaluation des prestataires
- Développement du dialogue avec ces parties prenantes (3 entretiens)

Objectif 2023 :

- Référencer et évaluer 6 prestataires au total
- Avoir 80% des achats qui respectent les critères établis.

DÉVELOPPER LA DÉMARCHE D'ACHATS RESPONSABLES

Mise en application : Focus sur trois prestataires référencés dans notre démarche d'achats responsables



n°1
ORIGINAL, IMPRIMEUR À
SAINT-MARCEL-LÈS-VALENCE(26)

Un prestataire engagé durablement. Certains de ses clients sont labellisés BCorp, cela implique de répondre aux exigences imposées.

Les actions mises en place :

- Optimisation et réduction des déchets, réutilisation des matières et matériaux (boîte en carton avec chutes, sacs avec bâches)
- Finitions de type pelliculage ou vernis évitées
- Colles végétales et reliures par agrafes favorisées
- Papiers PEFC ou FSC
- Fournisseurs de papier français
- Mutualisation du transport
- Sur-emballage limité voire réutilisé
- Engagements sociaux et sociétaux en soutenant des projets éducatifs, étudiants et associatifs
- Dons des invendus
- Recherche de solutions de flexibilisation et adaptation pour le temps de travail des salariés
- Formation et montée en compétence collective, plan de formation dédié



DÉVELOPPER LA DÉMARCHE D'ACHATS RESPONSABLES

Mise en application : Focus sur trois prestataires référencés dans notre démarche d'achats responsables



n°2 FOCUS SUR ALPHA, IMPRIMEUR À PEAUGRES (07)

Un prestataire responsable et en perpétuelle recherche d'évolutions vertueuses.

Les actions en place :

- Label Imprim'vert.
- Optimisation et tri des déchets.
- Logiciel d'imposition pour optimiser le papier et limiter les chutes.
- Plaques sans développement donc sans déchet.
- Machine autolavable.
- Appareils alimentés par du vinaigre de fruits européen pour remplacer l'alcool isopropylique.
- Sélection de papiers FSC ou PEFC.
- Papiers produits en France et en Europe.
- Utilisation d'encre végétale.
- Presse de production numérique à venir pour faire des petites séries.
- Transport et livraisons optimisés et mutualisés.
- Emballages carton.
- Habillage bâtiment par des bardages bois à l'intérieur pour isolation.
- Promotion interne par l'embauche d'étudiants à l'issue de leur alternance.



DÉVELOPPER LA DÉMARCHE D'ACHATS RESPONSABLES

Mise en application : Focus sur trois prestataires référencés dans notre démarche d'achats responsables



n°3

FOCUS SUR SIGNES DISTINCTIFS, ENSEIGNES, SERIGRAPHIE (26)

Un prestataire engagé dans la réduction de l'utilisation de ressources et en recherche de matières durablement sourcées.

Les actions en place :

- Limitation de substances chimiques dangereuses et nocives.
- Stockage et protection des matières.
- Registre de déchets : collecte et traitement par la société Chimirec

Politique d'engagement environnemental :

- Matériaux respectueux environnement / solutions durables.
- Circuit court et partenaires locaux :
 - Clients locaux
 - Fabrication européenne (dibon, pvc, papier...)
- 2 à 3 fournisseurs par type de matières .

PILIER

2

**FACILITER LE PASSAGE À L'ACTION
DES ENTREPRISES**



SENSIBILISER, INFORMER, ÉDUCUER

L'objectif : accompagner notre éco-système dans la compréhension des enjeux de la communication responsable, vers des pratiques plus vertueuses.

Les sujets abordés : éco-conception, information des consommateurs et transparence, respect des réglementations, pratique anti-washing, projet facilitant l'accessibilité.

Actions de communication:

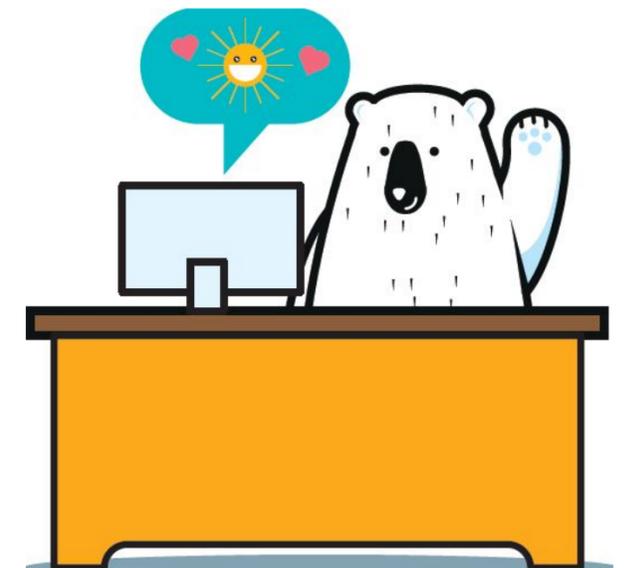
Posts et articles rédigés par Emma Cousinier :

- Comment réduire l'impact environnemental du numérique* en France ?
Explication sur la manière de favoriser la réparation de nos appareils digitaux, privilégier l'achat de matériels reconditionnés, opter pour des marques qui détiennent un plus grand indice de réparabilité.

- Numérique responsable :
Explication sur comment donner une nouvelle vie à nos vieux téléphones.

- Cas Client sur l'événement "Dynamic'R" :

Présentation de notre accompagnement à la création de cet événement, et sur sa communication. Une journée rythmée de conférences et ateliers pour concilier développement économique, enjeux sociétaux et environnementaux en entreprise.



SENSIBILISER, INFORMER, ÉDUQUER

L'objectif : accompagner notre éco-système dans la compréhension des enjeux de la communication responsable, vers des pratiques plus vertueuses.

Les sujets abordés : éco-conception, information des consommateurs et transparence, respect des réglementations, pratique anti-washing, projets facilitant l'accessibilité.



Chiffres clés :

Posts LinkedIn : 3 posts de sensibilisation

Cas clients sur le site : 1 cas clients.

Nombre d'heures de formation en interne

2 jours de formation

réalisés par un consultant en RSE :

- 3h30 en Achats Responsables
- 7h en Communication responsable et Eco-conception
- 3h30 en Pratiques anti-washing et réglementation

Nombre de clients ayant répondu aux Questionnaires impacts :

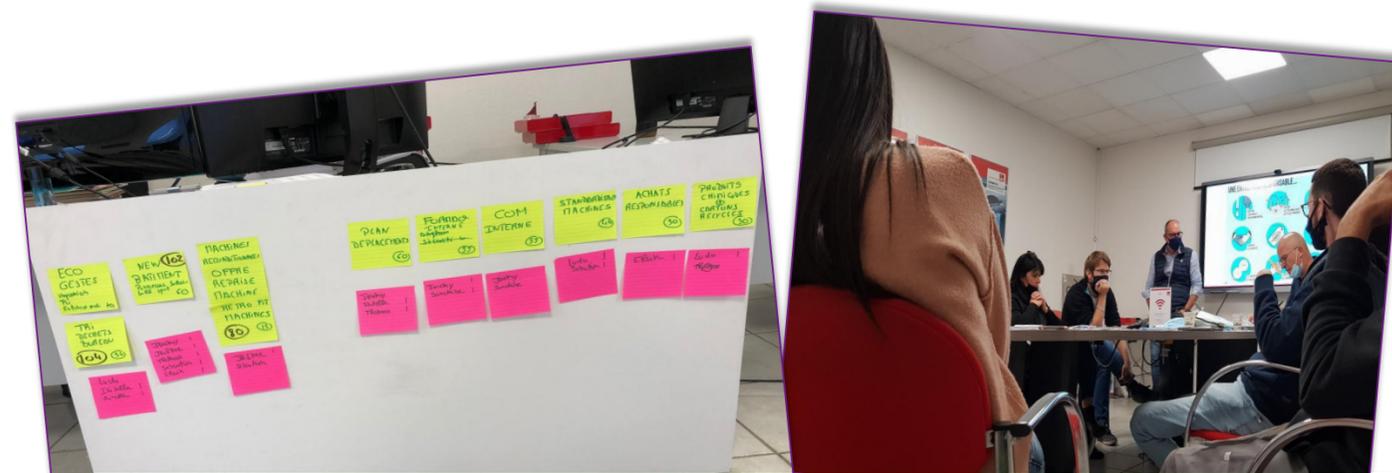
6 répondants

Objectif 2023 :

- Réaliser une formation sur l'éco-conception digitale
- Avoir 10 répondants aux questionnaires impacts

PROPULSER LES ENTREPRISES DANS UNE DÉMARCHE RSE

L'objectif : inciter nos clients à adopter une approche de responsabilité sociale des entreprises (RSE) grâce à la mise en œuvre de projets à fort impact



Société Dopag

- Accompagnement RSE
- Formation des salariés à la RSE.
- Diagnostic de l'existant.
 - Plan d'action.
- Formation groupes de travail.
- Impact : une prise de conscience collective, un plan d'actions global partagé collectivement, l'intégration du retrofiting à la stratégie commerciale de l'entreprise.



PROPULSER LES ENTREPRISES DANS UNE DÉMARCHE RSE

L'objectif : accompagner les entrepreneurs dans une démarche responsable



R.E.D.A.

Accompagnement à l'intégration de la démarche RSE auprès des membres et des lauréats du Réseau Entreprendre Drôme Ardèche.

- Membre du Comité de pilotage.
- Organisation d'une fresque du climat avec 35 personnes participantes, dont Guy et Mailys de l'agence.
- Organisation d'une journée de formation à la RSE par BPI France (25 personnes).
- Animateur du groupe de travail destiné aux lauréats : intégration systématique d'une évaluation de la démarche RSE auprès de chaque lauréat.



Dynamic'R

Accompagnement à la conception et à l'organisation de l'événement :
Une journée de conférences incitant les chefs d'entreprises à agir sur les enjeux sociétaux et environnementaux

- Membre du Comité de pilotage de l'Événement Dynamic R co-organisé avec la CCI de la Drôme et la CPME : Ateliers, conférences, Trophées autour de la RSE.
- Création du nom et de l'identité visuelle, actions de communication.
- Près de 200 personnes participantes et une édition 2023 en préparation.



Objectif 2023 :

- Réaliser une Fresque du Climat
- Convier nos clients aux ateliers Dynamic'R

LES FAIRE ÉVOLUER VERS DES BUSINESS MODELS À IMPACT

L'objectif : accompagner les entreprise vers un niveau supérieur d'engagement



Biolisme

Leur conviction : fournir une eau de qualité pour la santé des êtres vivants et de leur environnement

- Définition d'une stratégie de communication responsable et promotion de leur responsabilité sociale et sociétale.

Accompagnement à l'émergence de leur raison d'être : Redonner à l'eau toutes ses vertus.

Impact : accompagnement à la création d'une entreprise en mode start'up avec de vrais débouchés en agro-alimentaire : boulangeries, élevages volailles, chèvres maraîchers.
diminution des pertes animales, santé, végétaux



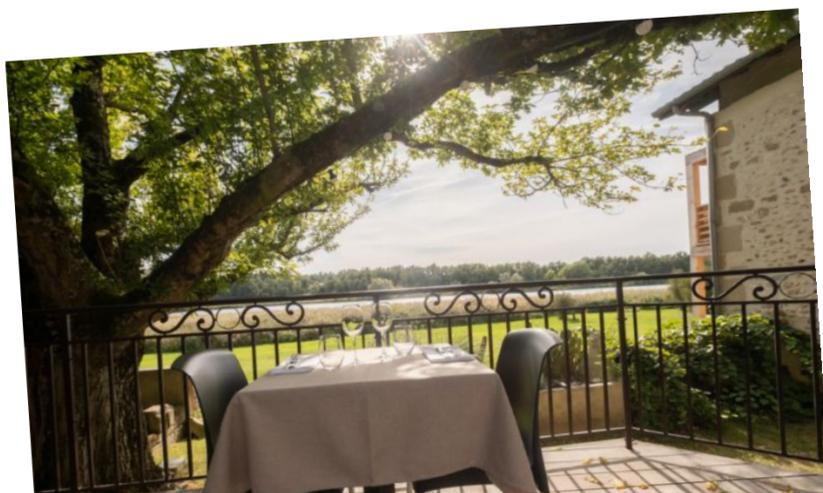
Société Alma pro

- Accompagnement à l'émergence de leur raison d'être : Innover pour créer de la valeur localement et durablement.

- Définition d'une stratégie de communication responsable et promotion de leur responsabilité sociale et sociétale.

Impact : une vision partagée par tous les collaborateurs, une véritable boussole qui accompagne le développement de l'entreprise, des perspectives dans des pays en voie de développement

LES FAIRE ÉVOLUER VERS DES BUSINESS MODELS À IMPACT



Les Vieilles Granges

- Accompagnement des deux propriétaires engagés à la refonte d'un nouveau concept d'hôtellerie-restauration, autour du "slow tourisme"
 - Analyse de l'existant, benchmark, opportunités
- Idéation du nouveau concept, fonction par fonction autour du slow tourisme
 - Préconisations décoration et aménagement



Josimöne

- Accompagnement de Maelle Quittenson, jeune étudiante à l'IUT de Valence à devenir entrepreneure avec la création d'un site e-commerce pour commercialiser ses tenues.
 - Notre mission : créer une plateforme e-commerce connectée à son compte Instagram et l'aider à gagner en visibilité dans le cadre d'un business modèle plus responsable.
- Après plus d'un an de lancement ses objectifs de vente ont été atteints et elle déborde d'idées pour continuer à développer son activité !

PILIER

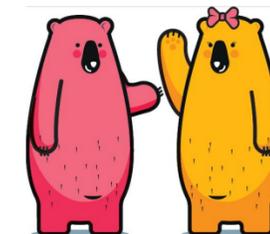
3

ÊTRE RECONNU COMME UNE AGENCE

RESPONSABLE

ET ENGAGÉE





ETRE ACTEUR SUR NOTRE TERRITOIRE

L'objectif : permettre à nos salariés de s'investir sur une cause de leur choix, en y dédiant des journées de travail



Collège Marcel Pagnol

- Réalisation d'une séance prises de vues photographiques parents enfants, suite à un travail en lien avec les racines familiales.
- Établissement scolaire situé à proximité de l'agence

1/2 journée bénévolat faite par Guy.



La soirée tribe

- Soirée d'inspiration pour passer à l'action "Tribe"
- 3 personnes inspirantes de moins de 30 ans sur le thème "Changer le monde" et d'ateliers expérientiels.
- Organisation de la soirée, coaching des intervenants, communication de la soirée.

4 jours de bénévolat effectués par Emma et Patrice.



Entrepreneur du monde

- Accompagnement en communication de 3 porteurs de projet de 3 nationalités différentes (kazakh, ivoirienne, algérienne) dans le domaine de la restauration.
- Travail sur leur identité et leur plan de communication.

1 journée de bénévolat faite par Patrice.

SOUTENIR DES CAUSES ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET SOCIÉTALE



Team for the planet

**Nous avons rejoint l'aventure Team for the planet
en tant qu'actionnaire !**

Team for the Planet est une association française qui a pour objectif de sensibiliser les entreprises et les particuliers à l'impact de leurs actions sur l'environnement.

L'association mène différents types de projets afin d'aider les entreprises vertueuses à déployer leurs innovations positives :

- Campagnes de sensibilisation
- Evénements (journées d'action, conférences et ateliers)
- Partenariats avec des entreprises/organisations qui défendent des pratiques écologiques et durables

Objectif 2023 :

**Participer à 1% du CA
à des causes
environnementales,
sociales, sociétales**

- Mais aussi et surtout, des projets de recherches pour mieux cerner les impacts de l'activité humaine sur la planète et développer de nouvelles solutions et technologies durables.

MAÎTRISER NOTRE EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

L'objectif : mesurer notre empreinte (suivre et réduire les émissions carbone, déchets, consommation) et définir des objectifs de réduction.

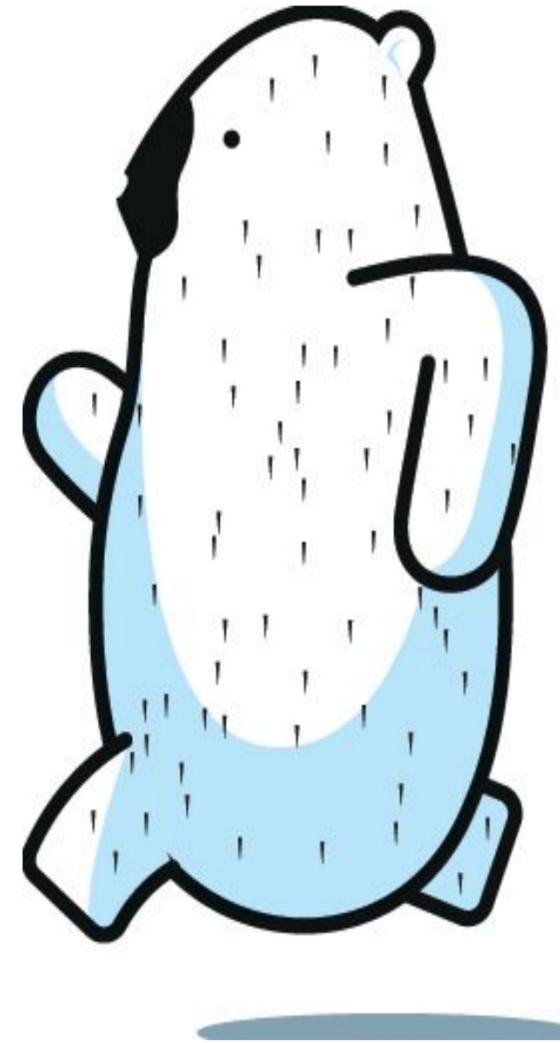
Identification des moyens et la faisabilité budgétaire de la réalisation d'un Bilan Carbone.

Création d'un reporting de suivi :

- Baisse de 10% des consommations d'électricité du bâtiment
 - Baisse de 6% de la consommation d'eau.

Actions de réduction mises en place :

- Changement de l'éclairage avec des ampoules led
 - Coupure des chauffe-eau non-fonctionnels



Objectifs 2023 :

- Réduire les consommations
- Réaliser le bilan carbone

VALIDER NOTRE BUSINESS MODÈLE D'ENTREPRISE A MISSION

L'objectif : faire évaluer notre business model par une tierce partie

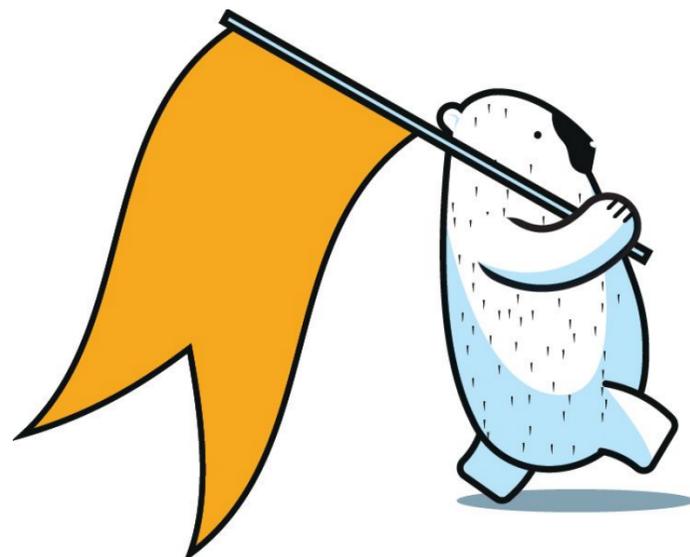
- **Programmation d'un conseil consultatif d'entreprise**
- **Réalisation d'un rapport d'activité RSE**
- **Définition de l'objectif et du plan d'action en 2023**

en vue d'un audit et d'une évaluation de la démarche par un OTI (Organisme Tiers Indépendant)



Objectifs 2023 :

- **Organiser 2 conseils consultatifs**
- **Adhérer à un réseau d'entreprise à mission**



CAP SUR 2023 !



RAPPORT RSE ET D'IMPACT 2022