

TRAJECTOIRE

RAPPORT RSE 2023 - N°2

JBL
COM
& cie | Ensemble,
créons du sens

ÉDITO

« NOTRE AMBITION EST D'AGIR POUR UNE COMMUNICATION TOUJOURS PLUS UTILE ET RESPONSABLE. NOUS ŒUVRONS À NOTRE ÉCHELLE POUR FAIRE NOTRE PART. »



AVOIR UNE DÉMARCHE RSE, C'EST DONNER DES PREUVES DE SON ACTION !

L'agence JBL Com & Cie s'est engagée dans l'aventure de la RSE et a ainsi obtenu une première reconnaissance à travers le label **AFNOR RSE Agences Actives en 2023**. Plus qu'une preuve, c'est avant tout le résultat d'un travail collectif de toute l'équipe pour **passer de simples discussions** à des actions concrètes puis **à des bonnes pratiques quotidiennes**.

Il est essentiel **de faire, de tester, d'apprendre** de nos erreurs afin de faire grandir notre maturité RSE **au service d'une communication** toujours plus utile et responsable sur notre territoire. **Nous œuvrons à notre échelle pour faire, nous aussi, notre part.**

Avec ce deuxième rapport RSE, notre volonté est non seulement **de conforter notre démarche globale** mais aussi **d'exposer nos évolutions** à travers, notamment, la présentation de notre modèle d'affaires, la valorisation de nos parties prenantes ou encore la mise en lumière de notre première campagne pro bono. En parallèle, la mise en place d'un test de la semaine de 4,5 jours a été un fait marquant pour l'ensemble de l'équipe qui continue, jour après jour, **à s'approprier les enjeux d'une communication « plus » responsable et ainsi animer les preuves de son engagement.**

Bonne lecture

Etienne DEMOUY
Communicant engagé et responsable.

SOMMAIRE

INTRODUCTION	1 	2 	3 	4 	CONCLUSION
	VISION & GOUVERNANCE	COMMUNICATION + RESPONSABLE	RH & ASPECTS SOCIAUX	IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX	
	5	13	19	23	
2 Édito	6 Notre écosystème	14 Sensibiliser pour une communication plus responsable	20 La Qualité de Vie au Travail	24 Nos actions concrètes menées en local	27 Nos bilans carbone
4 Modèle d'affaires	8 Notre stratégie RSE	17 Les bonnes pratiques d'éco-socio-conception du studio	21 JBL, employeur responsable	26 Réduire notre empreinte carbone	27 Engagements collaborateurs
	9 L'engagement de l'agence				28 Trajectoire de progression
	11 Le mécénat chez JBL				29 Nos indicateurs RSE
	12 Les réseaux				

MODÈLE D'AFFAIRES

NOTRE RAISON D'ÊTRE :

“Créer et donner du sens aux marques pour une communication utile, responsable et durable au service des individus, des entreprises et de la planète.”

NOS VALEURS :

Authenticité
Confiance
Engagement

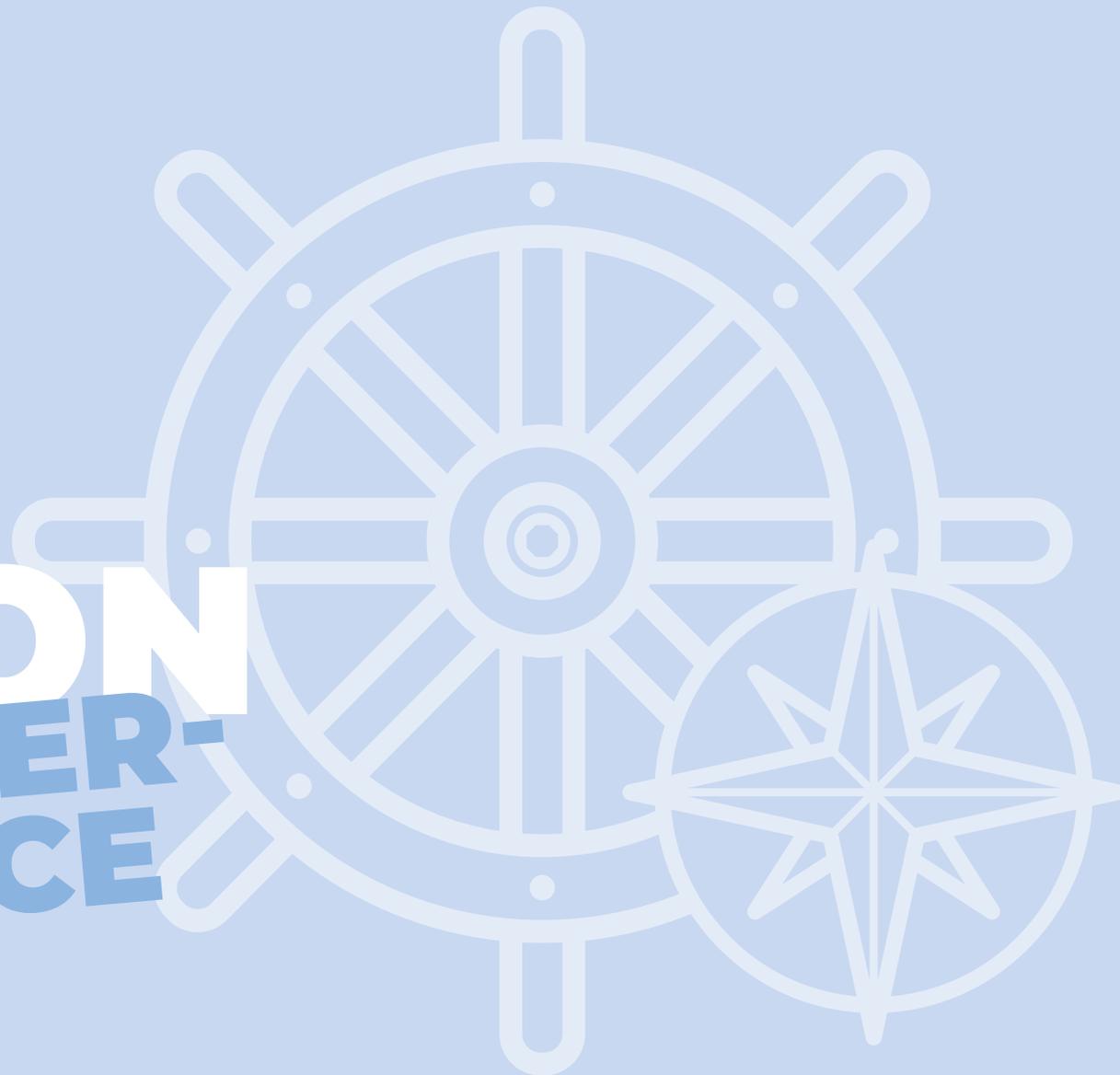


	ACTIFS	ACTIVITÉ	CRÉATION DE VALEUR	ODD
1 VISION & GOUVERNANCE	<ul style="list-style-type: none"> • 1 équipe • 8 collaborateurs permanents + 4 ETP • 1 stratégie RSE • 1 espace de travail partagé • 1 réseau privilégié de 13 partenaires et freelances • 1 fresque du climat 	<p>ACCOMPAGNER ET CO-CONSTRUIRE POUR APPORTER UNE RÉPONSE STRATÉGIQUE, CRÉATIVE, OPÉRATIONNELLE ET DURABLE AUX MARQUES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilité des messages <p>RESPONSABILISER ET INSTAURER UN CLIMAT DE TRAVAIL VERTUEUX</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tournages • Digital • Impressions • Freelances • Goodies • Charte éthique 	<ul style="list-style-type: none"> • 1 collectif fort et engagé • 1 label RSE Agences Actives • 287 collaborations avec nos partenaires • 7 collaborateurs sensibilisés aux enjeux climatiques 	
2 COMMUNICATION + RESPONSABLE	<ul style="list-style-type: none"> • Signataire des chartes RAFR et charte éthique • 3 expertises métiers : Conseil en stratégie, création et animation • 1 collaborateur formé à la fresque du numérique • 1 fresque des nouveaux récits 	<p>ENGAGÉE ACTIVEMENT POUR NOTRE TERRITOIRE ET NOTRE FILIÈRE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actions sur le territoire • Charte raisonnée • Réseaux 	<ul style="list-style-type: none"> • Un montant de 20 000 € d'accompagnement pro bono en 2023 • Contribution au livre blanc de la communication inclusive • 283 heures d'engagement dans 8 associations 	
3 RH & ASPECTS SOCIAUX	<ul style="list-style-type: none"> • 1 charte d'organisation mobilité et temps de travail • 1 charte éthique • 1 parcours d'intégration • 4 stagiaires / alternants sensibilisés aux métiers de la communication 		<ul style="list-style-type: none"> • 1 test de la semaine de 4,5 jours • 77 heures de formation • 163 heures de mentoring • 1 formation annuelle par collaborateur • Animation d'une JAO et de 2 conférences Euracomunication, soit 120 personnes sensibilisés 	
4 IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX	<ul style="list-style-type: none"> • Actions de sensibilisation à la mobilité douce • 1 partenariat avec Le Fourgon • 1 opération YesWeeklean • Investissement en matériels reconditionnés • 1 participation au World Cleanup Day 		<ul style="list-style-type: none"> • 3 kg déchets récoltés et plus de 750 mégots collectés. • 184 bouteilles consignées • 167,5 Go supprimés • 50% des collaborateurs en mobilité douce • 1 imprimante Greenline reconditionnée à 80,1% en France 	

1

VISION

& GOUVERNANCE



NOTRE ÉCOSYSTÈME



NOTRE ÉQUIPE



Etienne Demouy
Directeur général
Directeur Conseil



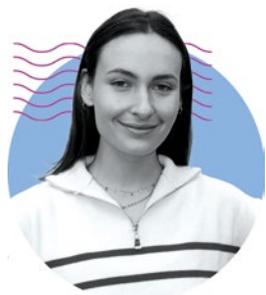
Sophie Gressier
Directrice conseil



Blandine Fraissé
Directrice conseil
Responsable RSE



Axelle Coutant
Responsable clientèle



Eléa Ait-Saada
Conceptrice-rédactrice



Gildane Deschard
Directrice artistique



Bob Swann
Responsable de studio
Directeur artistique



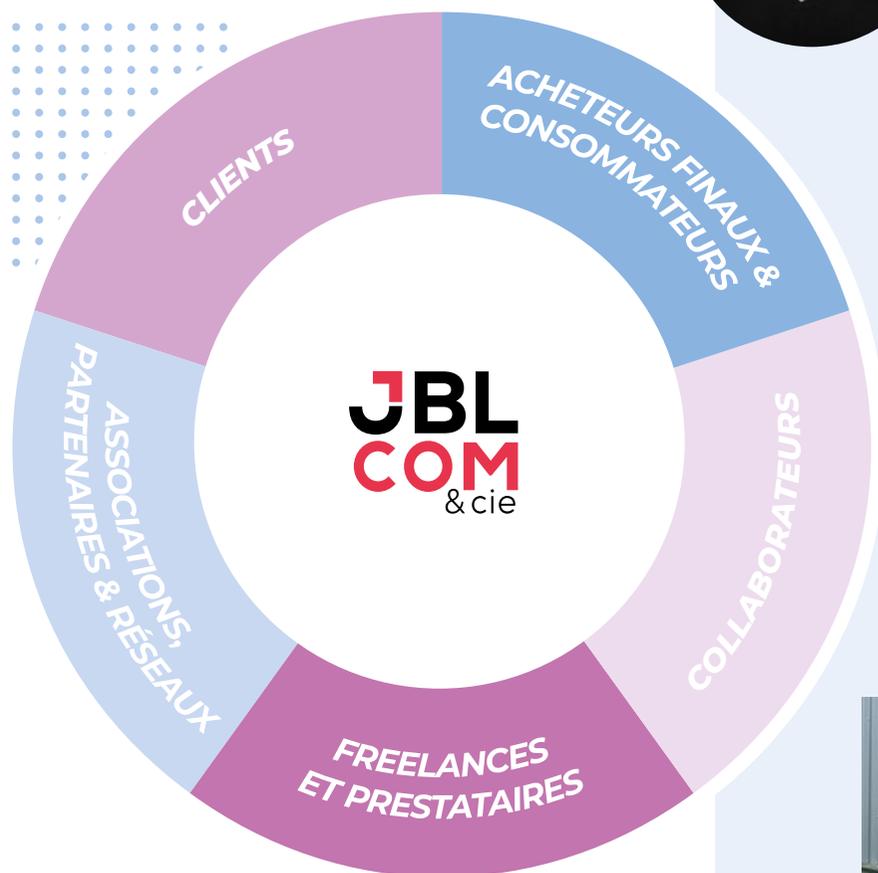
Jean Roussel
Graphiste



Alexia Hobbé
Graphiste



NOS PARTIES PRENANTES



« L'un des avantages d'être dans une agence à taille humaine, c'est que nous connaissons personnellement toutes nos parties prenantes. Chez JBL, l'humain est au cœur de notre ADN, c'est aussi simple que cela. »

Sophie



Ouardia, agent de propreté Clinitex

Nous entretenons avec Ouardia **une relation continue et privilégiée depuis 11 ans**. Nous avons adapté ses horaires pour rendre son rythme de travail plus agréable.

« Ça fait 11 ans que je viens travailler chez JBL, j'y suis vraiment à l'aise car tout le monde a toujours été très accueillant avec moi. »



Éphédrine, experte-comptable Diligentia

À la demande de JBL, **Éphédrine vient une fois par mois à l'agence**. Pour nous, elle fait **partie intégrante de notre équipe** et participe également à des moments de vie d'agence.

« C'est intéressant pour moi de travailler pour une entreprise à taille humaine qui partage mes valeurs. »



Équipiers Groupe MALECOT - Les Papillons Blancs de Lille

Car nous croyons en la richesse de l'inclusion, nous faisons appel aux Papillons Blancs pour l'entretien de nos espaces verts.

La société des Papillons Blancs est une entreprise adaptée qui accompagne les personnes en situation de handicap (55% des salariés à minima) dans l'exercice d'une activité professionnelle, ce qui favorise leur intégration sociale et professionnelle.

NOTRE STRATÉGIE RSE

La RSE est portée par chacun des membres de JBL, mais **c'est Blandine qui la pilote !** En tant que **Responsable RSE**, elle engage, pose des objectifs et impulse des idées pour faire évoluer notre démarche responsable.

« La RSE chez JBL est insufflée, vécue et partagée par tous. »

Blandine



Chez JBL, notre stratégie RSE se résume en deux mots :

« TOUS CONCERNÉS »

Ici, **chaque membre de l'équipe a conscience de ses actions** et prend part à la démarche RSE de l'agence, tant sur le plan professionnel que personnel.

Professionnellement, nous communiquons des messages éthiques et inclusifs, nous sensibilisons nos parties prenantes, nous expérimentons la semaine de travail de 4,5 jours et le télétravail.

Sur le plan personnel, nous accélérons notre mobilité douce (50% des collaborateurs viennent en vélo ou transport en commun), nous faisons du covoiturage, participons au tri sélectif, améliorons nos modes de consommation...

« TOUS CONCERNÉS » se répercute aussi sur nos parties prenantes !

Nous adoptons une « **POLITIQUE DES PETITS PAS** » : **avancer tous ensemble, sans laisser personne sur le bas-côté**. Nous accompagnons chacune de nos parties prenantes vers la durabilité en les amenant à réfléchir différemment, **pour provoquer le changement dans chaque projet**.

LE LABEL AFNOR RSE AGENCES ACTIVES

L'AACC et AFNOR Certification ont co-créé en 2018 le référentiel du label RSE Agences Actives, qui accompagne les agences-conseils en communication sur leurs enjeux de communication responsable.

Divisé en 4 grands thèmes, il regroupe l'ensemble des sujets et activités propres à notre secteur : **vision et gouvernance, réalisation des prestations, ressources humaines et aspects sociaux, impact environnemental de l'agence**.

Le label RSE Agences Actives permet de mesurer le niveau d'engagement des agences-conseils en matière de RSE. Les agences participantes doivent **répondre à un questionnaire basé sur la norme internationale ISO 26000**.

Elles se voient attribuer une note en fonction de leurs réponses et des éléments de preuves apportés pour illustrer celles-ci.

Trois niveaux illustrent la maturité des agences en matière de RSE :

★ = NIVEAU ENGAGÉ

★★ = NIVEAU CONFIRMÉ

★★★ = NIVEAU EXPERT



Notre ambition : obtenir la 2ème étoile grâce à nos **OBJECTIFS**, nos **ACTIONS** et nos indicateurs de **MESURE**.

L'ENGAGEMENT DE L'AGENCE



LA CHARTE RELATION FOURNISSEURS ET ACHATS RESPONSABLES (RFAR)

Charte 
RELATIONS FOURNISSEURS
ET ACHATS RESPONSABLES

Cette charte conçue en 2010 par la Médiation des entreprises et le Conseil National des Achats (CNA) a pour objectif de rendre **les relations entre les grandes entreprises et les PME plus responsables.**

C'est donc naturellement que nous avons signé sa nouvelle version en 2023.



« Nous avons été signataires de la charte dès sa première édition, il y a presque 10 ans. Ça m'a semblé évident de la signer à nouveau, car elle est pleine de bon sens et de rappels de bonnes pratiques. »



Etienne



LA CHARTE RFAR
→ ÉTHIQUE DES ACHATS ENVERS
NOS CLIENTS ET NOS FOURNISSEURS

CHARTE RFAR

SIGNER LA CHARTE RFAR,
C'EST TENIR COMPTE DE 10 ENGAGEMENTS

- Relations financières responsables.
- Relations client-fournisseur respectueuses.
- La vigilance sur la dépendance économique.
- La sensibilisation de l'ensemble des acteurs de notre métier.
- La rationalisation des prix.
- Problématiques RSE.
- La notion de territoire.
- L'éthique des achats : on ne peut pas acheter à n'importe qui de n'importe quelle manière.
- La fonction achat.
- La capacité à réagir en cas de problème.



LA CHARTE ÉTHIQUE, MADE IN JBL

Elle centralise toutes **nos valeurs et bonnes pratiques commerciales**, adoptées par tous les membres de l'équipe :

- › Respect de **nos valeurs** : Authenticité, Confiance, Engagement
- › Respect de **nos parties prenantes**
- › Respect de **la confidentialité des informations**
- › Prôner **une concurrence dynamique et loyale**



NOTRE FORMATION À LA FRESQUE DU CLIMAT

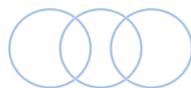
La **fresque du climat** est un atelier éducatif conçu pour sensibiliser sur le changement climatique sous toutes ses dimensions.

OBJECTIF

- ✓ Faciliter la compréhension **des causes et conséquences du réchauffement climatique**, en utilisant **une approche participative**.



**LA FRESQUE
DU CLIMAT**
Vous avez toutes les cartes en main



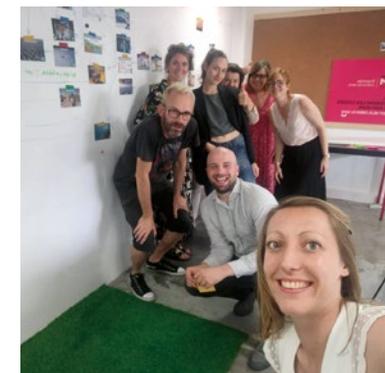
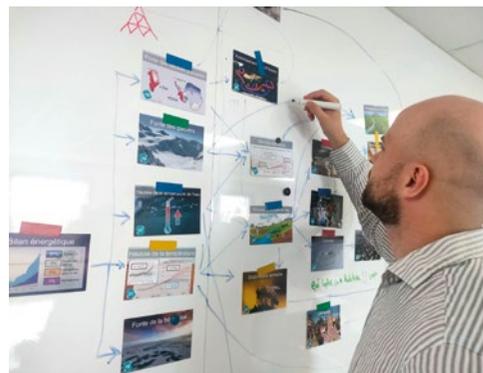
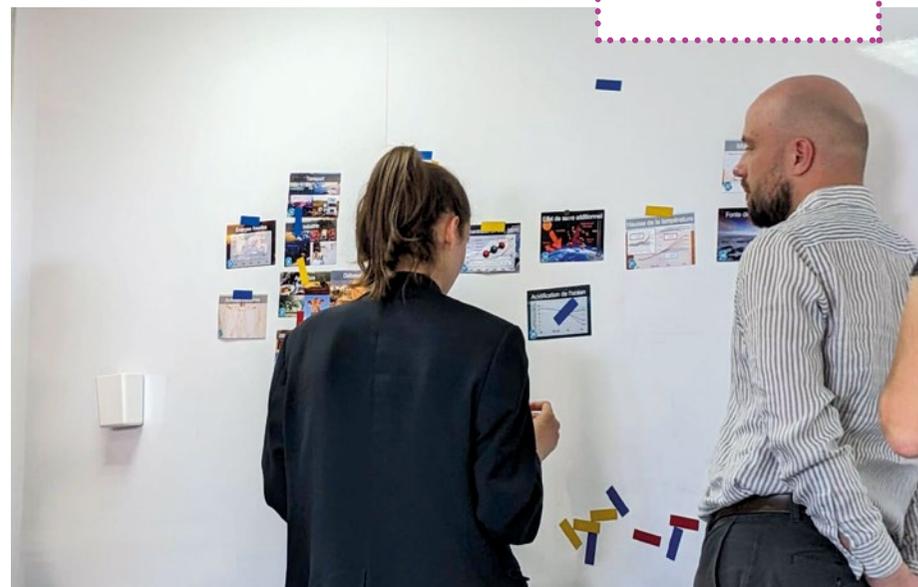
Pour continuer d'évoluer dans le **bon sens**, toute l'équipe JBL a participé à une fresque du climat, animée par **Anne-Laure**.

Nous avons pris conscience des répercussions de nos actions sur la planète, pour adapter nos gestes au quotidien.



7

**collaborateurs
formés**



LE MÉCÉNAT CHEZ JBL

LA CAMPAGNE PRO BONO : LA CORDÉE

JBL a réalisé sa première opération pro bono avec La Cordée, du réseau Espérance Banlieues !

L'objectif de notre accompagnement était de valoriser et de communiquer sur l'événement organisé par La Cordée, pour son défi sportif Paris-Roubaix auquel participent ses élèves grâce à un concept de communication et des déclinaisons graphiques.

Un projet 360° (e-mailing, étiquettes de bière, affiches...), du "save the date" jusqu'à la communication sur l'événement, **au service d'une association qui a du sens pour nous !**

20%
de nos dossiers clients traitent de sujets sur l'engagement de la jeunesse sur le territoire.

LES ACTEURS SUR CE PROJET

- › **La Cordée**, une école privée hors contrat à Roubaix. Elle fait partie du réseau Espérance Banlieues.
- › **Passerelles et Compétences**, une association qui met en relation des associations solidaires et des experts qui souhaitent offrir leurs savoir-faire bénévolement.
- › **Olivia et Caroline**, deux professionnelles en marketing et communication.
- › Et nous, **JBL**, agence conseil en communication !

« L'accompagnement de JBL a été réalisé de la même manière et avec le même professionnalisme que pour nos clients habituels. Plus qu'un simple "coup de main" à une association, ce projet a été choisi et porté par toute l'équipe. »

Etienne



- 1 La Cordée a **besoin de compétences en communication** pour communiquer sur son événement
- 2 Olivia et Caroline, via Passerelles et Compétences, présentent **une stratégie à La Cordée pour leur projet et identifie l'agence capable de la réaliser** : JBL Com & Cie
- 3 JBL est contacté et accepte la réalisation de cette campagne.
- 4 Olivia et Caroline s'occupent des briefs et débriefs intermédiaires.
- 5 JBL se charge de la création des supports de communication 360°.
- 6 **Le projet « Roulez Jeunesse ! » est un franc succès !**



« J'avais confiance en l'efficacité et en la créativité de JBL Com & Cie. Je savais que leur choix de projet d'accompagnement d'une association serait décidé avec tout le collectif, c'était également un critère important pour nous. L'investissement temps et qualité, la disponibilité et l'accompagnement ont été très élevés, bien que ce soit une démarche bénévole. »

Olivia, bénévole Passerelles et Compétences



LE PROGRAMME BOOST PME

Depuis 4 ans, JBL fait **du mécénat de compétences** pour le programme **BOOST PME**.

BOOST PME, c'est quoi ?

Créé en 2016, ce programme permet aux étudiants de 3^{ème} année **d'accompagner des PME qui ont un projet d'innovation**.

Le principe est simple : une équipe hybride composée d'étudiants innovateurs en 3^{ème} année de l'ITEEM Centrale Lille qui va accompagner pendant 8 mois une entreprise.

Ce programme, alliant **des compétences commerciales et d'ingénierie**, représente :

- › **8 mois de travail,**
- › **À raison d'une journée par semaine,**
- › **Avec 3 grandes phases de projet** : immersion, créativité et expérimentation,
- › **Accompagnés d'experts** : coach d'innovation, coach d'équipe et mentor.

JBL offre son soutien aux groupes via du mécénat de compétences sur les étapes suivantes : la clarification du besoin, la créativité et la communication. Pour les étudiants, cet accompagnement leur permet de gagner en efficacité et en compétences.

« **Les étudiants apprennent à travailler en mode Learning by doing*, un moyen très efficace pour avancer et acquérir des tips.** »

Blandine

Au fil du temps, JBL est devenue partenaire de l'événement BOOST PME.

En 2023, nous avons accompagné les étudiants du CETI (Centre Européen du Textile Innovant) et avons contribué à la journée dédiée à la création de la filière du lin, lors du CAMP'US.

*Apprendre en faisant



LES RÉSEAUX



JBL s'implique activement dans son territoire et pour son territoire !

En tant que communicants engagés pour notre filière et notre région, nos collaborateurs adhèrent à plusieurs réseaux et soutiennent diverses initiatives !



CHIFFRES CLÉS



JBL membre actif de **8** associations



283 heures d'engagement / bénévolat



12 réunions sur la stratégie RSE



2

COMMUNICATION

+ RESPONSABLE

SENSIBILISER POUR UNE COMMUNICATION PLUS RESPONSABLE



LA CSRD, NOUVELLE RÉGLEMENTATION EUROPÉENNE

La “Corporate Sustainability Reporting Directive” (CSRD), qu’est-ce que c’est ?

C’est la **nouvelle réglementation qui vise à encadrer et à uniformiser le reporting extra-financier selon un standard européen** ! Elle a pour objectif d’établir et de communiquer en toute transparence le niveau de durabilité des entreprises.

Qu’est-ce que ça change ?

Cette réglementation oblige les entreprises à donner autant d’importance à la dimension durable qu’à la dimension économique de leurs activités.

NOTRE FORMATION À LA CSRD

L’AUTOFORMATION A ÉTÉ LA CLÉ ! Grâce à des podcasts, des conférences et des articles, nous avons exploré, compris et intégré cette réglementation et toutes ses spécificités. L’étape suivante a été de former chaque membre de l’équipe à la CSRD, à travers des temps d’échanges, pour que tout le monde soit aligné sur ce sujet.

« Nous avons acculturé un groupe de travail en interne pour effectuer une veille et comprendre les enjeux de la CSRD. Ensuite, nous avons organisé une réunion de partage pour transmettre les résultats à toute l’équipe, afin que chacun soit sensibilisé à cette nouvelle réglementation et puisse l’intégrer dans ses missions au quotidien. »

Axelle



Notre petit déjeuner CSRD en partenariat avec la société OZAKT

La directive de la CSRD est une réglementation qui peut paraître complexe, mais elle représente une véritable avancée vers la communication plus responsable !

C’est pourquoi nous avons organisé un petit-déjeuner dédié au sujet de la CSRD, au sein du JBL LAB, notre espace créateur d’expériences.

Durant toute une matinée, nous avons présenté aux participants les enjeux de cette nouvelle réglementation qui, à terme, impactera toutes les organisations. L’objectif derrière ce petit déjeuner était de rassembler des acteurs du territoire autour de cette thématique pour **sensibiliser les entreprises aux enjeux de la RSE** et de les encourager à commencer ou à faire **évoluer leur démarche RSE**.



CHIFFRES CLÉS



16
participants



6
interrogations et autant de réponses apportées par JBL

LA COMMUNICATION REPOUSABLE AVEC PLACE DE LA COM

Le livre blanc pour une com' plus inclusive

Chez JBL, nous soutenons chaque initiative en faveur de la communication inclusive.

COMMENT ?

En plus de communiquer de façon inclusive au quotidien, JBL encourage et repartage chaque initiative visant à promouvoir cette approche !

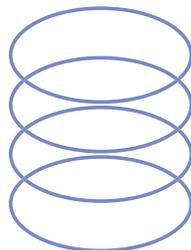
C'est donc naturellement que nous avons relayé le livre blanc rédigé par l'association Place de la Com'.

Les objectifs de ce livre blanc :

- 1 Pour que la communication puisse parler à tout le monde et pour que personne ne soit mis de côté,
- 2 Pour changer les réflexes des communicants en partageant les bonnes pratiques inclusives,
- 3 Et ainsi faciliter l'accès à la digitalisation pour tous.



Pour en savoir plus :



Le groupe de discussion RSE

À travers l'association Place de la Com', nous avons monté un groupe de discussion qui a pour objectif d'aborder les enjeux et les problématiques RSE rencontrés, quel que soit le degré de maturité RSE des membres.

« Ce groupe, c'est la force du collectif et du réseau. Ces discussions nous ont permis de progresser sur notre démarche RSE, grâce aux expériences de chacun. »

Sophie



UNE SYNERGIE GAGNANTE



POUR NOUS...

Ce groupe représente un vrai échantillon de notre écosystème, tant les profils y sont variés. Il nous apporte une nouvelle vision sur la manière d'accompagner chaque typologie de client sur le sujet de la RSE.

... ET POUR TOUT LE MONDE !

À la création de ce groupe d'échange, JBL avait déjà entamé sa démarche RSE ! Nous pouvons donc partager nos connaissances, nos méthodes, nos conseils et même notre espace de travail collaboratif.

« Notre objectif est de créer une synergie entre des acteurs qui ont le même objectif de faire évoluer leur démarche RSE dans la bonne direction. »

Sophie

3 mots qui définissent l'expérience ?

Partager, Transmettre, Sensibiliser



8

membres



9

réunions

LES FRESQUES DU NUMÉRIQUE ET DU RÉCIT

La fresque du numérique

Après avoir participé à la fresque du numérique, **Blandine, en tant que Responsable RSE de l'agence, s'est formé à la posture de fresqueuse** pour pouvoir en animer une en interne. Une fresque dont le déroulé et le fonctionnement sont identiques à celle du climat.

DÉROULÉ

- 1 Par groupe de 8 personnes minimum, des cartes qui relèvent des différentes étapes de la production du numérique sont distribuées.
- 2 En collaboratif, le groupe positionne les cartes dans l'ordre de causes à effets qui leur paraît correct.
- 3 Puis le collectif décide d'un nom pour la fresque : ce qui en ressort, la phrase clé.
- 4 Lors de la dernière phase, le groupe s'engage sur les actions à forts résultats et faciles à mettre en place.

La fresque des nouveaux récits

La fresque des nouveaux récits est une animation collective et collaborative avec pour objectif de comprendre **comment les récits dominants actuels influencent les processus et les comportements au sein des organisations**. Il s'agit donc de faire émerger un futur compatible avec les limites planétaires et désirable pour toutes et tous.

L'ATELIER SE DÉROULE EN 2 PARTIES

- 1 Le tronc commun avec les cartes.
- 2 La co construction et l'écriture d'un récit à 8 mains.

« **La fresque des nouveaux récits, c'est le "et si" d'un monde imaginaire vers lequel nous devons aller dans le respect des ressources planétaires. Pour faire le pas de côté nous devons nous projeter à 2030...** »

Blandine



Ces deux fresques génèrent de réelles prises de conscience, **grâce à l'intelligence collective**. Les réaliser permettra à JBL de créer **de nouvelles habitudes et aussi de mieux accompagner chaque client vers une démarche responsable**.

« **Vivre ces fresques, c'est prendre conscience des effets dominos et cela nous pousse à changer nos habitudes. Nous surconsomons. Notre objectif : consommer moins ou différemment ou plus juste.** »

Blandine



Trajectoire de progression :

Organiser des sessions pour les collaborateurs puis les clients.

Participer à la fresque des nouveaux récits avec les collaborateurs et s'y former.

LES BONNES PRATIQUES D'ÉCO-SOCIO-CONCEPTION DU STUDIO

L'ÉCO-SOCIO-CONCEPTION DE NOS CRÉAS

L'éco-socio-conception de nos créations passe avant tout par une stratégie pensée pour être responsable. Nous réfléchissons à **la meilleure manière de faire, sur tout le processus de création**, de sa conception à sa diffusion.

Un seul objectif : **ALIGNER TOUS LES PROJETS À NOTRE DÉMARCHE.**

Depuis notre **labellisation**, nous avons conscientisé les effets positifs qu'ont nos gestes du quotidien sur l'environnement.

Nos créations respectent des règles d'éco-conception, qui étaient, sont et seront toujours appliquées.



« Nous l'avons fait dans une démarche d'agence, mais à l'heure du tout digital, tous les métiers devraient être sensibilisés comme nous l'avons été. »

Bob

Plus que de simples gestes, des habitudes du quotidien

RÉDUIRE

- › Le taux d'encrage
- › L'utilisation de papier
- › Le poids des fichiers
- › La quantité de blanc et le nombre de pages sur un site internet
- › Le délai de mise en veille de nos ordinateurs

UTILISER

- › Des encres végétales
- › Des sites comme WeTransfer ou FileVert
- › Des hébergeurs verts
- › Nos méthodes de tri des fichiers
- › Des typographies moins consommatrices d'encre
- › Des typographies moins énergivores pour le digital



Trajectoire de progression :

- › Rester attentifs aux dernières recommandations afin de continuer à nous améliorer chaque jour.
- › Poursuivre notre progression par le biais de formations dédiées à l'éco-conception.
- › Proposer une alternative d'éco-conception à tous nos clients.

LA RESPONSABILITÉ DE NOS MESSAGES

QUI DIT CRÉAS RESPONSABLES, DIT MESSAGES RESPONSABLES.

Pour contribuer à des changements de comportement, sensibiliser et informer, nous nous sommes fixés des règles à suivre, quel que soit le projet.

INCLUSIVITÉ

- › **Utilisation de l'écriture inclusive** pour promouvoir l'égalité des genres et la diversité.
- › **Promotion d'un langage inclusif** qui valorise la diversité des individus.
- › **L'accessibilité** pour tous aux documents produits, en utilisant des formats et des polices adaptés à tous.
- › **Proscrire les stéréotypes** de genre, d'âge...



SENSIBILISATION

- › **À l'environnement** en intégrant des messages qui encouragent les comportements responsables.
- › **À la consommation responsable** en fournissant des informations qui encouragent les choix éthiques et durables.

TRANSPARENCE

- › **Fournir des informations précises et des sources fiables.**
- › **Éviter toute forme de greenwashing** en assurant la transparence sur les pratiques environnementales et leurs impacts.



BONNES PRATIQUES :

- › **Correction et révision** minutieuse et systématique de tous les documents avant leur publication.
- › **Respect des normes éthiques et légales en vigueur**, en s'opposant à la diffusion de fausses informations et de contenus offensants.

Le cas Lille Grand Palais et Zénith de Lille

« **Une communication plus responsable, ça passe aussi par le choix de nos partenaires !** Pour les vœux du Lille Grand Palais et du Zénith de Lille, nous cherchions un cadeau aligné avec notre concept de l'inattendu, unique et sur-mesure pour notre client. **Nous voulions surtout éviter les goodies !**



Nous avons fait le choix de nous éloigner des objets publicitaires manufacturés au profit d'un cadeau qui a une dimension culturelle, locale et du terroir. Nous avons tenu à promouvoir un chef cuisinier local pour concevoir des recettes de confitures responsables, avec une association de saveurs inattendues et surtout issues de notre territoire. »



Gildane et Elea



crédit photo : Freepik

3 RH & ASPECTS SOCIAUX



QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

Parce que se sentir bien au travail est primordial, nous avons fait évoluer nos méthodes de travail et rédigé notre **CHARTRE D'ORGANISATION DU TEMPS ET DE NOTRE ESPACE DE TRAVAIL**.

Cette charte a un objectif clair : formaliser notre propre organisation pour répondre aux attentes des collaborateurs, à l'attractivité de nos nouveaux talents et à la bonne délivrabilité de nos projets clients.

CDI, CDD, freelances, alternants, stagiaires... **Tout le monde y a droit !**

ON PEUT TRAVAILLER N'IMPORTE OÙ, N'IMPORTE QUAND, MAIS PAS N'IMPORTE COMMENT.

ADAPTER SON TEMPS DE TRAVAIL

LE TEST DE LA SEMAINE DE 4,5 JOURS

L'ambition de l'application de la semaine des 4,5 jours est de permettre à chacun de mieux gérer **son équilibre personnel et professionnel dans l'agence et dans son travail**. Nous avons ainsi l'opportunité de profiter d'une demi-journée par semaine pour notre organisation personnelle, rendez-vous médicaux, administratifs, ou tout simplement décompresser, se déconnecter !



ADAPTER SON LIEU DE TRAVAIL

LE TÉLÉTRAVAIL

Chaque semaine, nous pouvons opter pour **un jour de télétravail**. Cette manière de travailler est un vrai outil de flexibilité, qui offre souplesse et permet de **s'adapter aux projets** qui demandent un environnement calme ou délocalisé.

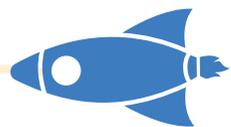
NOTRE BUCKET LIST

LORS DE CETTE DEMI-JOURNÉE, LA TEAM JBL EN PROFITE POUR :

- ✓ Donner des cours de guitare
- ✓ Bricoler sans déranger les voisins
- ✓ Se faire la fameuse 1^{ère} séance cinéma du mercredi
- ✓ Pouvoir jouer de la musique à fond sans déranger les voisins
- ✓ Partir en weekend de 2 jours et demi
- ✓ Lire un ou deux livres
- ✓ Participer à toutes les sorties scolaires de ses enfants
- ✓ Ne pas faire les courses le week-end
- ✓ Aller chercher les enfants plus tôt à l'école
- ✓ Donner du temps pour une asso
- ✓ Passer la journée à dire : « Pas de pb, je suis pas pressé-e »
- ✓ Essayer tous les vélos chez Decathlon
- ✓ Avoir un rendez-vous chez l'ophtalmo sans devoir attendre 3 mois
- ✓ Aller au tennis avant la tombée de la nuit
- ✓ Jouer à Hogwart en pleine journée
- ✓ Ne plus jamais faire le ménage le week-end
- ✓ Faire du tri et donner
- ✓ Peaufiner son coin barbecue
- ✓ Faire du DIY
- ✓ Écouter des podcasts

JBL, EMPLOYEUR RESPONSABLE

LE PARCOURS D'INTÉGRATION DES NOUVEAUX MEMBRES



1 PREMIÈRE RENCONTRE

Au-delà **des compétences**, ici on recherche **le feeling** ! Un entretien sous forme de discussion nous permet de savoir si notre future recrue correspond à JBL mais surtout si elle correspond à l'équipe.

2 WELCOME !

À l'arrivée de notre nouveau collaborateur, toute l'équipe se réunit autour d'un petit déjeuner. L'occasion **d'apprendre à se connaître autour de bons croissants** !

Une fois les présentations avec l'équipe terminées, passons à la présentation complète de l'agence effectuée par Etienne et illustrée par le Welcome Pack, l'agence n'a plus aucun secret pour notre nouvel arrivant !

« **Dès le début, l'équipe m'a mis à l'aise, même pendant l'entretien. J'ai été intégrée très rapidement et on me fait confiance, ça compte vraiment dans ma motivation !** »

Alexia

« **J'ai passé mon premier après-midi avec Etienne. Il a pris le temps de me présenter l'agence, il m'a tout expliqué : charte d'organisation, charte de travail, clients, partenaires... pour que je sois bien briefée sur JBL et sur sa dimension RSE.** »

Alexia



3 ONLY GOOD VIBES !

Les moments conviviaux sont des temps d'échanges qui sont privilégiés par JBL. Saluer tout le monde le matin, prendre un café ensemble, organiser des repas le midi... Ces moments simples font partie intégrante de notre quotidien et de l'ADN de l'agence.

4 IT'S OK ?

Après quelques mois passés chez JBL, Etienne prend le temps d'échanger avec le nouveau membre de la team, pour **s'assurer que tout va bien et pour discuter du travail réalisé.** JBL Com & Cie n'a plus aucun secret pour notre nouvel arrivant !



LES JEUNES ET LA FORMATION

Stagiaires ou alternants, JBL Com & Cie offre un accompagnement complet à ses jeunes recrues en formation qui, souvent, découvrent le monde de l'agence pour la première fois.

ONBOARDING

Jeunes recrues ou collaborateurs confirmés, la confiance accordée est la même chez JBL. Pour travailler de manière autonome et optimale, la formation commence par un accompagnement complet qui a pour objectif l'assimilation des méthodes de travail de l'agence.

PRIVILÉGIIONS L'AUTONOMIE

Nos jeunes recrues travaillent directement sur des projets clients, toujours encadrés par leur tuteur. À chaque mission terminée, ce dernier leur montre **les potentielles erreurs, les axes d'amélioration et ce qui a été parfaitement réalisé !**

UN SUIVI CONTINU

Le reste de la formation se déroule quotidiennement aux côtés du tuteur. **Il prend le temps de guider son apprenti pour le faire évoluer et grandir.**

... ET, EN ROUTE !

Pour nous, cette méthode de formation basée sur **la confiance, la patience et la franchise** permet aux jeunes en formation de **cibler leurs points forts et leurs axes d'amélioration** rapidement.



« **Au fur et à mesure que la formation avançait, je prenais pas mal d'automatismes qui m'ont permis d'avancer plus vite techniquement et ainsi pouvoir proposer plus d'idées créatives pour amener ma pâte graphique.** »

Jean



LES JOURNÉES AGENCES OUVERTES (JAO)



Pour la cinquième année consécutive, nous avons participé aux JAO organisées par l'AACC. Nous avons reçu des étudiants de l'EFAP et de l'ISCOM pour qu'ils puissent **découvrir le monde de l'agence.**

Au programme : présentation de JBL, notre organisation, nos métiers, notre quotidien, donnant **un réel aperçu d'une agence de conseil en communication ...engagée !**



CHIFFRES CLÉS



62
étudiants



2
écoles



2
sessions

NOUS L'AVIONS DIT, NOUS L'AVONS FAIT !

Dans notre rapport 2022 nous avons pour **trajectoire de progression :**

- ✓ **Mise en place du flex office** (intérieur/extérieur)
- ✓ **Réaménagement des locaux**
- ✓ Mise en place de **la semaine de 4,5 jours**
- ✓ **Rédaction d'une charte d'organisation** du temps et de notre espace de travail

4 IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX



NOS ACTIONS CONCRÈTES, MENEES EN LOCAL



POUR DIMINUER NOS DÉCHETS

Le Fourgon



Afin de limiter la quantité de déchets et notre consommation de plastique, nous faisons appel à l'entreprise locale **Le Fourgon** !

Le principe est simple !



PRATIQUE, FACILE, ÉCONOMIQUE ET ÉCOLOGIQUE !

Grâce à notre partenariat avec Le Fourgon, JBL a participé au réemploi de **184 bouteilles** en 2023 ce qui représente **100 km en voiture**.



184
bouteilles
en 2023



soit
100 km
en voiture

POUR RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE CARBONE

Ricoh

CHAQUE GESTE COMPTE !

Pour la première fois chez JBL, nous avons fait l'acquisition d'une imprimante reconditionnée, qui porte la **certification GreenLine**.



GreenLine... C'est quoi ?

Créée par RICOH, la certification GreenLine est apposée sur le matériel reconditionné dans leur usine en France, selon un processus strict de sélection et de refabrication.

Un vrai gage de qualité et de responsabilité !



reconditionnée à
80,1%

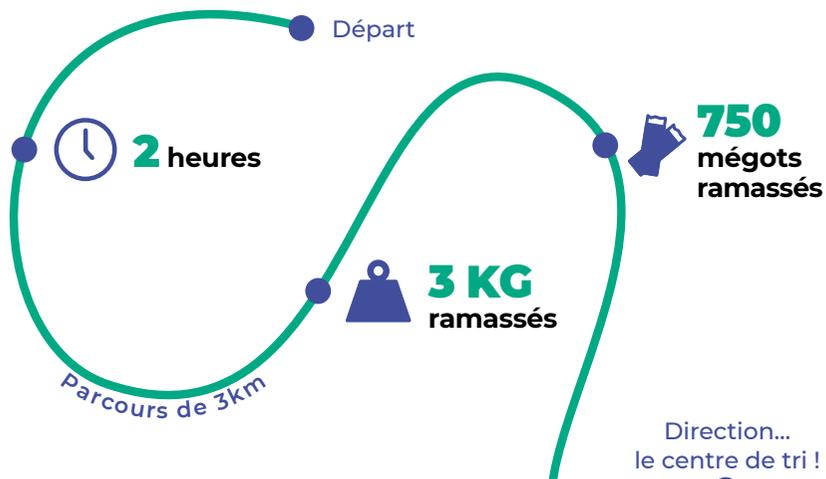
100%
en France



CONTRE LA POLLUTION

World Cleanup Day

Cette année, nous avons participé au **World Cleanup Day, journée mondiale du nettoyage de la planète !** Motivés, armés de nos gants et de sacs poubelles, nous avons ramassé les déchets dans les environs de l'agence.



CONTRE LA POLLUTION NUMÉRIQUE

YesWeeklean

« La plupart des gens n'ont pas conscience du poids de ce qu'ils accumulent, car la pollution du numérique ne se voit pas. »

Bob



YesWeeklean est une semaine de sensibilisation à l'impact de la pollution numérique, durant laquelle nous **trions, jetons et "kleanons"** les fichiers que l'on ne consulte plus.



YesWeeklean

Triez, videz, kleanez.

Campagne YesWeeklean créée par JBL en 2022 et retravaillée chaque année par l'équipe créative.

Concrètement c'est :



33 kg de CO₂

préservés en 2023, en « kleanant » nos appareils

Soit :



170 km

en voiture



514

heures de streaming

Chez JBL, les efforts sont constants tout au long de l'année !

- › Nous évitons les copies inutiles
- › Nous ajustons la taille et le poids des fichiers selon les projets
- › Nous allégeons le poids de nos contenus multimédias

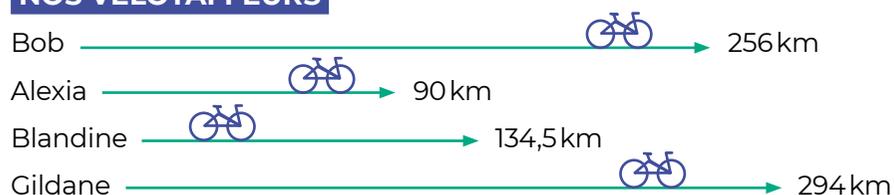
TIPS : Utilisez des sites pratiques comme **TinyPNG** pour réduire la taille de vos fichiers facilement, sans nécessiter de connaissances techniques.

RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE CARBONE

MOBILITÉ DOUCE

Près de **50%** de la team JBL se rend à l'agence en mobilité douce, dont **40% en vélo** !

NOS VÉLOTAFFEURS



EN VÉLO / MOIS

Au total, c'est
l'équivalent de :



**36,77
kg CO2e**

qui sont préservés
chaque mois, en
venant chez JBL !

Soit :

169 km
en voiture thermique

1255 km
en TGV



<https://agirpourlatransition.ademe.fr/particuliers/bureau/deplacements/calculer-emissions-carbone-trajets>
<https://impactco2.fr/comparateur>

NOS ÉCO-GESTES

MINIMISER NOS DÉCHETS

- › **Trier** au quotidien.
- › Participer au YesWeeklean et **réduire la pollution du numérique**.

CONSOMMER RESPONSABLE

- › Faire appel à **des prestataires locaux et éthiques**.
- › **Réduire notre taux d'impression et d'encrage**.

PRÉSERVER LES RESSOURCES NATURELLES

- › Opter pour du **matériel au bon score énergétique ou reconditionné**.
- › Participer à des **programmes de préservation de l'environnement**.

SENSIBILISATION

- › Sensibiliser l'équipe et toutes nos parties prenantes à **l'importance de la préservation de l'environnement**.
- › Utiliser la communication interne **pour informer l'équipe sur les économies d'énergie** (extinction des appareils électroniques, chauffage, lumières...).

NOS BILANS

CARBONE

En alternative au futur bilan carbone de l'agence, **chaque membre de JBL Com & Cie a réalisé son bilan personnel** sur le site : www.nosgestesclimat.fr.

Sur base de cet état des lieux, nous avons pu calculer l'empreinte carbone moyenne de l'agence et identifier les points sur lesquels nous allons nous améliorer.

2023

La moyenne des bilans carbone individuels de chacun des membres de l'agence est de

5,4 tonnes

de CO₂/an



Trajectoire de progression :

- › **Avoir une alimentation plus responsable** et réduire les postes les plus élevés des bilans carbone individuels de la team JBL.
- › **Réaliser le premier bilan carbone de l'agence.**

ENGAGEMENTS

COLLABORATEURS

La stratégie RSE et les valeurs de JBL sont vécues par chacun de ses membres. À ce titre, nous sommes tous engagés, à notre échelle, pour notre société et notre environnement :

DONS



- › Dons **de plasma et de sang**
- › Dons **de vêtements**
- › Dons **de livres**
- › Dons **de mobiliers et d'électroménager**

BÉNÉVOLAT ET VIE ASSOCIATIVE



- › Adhérent **à l'association EndoFrance**
- › **Mécénat** de compétences
- › **Dons financiers** mensuels à une association pour la recherche médicale

ENVIRONNEMENT



- › **Tri sélectif** et bac à compost
- › **Limitation de la consommation de viande**
- › **Covoiturage**
- › Achats de **seconde main**
- › Achats de **produits locaux**

TRAJECTOIRE

DE PROGRESSION

Après avoir obtenu **notre certification AFNOR RSE Agences Actives**, l'organisation nous a délivré un rapport d'audit en 2023. Ce rapport nous a fourni des recommandations pour approfondir notre démarche, dont deux éléments forts en sont ressortis :

- Définir des **objectifs clairs et des indicateurs de mesure adaptés, que nous suivrons à intervalles réguliers.**
- Formaliser des **politiques spécifiques** pour **réduire notre impact sur l'environnement et la société**, tels qu'une politique dédiée aux objets promotionnels, à nos bonnes pratiques de recrutement, d'usage de l'intelligence artificielle, à notre consommation d'énergie et à nos émissions de CO₂.

Dans quels domaines devons-nous nous améliorer ?

Dans quels domaines avons-nous bien évolué, ou au contraire où avons-nous stagné ?

Pouvoir analyser et mesurer nos actions nous permettra de comprendre où nous en sommes pour pouvoir aller encore plus loin dans notre démarche RSE !

NOS INDICATEURS RSE

Depuis **notre labellisation RSE AFNOR Agences Actives**, nous avons fait évoluer nos pratiques responsables.

AVANCER C'EST BIEN, MAIS DANS LE BON SENS, C'EST ENCORE MIEUX !

Ainsi, pour nous améliorer encore et encore, **nous avons mis en place des indicateurs** qui nous permettront de mesurer et d'évaluer nos engagements RSE.

POURQUOI DÉFINIR DES INDICATEURS ?

Ces indicateurs nous aideront à mieux comprendre les domaines dans lesquels nous sommes bien avancés, et ceux dans lesquels nous devons redoubler d'efforts.

Résultat : une reprise de conscience et des actions ajustées intelligemment !

Pour que ces indicateurs aient un réel impact sur JBL et pour que nous puissions les analyser régulièrement, nous avons veillé à ce qu'ils soient :

- › Clairs
- › Réalistes
- › Mesurables
- › Atteignables

GOVERNANCE	ACHATS RESPONSABLES	SOCIAL	ENVIRONNEMENT
<p>Les indicateurs de gouvernance englobent l'éthique de nos relations avec nos parties prenantes.</p>	<p>Les indicateurs achats responsables évaluent notre responsabilité de la conception à la production des projets.</p>	<p>Les indicateurs sociaux mesurent la Qualité de Vie au Travail.</p>	<p>Les indicateurs environnementaux portent sur la réduction de notre empreinte environnementale</p>
<ul style="list-style-type: none"> › Les mesures adoptées pour progresser vers une plus grande transparence. › L'organigramme de gouvernance et les détails. › Les ressources alloués à la RSE. › La composition de l'équipe RSE. 	<ul style="list-style-type: none"> › Le nombre de fournisseurs engagés dans une démarche respectueuse de l'environnement ainsi que le nombre de fournisseurs labellisés. › La part des produits et services responsables. › La part des ventes et d'achats responsables. 	<ul style="list-style-type: none"> › L'indice de formation et le nombre de salariés formés. › L'indice de satisfaction de Qualité de Vie et de Santé au Travail. › Le taux d'absentéisme. › Les parts d'investissement responsable. › Les partenaires sociaux. › Le nombre de jours télétravaillés. › Le taux d'ancienneté. 	<ul style="list-style-type: none"> › Les mesures visant à réduire les émissions de gaz à effet de serre. › L'empreinte carbone des salariés, de l'entreprise et des produits/services › Les mesures pour limiter la production de déchets. › Les mesures de réduction de la pollution numérique des données



EN ROUTE VERS 2030



Vous souhaitez en savoir davantage
sur la démarche RSE de l'agence ?
Contactez-nous : edemouy@jblcom.fr

Ce rapport RSE a été éco-conçu en interne
et imprimé par Nord'imprim sur un papier
NAUTILUS SUPER WHITE 100% RECYCLED - Blanc FSC Recycled Credit

