



Rapport RSE 2023/24

Édito



Après 3 ans de transformation, Notchup est fier de faire partie des entreprises certifiées B Corp, l'une des 450 premières en France. C'est un bel accomplissement pour toute l'équipe.

Mais obtenir cette certification n'était que le début. Maintenant, nous nous demandons : comment garder nos collaborateurs motivés après cette étape ?

Le chemin a été rempli de défis, mais il a aussi renforcé notre cohésion. Nous avons compris que l'engagement ne doit pas s'arrêter avec le label. Il faut continuer à faire vivre cette culture au quotidien.

Cela passe par l'intégration de la RSE dans chaque projet et en impliquant tout le monde activement. En célébrant nos réussites ensemble, nous gardons cette énergie intacte. Chaque collaborateur est essentiel à notre progression.

Aujourd'hui, notre objectif est de faire de la démarche B Corp une partie de notre ADN, ancrer ces valeurs dans notre quotidien, pour continuer à évoluer, innover et aller toujours plus loin ensemble.

you are essential

Sommaire

Notre fiche d'identité et nos KPIs Good

1.1 Notre raison d'être : notre boussole

1.2 Notre organisation RSE : 100% des collaborateurs engagé.e.s !

.l'approche "tous engagé.es" de Notchup, c'est quoi ?

.les pilotes de la RSE

1.3 Nos indicateurs RSE : vers une mesure plus complète

.Indicateurs clés

.Bilan Carbone 2023

.La systématisation de la mesure de l'impact des campagnes

.Des initiatives toujours plus impactantes grâce aux KPIs

1.4 Nos labels et certificats : être à la pointe des standards de nos métiers

.Hall of Good : B Corp, Agence Active, Influence Responsable

.Zoom sur Influence Responsable chez Notchup

.Charte Notchup Influence Commerciale Responsable

.Satisfaction client

Nos réalisations Good en 2023 et 2024

2.1 .Nous avons adopté la semaine de 4 jours et renforcé la politique parentale

.Le sport a boosté nos semaines

.Nous nous sommes inspirés et formés

. Zoom sur Salut c'est good», le média positif de Notchup

. Nous nous sommes mis en marche pour que l'inclusivité devienne réalité

. Formation Fresque du Climat

2.2 Nous avons oeuvré pour soutenir des associations et la création

.Le soutien aux associations a animé nos journées

.Bilan team Asso 2023 et 2024

.Les éditions 3 et 4 de Vitrines

.Probonos SPA

Et après ?

En route pour la recertification Bcorp

Notre fiche d'identité et nos KPIs Good





Notre raison d'être

Grâce à l'investissement des collaborateurs dans notre démarche, nous avons imaginé, collectivement, notre raison d'être et notre mission ! Nous sommes contents d'avoir pu trouver la manière dont nous voulions vivre et faire vivre notre métier : comment lui donner un sens, sans perdre l'âme initiale de notre métier de communicant.

« Notre mission est de proposer des idées qui créent de l'émotion afin que les marques et les consommateurs s'engagent dans des actions positives. À ce titre, l'équipe Notchup s'engage collectivement à faire évoluer le métier de communicant pour qu'il contribue à son échelle aux changements de notre société. »

Notre raison d'être est déposée dans nos statuts et elle structure notre démarche RSE autour de 3 piliers :

1. L'impact créatif

pour proposer des idées qui créent de l'émotion. Ici nous souhaitons, en tant qu'agence créative et engagée, jouer un rôle, être une force de changement de la société en rendant désirable la transition écologique et sociétale.

2. L'évolution métier

et c'est collectivement que les collaborateurs de l'agence s'y engagent. Ici nous avons envie de questionner nos manières de faire, nos méthodes et les faire évoluer.

3. La contribution sociale et environnementale.

Ici nous souhaitons être une entreprise où il fait bon vivre et qui s'engage sur les dimensions sociales & environnementales.

Notre organisation RSE : 100% des collaborateur.rices engagé.e.s !

L'approche tous engagé.e.s en pratique, c'est quoi ?

À son arrivée à l'agence, chaque collaborateur.rice participe à une session de onboarding RSE. Durant une heure, une personne du comité RSE partage avec lui la genèse du projet RSE, notre raison d'être, nos piliers et les groupes de travail.

Il/elle est ensuite invité.e à rejoindre a minima un groupe de travail.

Chaque collaborateur.rices a dans son Évaluation Annuelle des objectifs RSE. Cela témoigne de l'importance que la direction et les managers accordent aux efforts individuels investis dans la RSE.

Le comité RSE apporte tout au long de l'année son soutien aux différents groupe de travail : les guider, les nourrir, suivre leurs avancées, les soutenir, les connecter avec la communauté B Corp.

Les pilotes de la RSE : le collectif avant tout

La direction, Philippe Robin et Céline Marcillac : ils fixent l'ambition et valident les orientations stratégiques RSE.



Philippe Robin

Céline Marcillac

En 2023, un nouveau comité a pris en main les démarches RSE au sein de l'organisation B Corp. Ce comité est composé de six membres : Adeline Boutillier, Élodie Cailler, Émilie Guelton, Véronique Lefur, Camille Renier et Armelle Robet. Ensemble, elles pilotent les activités quotidiennes liées à la RSE, veillant à leur bon déroulement. Elles se réunissent chaque semaine pour planifier, coordonner et suivre les initiatives en cours.



Émilie Guelton

Armelle Robet

Véronique Lefur

Elodie Cailler

Camille Renier

Adeline Boutillier

Nos indicateurs RSE : vers une mesure plus complète



Nos indicateurs clés

Nous suivons également d'autres indicateurs sociaux dont voici les principaux (Au 31/12/2023 effectif est de 36 personnes)

13

hommes

dont 50/50 sur les postes de management

23

femmes

22 %

séniors

(+ 50 ans)

13 %

juniors

(- 25 ans)

Ancienneté moyenne

8,72 ans

Turnover

11,5 %



Transparence des salaires

La grille de salaire est communiquée aux salariés. La différence entre la rémunération la plus basse et la plus haute ne peut excéder le ratio de 10.

Politique parentale

Pour les parents qui le souhaitent, il est possible d'aménager leurs horaires de travail tout en réalisant les 35 heures hebdomadaires réglementaires.

10

parents en bénéficiant actuellement

Chiffres du bilan social 2023

BILAN CARBONE NOTCHUP RÉTROSPECTIVE & MÉTHODO

Toovalu (2022)

321,37 t CO₂



Carbo (2022)

418 t CO₂

En 2022, nous avons décidé de changer d'outil de mesure.

Toovalu, l'ancien outil, nous semblait imparfait sur certaines rubriques notamment dans le numérique. Afin de dresser un bilan carbone plus précis, plus poussé mais aussi plus réaliste, nous avons choisi un autre outil : **Carbo**. Nous avons dû transposer les données en adaptant la méthodologie au nouvel outil pour assurer la fiabilité des données.

En 2023, nous avons dressé notre premier bilan carbone entièrement et uniquement avec **Carbo**. Nous avons donc précisé la manière de recueillir les données en interne pour un bilan plus abouti. L'outil se décompose en plusieurs catégories :

Produits numériques

Tout usages numériques

Opérations

Factures de prestataires
Abonnements

Achats et services

Fournitures de bureau
Équipements électroniques

Bureaux/sites

Liés au locaux

Déplacements

Déplacements pros

Employés engagés

Questionnaire individuel

Dans la catégorie «Employés engagés», chaque employé renseigne un mini bilan carbone lié à son activité au sein de l'agence (déplacements professionnels, nature des repas, utilisation des outils numériques etc). Cela permet de sensibiliser et d'engager chaque salarié dans notre démarche.

2023 ON VOUS DIT TOUT SUR NOTRE BILAN CARBONE

338,8 t CO₂
-79,2 t CO₂

par rapport au bilan carbone de 2022



À l'agence, cela représente

9,5t CO₂
par personne

Soit une baisse de

-2,67 t CO₂
par rapport à 2022

86% C'est la part de notre bilan carbone que représente la catégorie **«Achat & services»**.

C'était le point primordial de notre bilan 2023 : affiner la prise en compte de cette catégorie. Elle représente l'ensemble des factures que nous avons réglées en 2023 et elle est donc difficile à corrélérer avec une empreinte carbone précise et fiable. En effet, nous utilisons la méthode préconisée par l'ADEME qui donne un équivalent en CO₂ pour un certain montant dépensé. À l'aide de notre coach Carbo, nous avons pu préciser cette équivalence en fonction de chaque dépense, pour un résultat affiné au plus proche de la réalité.

EN DÉTAIL, CE BILAN ÇA DONNE QUOI ?



ÉNERGIES

Consommation d'énergie

0,9 t CO₂

soit 124 repas
avec du boeuf

C'est 2,5 fois moins
qu'en 2022.

DÉCHETS

Tri des déchets

0,3 t CO₂

soit 12
jeans neufs

C'est 2 fois moins
qu'en 2022.

DÉPLACEMENTS

comprenant les trajets domicile-travail et ceux liés à notre activité.

9,2 t CO₂

soit 48 ordinateurs
fixes neufs

C'est un peu moins
qu'en 2022 (11 t).

ACHATS

production et frais généraux agence

294 t CO₂

soit 166 a/r Paris - New-York en avion
C'est 20% de moins qu'en 2022,
avec un CA quasi équivalent.



IMMOBILISATIONS

Achats amortis sur plusieurs années (ordinateurs, locaux, meubles...)

21,3 t CO₂

soit 248 smartphones
C'est 2 fois moins
qu'en 2022.

Si vous avez envie de découvrir l'impact
sur le climat des objets et gestes
de votre quotidien, par ici le calculateur :
<https://datagir.ademe.fr/apps/impact-co2/>



Nous poursuivons notre effort de recyclage des déchets.



En recyclant nos déchets avec notre partenaire Solution Recyclage, nous avons réalisé les économies d'énergie suivantes :

1032 kg de CO₂

ce qui représente une distance de 11468 km parcourus en voiture.

3290 kwh

ce qui représente 8 mois de consommation électrique d'un foyer français.

Plus concrètement, voici les déchets concernés.

Cartons	174.0 kg
Canettes/conserves	6.4 kg
Bouteilles > PET <	17.85 kg
Bouteilles verre	101.25 kg
Polystyrène (PSE)	5.95 kg
Papier	1350 kg
Toners/Cartouches d'encre	0.93 kg
DEEE PAM	1.0 kg
Piles/Accumulateurs	0.13 kg
Ampoules/Tubes	0.15kg

Cartons recyclés

Métaux recyclés

Fibres textiles, bouteilles plastiques

Verre recyclé

Cintres, pot de fleurs, profilés

Papier recyclés

Réutilisation/valorisation matière

Métaux recyclés (Ecosystem)

Métaux recyclés

Verre et métaux recyclés (Ecosystem)

AVEC LA TRICYLERIE

nous avons collecté en 2023

200 litres

de déchets organiques.

AVEC TCHAOMÉGOTS

20 litres

de mégots qui ont été collectés.

Développer notre impact grâce aux KPIs

Les KPIs, c'est quoi et pourquoi c'est important ?

Les KPI (Indicateurs Clés de Performance) sont des outils de mesure essentiels pour évaluer l'efficacité d'une stratégie ou d'une activité par rapport à des objectifs définis. Ils servent à suivre les performances, identifier les améliorations possibles et guider les décisions stratégiques, garantissant ainsi que les actions menées restent en phase avec les objectifs fixés.

Vitrine

- Engagement des salariés : suivi des votes et taux de participation.
- Estimation des passages devant la vitrine.
- Production de contenu (podcasts, affichage).

Sport

- Proposer 6 activités sportives durant l'année
- Encourager à la pratique sportive au sein de l'agence par des moments conviviaux et temps de partage (diffusion event, intervenants...) en profitant des temps forts annuels sportifs
- Obtenir 70% de satisfaction sur les actions TEAM SPORT de la part des employés

Association

- Organisation d'opérations (Pièces jaunes, collecte de dons, événements pour associations).
- Partage trimestriel d'offres de bénévolat pour inciter les collaborateurs à utiliser leur journée de bénévolat.

Bilan carbone

- Relève des données numériques trimestriellement.
- Sensibilisation des collaborateurs (équivalences CO2, conseils).
- Optimisation des données Google.
- Réalisation et comparaison du bilan carbone annuel.
- Enquête individuelle.

Salut C'est Good

- Suivi des taux d'inscription, participation, et satisfaction.
- Mesure des mentions post SoMe, impressions, téléchargements, et fréquence de mise à jour des ordres de grandeur.

Police du Washing

- Formation de 100% des collaborateurs et mise à jour des chartes.

- Organisation de 2 réunions Notchup'Date annuelles.
- Vérification de 100% des campagnes médias et propositions pitch.
- Formation complète des policiers du washing.

Idées Goods

- Augmentation du nombre de clients goods accompagnés et d'AOs goods.
- Livraison d'au moins une opération et formation des collaborateurs sur l'approche créative good.

Inclusivité dans le recrutement

- Création et diffusion de la charte inclusivité d'ici printemps 2024.
- Formation de 100% des collaborateurs managers.
- Conformité des annonces de recrutement aux règles d'inclusivité.

Gestion des candidatures

- Information et application par 100% des collaborateurs du processus de recrutement.
- Réponse systématique à tous les candidats.
- Welcome kit et vademecum à jour, satisfaction des nouveaux arrivants.

Journée Bénévolats

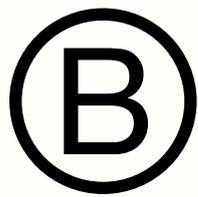
- 90% des collaborateurs doivent utiliser leur journée bénévole en 2024.
- Recensement des participations avec preuve de présence par l'association.

Nos labels et certificats : être à la page des standards de nos métiers



Hall of Good : se challenger avec l'obtention de nouveaux labels

Entreprise



Certifiée

81,9 / 200



Score par domaine d'impact

Collaborateurs

30 pts

Clients

1,4 pts

Gouvernance

18,7 pts

Environnement

13,2 pts

Collectivité

18,4 pts



L'obtention du label RSE Agences Actives avec

3 étoiles représente la plus haute distinction en matière de Responsabilité Sociétale des Entreprises, soulignant l'excellence de notre agence dans ce domaine. Ce niveau d'évaluation démontre notre engagement fort et durable envers des pratiques éthiques, environnementales et sociales exemplaires. Cette reconnaissance, délivrée par l'AACC avec Afnor Certification, témoigne de notre leadership et de notre détermination à être un acteur responsable et exemplaire dans notre secteur.



L'obtention de la certification « Agences Conseil en Influence Responsable »

constitue pour l'agence un véritable acte d'engagement en faveur de la promotion et de la mise en œuvre d'une pratique d'influence commerciale éthique et responsable. Cette certification, décernée avec trois étoiles (le plus haut niveau), témoigne non seulement de l'importance que l'agence Notchup accorde à cette question, mais aussi de son exemplarité dans le domaine de l'influence. Délivrée par le Syndicat des Relations Publiques (SCRIP) et l'AFNOR, cette certification représente un véritable label d'excellence, qu'il est essentiel de continuer à soutenir pour encourager la diffusion des bonnes pratiques en matière d'influence responsable au sein des agences.

Zoom sur l'influence commerciale responsable chez Notchup

Adrien CORBEAU, Chef de groupe Social Média et Influence chez Notchup, raconte le chemin parcouru par l'agence en matière d'influence et les étapes permettant d'aboutir à la labellisation Agence Conseil en Influence Responsable.



Adrien

Chef de groupe Social Média et Influence
Référént Influence Responsable

Déjà, c'est quoi l'influence responsable ?

Il n'y a pas de réelle définition de ce qu'est l'influence responsable. C'est davantage un état d'esprit qui a été initié par les professionnels de l'influence pour légiférer, éviter des abus et protéger les créateurs de contenus et leurs followers contre les dérives que l'on peut rencontrer sur les réseaux sociaux.

Le gouvernement s'est également intéressé de près à la pratique d'une influence responsable, car à l'été 2023, a été promulguée une loi pour encadrer la pratique de manière plus responsable.

Qu'avez-vous mis en place à l'agence pour que nos opérations d'influence soient plus responsables ?

En tant qu'agence engagée et transparente, nous avons adopté des pratiques responsables dans nos projets d'influence depuis quelques années ! Ce qui a changé a changé, c'est le fait de l'avoir formalisé grâce : à une charte, des process internes, des référents experts, des modèles de contrat etc.

Tous les projets d'influence menés par l'agence répondent à des critères strictes que nous mesurons et suivons : le choix des profils, le domaine d'activité, le respect de la loi, etc.

Qu'est ce qui te rend fier dans ce chemin parcouru ?

Ce qui me rend fier, c'est de mener des projets d'influence d'envergure en appliquant nos principes d'une influence responsable, en accord avec les valeurs de l'agence. Également, c'est une grande fierté d'être labellisé Agence Conseil en influence responsable... et cela nous conforte encore plus à développer notre expertise Influence.

Charte Notchup Influence Commerciale Responsable



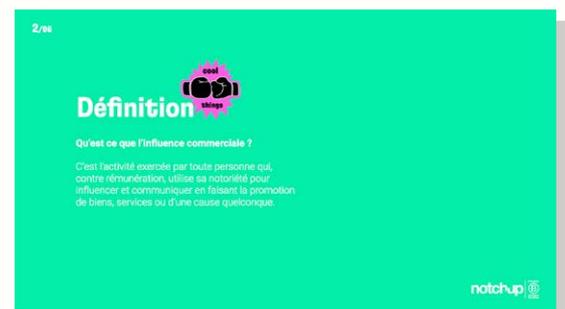
Nous sommes fiers de partager notre Charte d'Influence Commerciale, un document essentiel qui guide nos collaborateurs dans toutes les interactions avec des influenceurs.

Cette charte repose sur les principes clés de l'intégrité, de la transparence et du respect mutuel. Elle nous engage à s'assurer que toutes les collaborations avec des influenceurs se déroulent dans le respect des lois et règlements applicables (dont la nouvelle loi parue en 2023), mais aussi les bonnes pratiques promues par les organismes de notre secteur, comme l'ARPP, l'AACC et le SCRP.

Fondée sur notre expérience dans les campagnes d'influence depuis plusieurs années, et des engagements que nous avons déjà pris, la Charte s'accompagne d'un plan d'action interne et de process de travail, qui sont mis à jour régulièrement.

Nous sommes déterminés à continuer d'encourager des relations de travail durables avec les influenceurs, basées sur la confiance, la créativité et l'authenticité. Notre Charte d'Influence Commerciale Responsable est le reflet de cet engagement et vise à établir des normes éthiques élevées dans notre secteur d'activité.

https://api.notchup.fr/uploads/Charte_influence_Notchup_d9801f5370.pdf



Satisfaction client

Préambule

Dans le cadre de notre démarche qualité, nous souhaitons impliquer nos clients et recueillir leurs retours d'expérience. Cette initiative reflète notre engagement en faveur de la performance, de l'amélioration continue et de l'optimisation de nos services et pratiques.

La satisfaction de nos clients est au cœur de nos priorités, et leur opinion est essentielle pour nous permettre de répondre toujours mieux à leurs attentes.



Nos objectifs

Grâce à ce questionnaire, nous invitons nos clients à nous faire part de leurs retours d'expérience avec l'agence. Cela nous permettra de toujours nous améliorer et vous apporter une prestation à la hauteur de leurs attentes.

Les objectifs que nous fixons :

Obtenir une note globale de

4,8/5 2025

5/5 2026

Obtenir une note de **100%** sur les **engagements RSE** de l'agence au regard des évolutions de la profession

100%

des questionnaires partagés à l'équipe client concernée



Si des points d'amélioration sont remontés, réunion dédiée pour apporter des correctifs

Satisfaction client

Synthèse de nos résultats en 2024

Note globale

4,57
5

Note réflexion
stratégique et création

4,42/5

Note accompagnement

4,57/5

Note communication respectueuse

85,7% de oui
14,3% d'excellent



Verbatims clients

" Très pro. J'apprécie la prise de recul, le calme et l'analyse devant toute situation. "

" Un conseil stratégique de qualité constructif dans une logique de dialogue "

" Idées créa très originales "

" Agence très souple et adaptable "

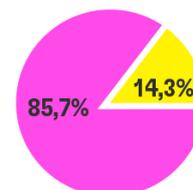
" Pratiques responsables exemplaires "

Axes d'amélioration pour 2025

Selon vous, nos devis sont-ils facilement compréhensibles et suffisamment détaillés ?

oui

non



Nos réalisations Good en 2023 et 2024



Nous avons adopté la semaine de 4 JOURS et partagé notre retour d'expérience avec nos pairs

LES ENJEUX

- Un meilleur équilibre vie pro / vie perso pour les collaborateurs.
- Gagner en productivité par une transformation du fonctionnement de l'agence
- Développer la fierté d'appartenance et la solidarité.
- Responsabiliser les collaborateurs par un projet commun.

COMMENT ÇA S'EST PASSÉ ?

EN DATES CLÉS

12 mai 2022 : lancement du groupe de travail

8 juillet 2022 : réunion générale de lancement du projet.

Novembre 2022 : ateliers de réflexion par service.

10 février 2023 : vote pour lancer le test.

1^{er} avril : lancement du test.

Octobre 2023 : ateliers de feedback et évolution des modalités du projet.

30 novembre 203 : vote final.

1^{er} janvier 2024 : mise en place officielle de la semaine de 4 jours.

EN CHIFFRES CLÉS

20 Réunions du groupe de travail | **10** Mois de préparation | **09** Mois de test

- Plus de **90%** de collaborateurs ont voté «**Pour**» maintenir le projet
- 3 sessions d'ateliers de réflexion par service les résultats du vote : Plus de 90% de votants en faveur du maintien du projet.

NOUS AVONS PARTAGÉ NOTRE RETOUR D'EXPÉRIENCE AVEC NOS PAIRS

2023 : Publication de nombreux articles LinkedIn pour partager la démarche et nos réflexions.

Nov 2023 : Participation à la table-ronde RH de Com & Médias dédiée à la semaine de 4 jours.

Déc 2023 : Témoignage de l'agence dans un dossier de La Réclame sur la semaine de 4 jours en agence.

Mars 2024 : Participation au face à face "La semaine de 4 jours testée pour vous !" lors du Grand RDV des Engagés.



Le sport a boosté nos semaines



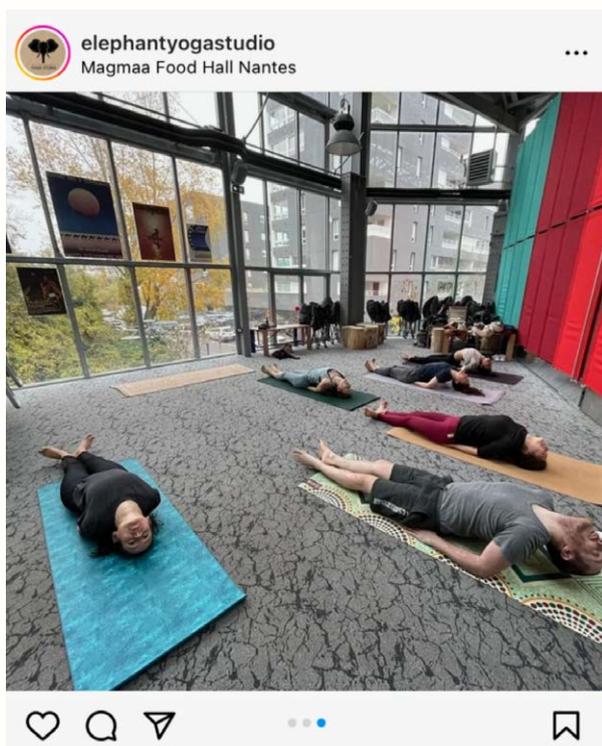
LE SPORT CHEZ NOTCHUP EN 2023

À la suite d'une enquête approfondie auprès de nos collaborateurs concernant leurs attentes et désirs dans le domaine du sport, plusieurs aspirations ont été identifiées. Les bénéfices incontestables d'une pratique sportive régulière ont été largement reconnus, englobant la réduction du stress et l'amélioration du sommeil. Le sport émerge ainsi comme un allié essentiel pour renforcer les défenses immunitaires et favoriser le bien-être général, apportant une véritable bouffée d'air frais dans nos vies souvent trépidantes.

NOUS SOMMES RAVIS DE CONSTATER L'ENTHOUSIASME QU'IL Y A EU POUR CES ACTIVITÉS.

En 2023 nous avons eu 3 partenaires pour 5 activités, chacun offrant une approche unique pour satisfaire les diverses préférences de nos collaborateurs :

Ready 2 Become / Cross Training
Ready 2 Become / Initiation Boxe
Elephant yoga / Yoga en musique
Odyssea / 5K et 10K
Notchup / Yoga du Jeudi





LES ACTIVITÉS PROPOSÉES EN 2024

Que ce soit par la pratique sportive collective, par la découverte de profils sportifs, par de la sensibilisation, du jeu, du visionnage... toutes les actions proposées au cours de l'année 2024 par l'équipe SPORT visent à créer de la cohésion de groupe, à se découvrir, changer d'air, passer du bon temps (et bien-sûr parfois, transpirer un peu !)

JANVIER

Le challenge de pas : Par équipe de 4, il faut accumuler le maximum de pas en un mois !

1 FOIS PAR SEMAINE

Yoga : Une ou deux fois par semaine, un cours de yoga en vidéo est proposé à l'agence.

MARS

Course Odyssea : C'est une course organisée au cœur de Nantes, un événement sportif solidaire pour lutter ensemble contre le cancer du sein - Distance de 5km.

AVRIL/JUIN/AOUT/OCTOBRE

Coaching fitness : Lucile, coach certifiée, nous retrouve les lundi soirs à 18h45 pour un cours de fitness de 45 min. C'est ludique et adaptable à tous les niveaux.

MAI

Interview de Marie Oteiza (pentathlète olympique) : Athlète de haut niveau, Marie Oteiza pratique le pentathlon moderne. Elle nous a raconté son quotidien, rythmé par les entraînements, et les compétitions pour préparer les JO de Paris 2024.

JUIN

Séance de sensibilisation au travail sur écran par la médecine du travail :

Un intervenant est venu à l'agence afin de nous sensibiliser sur plusieurs points :

- Première partie quizz type « le saviez-vous »
- La fatigue visuelle
- Troubles musculo-squelettiques (posture...)
- Les moyens de prévention (écran, éclairage, clavier, télétravail, sédentarité...)

Paris sportif - Euro2024 :

L'EURO 2024 a été l'occasion à l'agence de faire ses pronostics pour un pari sportif grandeur nature. À l'aide d'une application, chaque employé a pu rentrer ses estimations en début de tournoi. Le gagnant a remporté un chèque cadeau de 50 euros chez Decathlon.

JUILLET

Interview de Jean-Christophe Marquestaut et sensibilisation au handisport : Jean-Christophe Marquestaut, élu au comité départemental handisport Loire et athlète handisport est venu nous raconter son parcours.

yoga



Manuela

"Un temps indispensable pour les petits bobos et se vider la tête !"

odyssée



Elodie

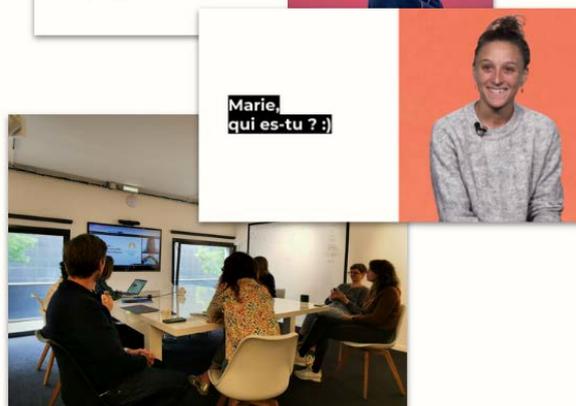
"C'était chouette de participer à une action collective pour soutenir la recherche"

fitness



Adeline

"Les cours de Lucile sont une formule ultra-dynamique pour bien booster le corps et le mental, une véritable récréation sportive pour se vider la tête et mettre ses muscles en marche dans la bonne humeur."



Nous nous sommes inspirés et formés



La RSE doit être partout, il faut que ça infuse le plus possible à l'agence. Nous pourrions ainsi nous construire notre propre culture RSE et qu'elle devienne une manière de faire complètement naturelle. Pour cela nous avons plusieurs moments de partage, entre rendez-vous réguliers et séminaires RSE agence.

1. Salut c'est good, la dose d'actualité durable et positive pour les collaborateurs

- 5 prises de paroles au total en 2023
- Pas d'outils de tracking mis en place en 2023
- Les seuls KPIs concernent le 2nd ciné dej



2. Séminaire Good

Nous avons organisé un séminaire «Good» pour utiliser notre temps collectif de manière constructive et inspirante. Ensemble, nous avons pris un moment pour analyser notre portefeuille client et réfléchir à des actions de communication positive qui créent de la valeur, en alignant nos initiatives avec nos engagements responsables et notre impact durable.

Le **GOOD** séminaire

8h45 : WELCOME
9h00 : BRIEFING

9h15 - 12h30 :
FRESQUE (la Halle)
ou
BRAINSTO/MERCATO
(Patio & Bateau)

12h30 - 14h30 : DEJ (la Halle)

14h30 - 17h45 :
FRESQUE (la Halle)
ou
BRAINSTO/MERCATO
(Patio & Bateau)

17h45 : DEBRIEF
18h00 : APÉRO

3. Police du wahsing

Nous avons mis en place une instance de validation interne pour s'assurer que nous ne faisons pas d'impairs. Nous l'avons, avec humour, nommé la " Police du Washing ". Ses membres valident l'ensemble des communications sur les thématiques engagées, les sujets sensibles et toutes les campagnes avec une grande visibilité médiatique.



Zoom sur “Salut C’est Good”, le média positif de Notchup



Julien
Planneur stratégique

Comment est né Salut c’est Good ?

Salut c’est Good, c’est d’abord une initiative de la team RSE avec l’idée de proposer des contenus inspirants pour tous les collaborateurs. Que ce soit des films, des podcasts, des magazines ou des expositions ... l’objectif était de créer des temps d’échanges qui puissent enrichir, divertir, et stimuler la curiosité de chacun.

Au fil du temps, une équipe dédiée a pris le relais. Notre ambition ? Proposer des contenus de façon trimestrielle autour d’une tendance de fond. On aborde des sujets qui résonnent dans notre quotidien, comme la mobilité douce, les nouvelles opportunités offertes par la mode, et bien d’autres à venir !

Pourquoi as-tu rejoint cette aventure ?

Pour moi, l’aventure Salut c’est Good, c’est avant tout une manière de proposer des contenus qui font du bien. Dans un monde où l’on est bombardé de messages, parfois anxiogènes, on voulait créer un espace où l’on puisse respirer un peu et se nourrir d’idées positives.

C’est pourquoi chaque jour, on s’interroge sur les tendances, les évolutions de la société, les nouveaux usages, ceux qui reviennent. Tous ces sujets influencent directement nos vies, et à travers Salut c’est Good, on souhaite les explorer d’une manière constructive et inspirante.

Qu’est-ce qui anime votre groupe de travail ?

Ce qui fait la force de la team Salut c’est Good, c’est avant tout la diversité des profils et des références. Chacun apporte son bagage culturel, ses idées, et partage librement ses ressentis.

Cette diversité nous permet de creuser des sujets sous différents angles, d’explorer des perspectives nouvelles et inattendues - et toujours de manière positive (c’est important). Personnellement, je trouve ça hyper enrichissant - cela permet de proposer des inspirations mais aussi des idées concrètes, applicables au quotidien.

Au fond, il y a une vraie volonté de transmettre quelque chose d’authentique, d’utile et porteur de sens.

Peux-tu nous en dire un peu plus sur les prochaines thématiques que vous envisagez ?

Plusieurs thématiques sont déjà en préparation, et nous avons hâte de les creuser. Ce que je peux vous dire c’est que certaines seront plus spécifiques à une génération, tandis que d’autres abordent des ressentis plus universels. Stay Tuned ;)

Nous nous sommes mis en marche pour que l'inclusivité devienne réalité



Chez Notchup, nous croyons fermement que la diversité et l'inclusivité sont des moteurs essentiels de créativité, d'innovation et de performance. Nous nous engageons à construire et maintenir un environnement de travail où chaque individu est valorisé, respecté et où toutes les voix sont entendues. Cette charte établit nos engagements et nos attentes en matière d'inclusivité au sein de notre agence.

Nos Engagements



1. Respect de la diversité

Nous nous engageons à respecter et célébrer la diversité sous toutes ses formes, y compris mais sans s'y limiter, les différences de genre, d'orientation sexuelle, d'origine ethnique, de nationalité, de religion, d'âge, de handicap et de parcours de vie.

2. Environnement inclusif

Nous veillerons à créer et maintenir un environnement de travail où chaque employé se sent inclus, valorisé et en sécurité pour exprimer ses idées et sa créativité.

3. Égalité des chances

Nous nous engageons à garantir l'égalité des chances dans tous les aspects de l'emploi, y compris le recrutement, la formation, la promotion et la rémunération, sans discrimination.

4. Formation et sensibilisation

Nous organiserons régulièrement des formations et des ateliers pour sensibiliser notre personnel aux enjeux de l'inclusivité et pour développer des compétences en communication interculturelle.

5. Communication respectueuse

Nous encourageons une communication ouverte, respectueuse et bienveillante entre tous les membres de notre agence, en veillant à ce que chaque voix soit écoutée et considérée.

6. Représentation inclusive dans nos créations

Nous nous engageons à promouvoir une représentation diversifiée et inclusive dans toutes nos créations publicitaires, en veillant à éviter les stéréotypes et à refléter la diversité de la société.



notchup 

Nos Attentes

1. Responsabilité individuelle et collective

Chaque membre de l'équipe Notchup est responsable de promouvoir et de maintenir un environnement inclusif et respectueux.

2. Intervention et soutien

Nous encourageons tous les employés à intervenir ou à signaler tout comportement discriminatoire, de harcèlement ou d'exclusion qu'ils pourraient observer ou expérimenter.

3. Collaboration et engagement

Nous attendons de tous nos salariés qu'ils collaborent activement aux initiatives de l'agence en faveur de l'inclusivité et qu'ils s'engagent dans un processus d'apprentissage et d'amélioration continue.



Conclusion

Chez Notchup, l'inclusivité n'est pas seulement un idéal ; c'est une pratique quotidienne qui enrichit notre travail et nos vies. En adhérant à cette charte, nous nous engageons collectivement à bâtir une agence où chacun peut s'épanouir et contribuer pleinement à notre succès commun.

Cette charte est un document vivant, sujet à être révisé et mis à jour pour refléter les changements dans notre agence et dans la société. Nous invitons tous les membres de notre communauté à participer activement à cette démarche inclusive. Un bilan des actions concrètes sera établi chaque année.

Nous avons été formé à la Fresque du Climat



Cet atelier immersif, conçu pour sensibiliser et engager nos équipes, combine pédagogie et co-création afin de décrypter les mécanismes complexes du changement climatique. Fondée sur les données rigoureuses du GIEC, cette expérience interactive repose sur un jeu de cartes collaboratif, permettant aux participants de visualiser les liens entre causes, impacts et solutions. À travers cette démarche participative, Notchup renforce ainsi sa responsabilité sociétale tout en dynamisant sa culture d'entreprise.

Pourquoi ?

Participer à cet atelier avec nos équipes, comme nous l'avons fait, offre plusieurs avantages :

- **Renforcer la sensibilisation** : Il permet à chacun de mieux appréhender les enjeux climatiques.
- **Créer un esprit d'équipe** : L'atelier favorise une collaboration constructive.
- **Stimuler une démarche RSE** : C'est une opportunité de mobiliser les collaborateurs autour de responsabilité sociétale et environnementale.
- **Passer à l'action** : L'atelier ouvre la voie à des actions concrètes pour une entreprise plus durable.



Fanny Duval

Nous avons eu le plaisir de participer à cet atelier avec **Fanny Duval**, ancienne professionnelle d'agence devenue experte en RSE et animatrice agréée de la Fresque du Climat. Sa pédagogie et son expertise ont permis de rendre cet atelier à la fois engageant et inspirant pour notre équipe.



Nous avons œuvré pour soutenir des associations et la création.



Le soutien aux associations a animé nos journées



En 2023, le monde associatif a rencontré quelques défis.

Cependant, au lieu de nous laisser décourager, nous avons décidé de redoubler d'efforts et de déborder d'idées inspirantes en vue de l'année à venir, 2024.

Nos initiatives

Parmi nos initiatives de 2023, nous avons récemment organisé une collecte de jouets au profit du Secours Populaire. Conscients de l'importance de la solidarité, nous nous sommes mobilisés pour apporter un peu de joie aux enfants dans le besoin. De plus, en Mars, nous avons mis en place un don de fromage également à destination du Secours Populaire, récolté après une séance photo pour l'un de nos clients.



Zoom sur la team association



Marine
Directrice artistique

Qu'est-ce qui t'a motivé à rejoindre ces groupes RSE en particulier ?

Mon engagement pour les causes sociales et environnementales remonte à mon adolescence, où j'ai activement participé à diverses actions associatives. Ces expériences m'ont permis de développer un fort sens de la responsabilité sociale. De plus, j'ai eu la chance de réaliser un voyage humanitaire dans des bidonvilles au Mexique, où j'ai pu observer de près les défis auxquels font face certaines communautés. Cette expérience marquante m'a profondément sensibilisé aux inégalités sociales et à l'importance d'agir de manière responsable en tant qu'individu et en entreprise. C'est ce qui m'a naturellement poussé à rejoindre ce groupe RSE, où je peux mettre mes convictions et mon expérience au service d'initiatives qui font la différence.

Quels ont été le plus gros défi en 2023 et 2024 pour les groupes ?

En 2023 et 2024, un des plus gros défis pour notre groupe a été de trouver des associations qui acceptent des missions bénévoles sur une seule journée. Nous avons à cœur que tous nos collaborateurs puissent réaliser cette journée de bénévolat. Beaucoup d'associations recherchent des bénévoles récurrents, ce qui est tout à fait

compréhensible, car cela leur permet de mieux planifier leurs actions et d'assurer une continuité dans l'aide apportée. Cependant, il devient de plus en plus difficile de trouver des structures qui acceptent des engagements ponctuels, comme une journée de bénévolat, ce qui peut freiner certaines bonnes volontés. Trouver le bon équilibre entre la flexibilité et la constance est un vrai défi pour les groupes engagés dans des projets à impact social.

Quels sont tes souvenirs les plus forts ?

Un de mes souvenirs les plus marquants a été ma journée de bénévolat au sein de Tinhi Kmou avec mes collaborateurs. Même si la tâche était difficile, ce qui m'a le plus marqué, c'est la richesse des échanges avec les personnes sur place. Rencontrer des gens qui, malgré leurs difficultés, donnent de tout leur cœur et partagent ce qu'ils ont, même si c'est peu, m'a profondément touché. Cette expérience m'a rendu humble et m'a rappelé l'importance de la solidarité et du partage.

Quels conseils donnerais-tu à quelqu'un qui souhaite monter un groupe Association et Bénévolat dans son entreprise ?

Je lui conseillerais d'abord de bien impliquer les collaborateurs dans le choix des projets et des associations, les encourager à partager leurs expériences, et valoriser l'impact des actions menées. Ça permet, à mon sens, de maintenir l'engagement sur le long terme.



Soutien aux artistes et talents locaux

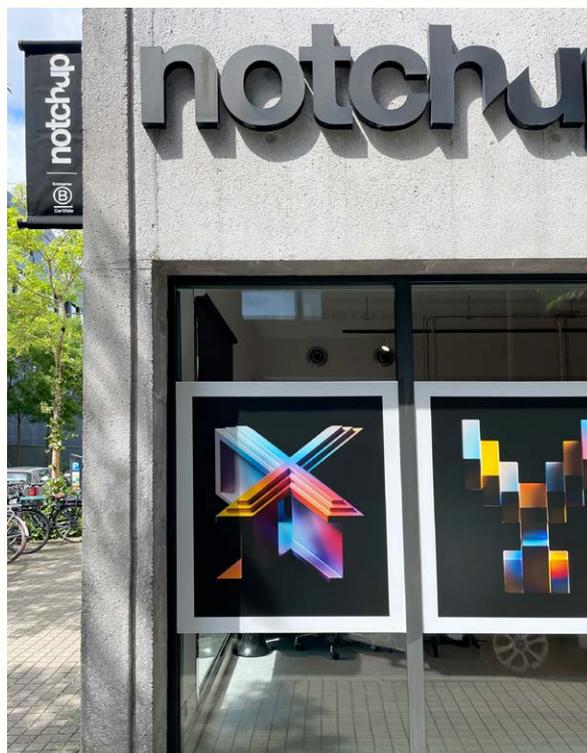


VITRINES

Dans le cadre de sa réflexion sur ses engagements sociétaux, l'agence Notchup a initié en 2021 un projet d'envergure visant à offrir aux jeunes artistes une surface d'expression artistique et une visibilité grand public. Avec VITRINES, l'idée est de mettre les locaux de l'agence à disposition des artistes et de construire avec eux une exposition temporaire. Une manière pour l'agence de soutenir la création : faire émerger des talents locaux, rendre l'art accessible au plus grand nombre en l'invitant dans la ville et participer à l'embellissement de l'espace urbain.

Vitrine est une fenêtre ouverte sur la créativité. Parce qu'elle est notre matière première et que nous collaborons régulièrement avec des artistes (photographes, graphistes, typographes...) pour produire nos campagnes, nous avons eu envie de mettre en avant de jeunes talents ! Des artistes qui posent un regard singulier et ouvert sur le monde. Cette diversité, cette richesse, nous la cultivons comme un bien précieux, l'incarnation de notre esprit d'ouverture. " précise Philippe Robin, Co-Président et Directeur de Création de Notchup.

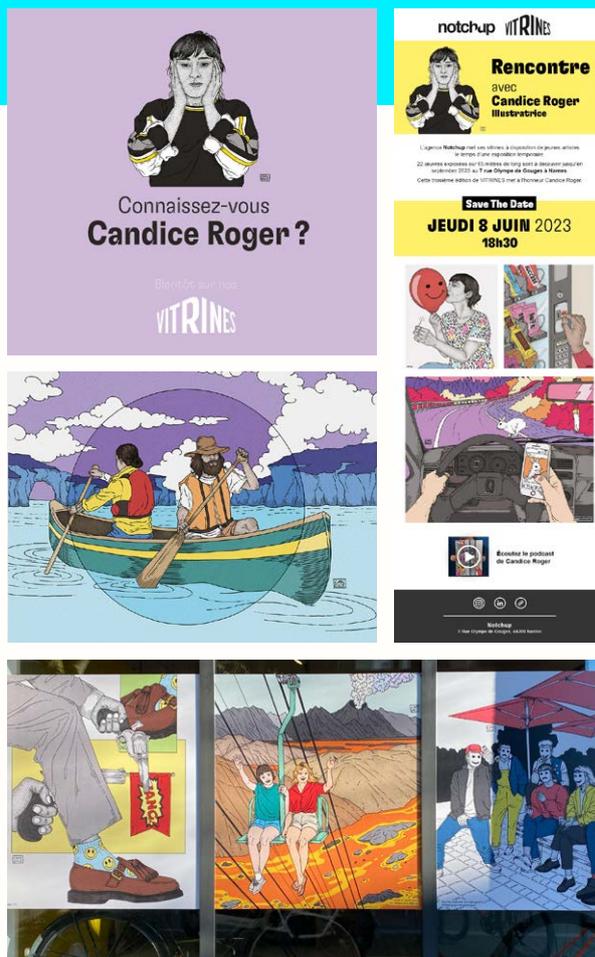
Pour sélectionner les artistes mis en avant, un comité Vitrites composé de plusieurs collaborateurs se réunit. Chaque collaborateur présente alors son coup de cœur (dans le respect des critères de sélection). Un top 3 est alors décidé collégialement. Ce trio d'artistes est ensuite soumis au vote de tous les collaborateurs de l'agence qui élisent l'artiste qui se verra confier les vitrines de l'agence.



Vitrines

VITRINES #3 Candice Roger

Artiste autodidacte de 32 ans. Candice Roger a étudié plusieurs années le marché de l'art à Bordeaux, elle décide de s'orienter vers la pratique plutôt que la théorie et revient à ses origines : le dessin. Influencée par la bande dessinée, les films d'horreur ou encore le surréalisme, elle met en scène des situations souvent absurdes qui tendent à solliciter l'imaginaire du spectateur. C'est avec seulement un crayon noir et quelques touches de couleur qu'elle tente de rendre compte d'une histoire ou d'une simple pensée. Ses illustrations sont teintées d'humour noir et de cynisme, les fils conducteurs de son travail. Candice expose régulièrement tout en intervenant auprès de différents magazines en tant qu'illustratrice : Socialter, Science et vie junior, Revue 303... mais aussi désormais pour l'enseigne numéro 1 des restaurants italiens et pizzerias en France, Del Arte, client de l'agence Notchup qui a orchestré cette collaboration artistique.



VITRINES #4 Julien Brisson

Derrière Plasticbionic se cache Julien Brisson, Directeur Artistique et illustrateur 3D nantais. Créatif, sa marque de fabrique est un travail en 3D unique et esthétique, né de la fusion entre l'art et le design. Textures, lumières, typographies sont alors autant d'outils qui lui permettent de surprendre, intriguer et brouiller les pistes entre réel et numérique. Pour les vitrines de Notchup, Il nous présente ses sculptures typographiques et créations exclusives issues du projet 36daysoftype.



Pro Bono

Love sHELLter

Tous les étés, la SPA se retrouve confrontée à des vagues d'abandons d'animaux, rendant la situation dans ses refuges intenable face au contexte économique.

Face à ça, Notchup a conçu de manière proactive et bénévole une campagne événement afin de sensibiliser autour de cette cause. L'idée : faire un maximum de bruit en s'invitant là où on ne nous attend pas, au HellFest ! Résultat, en juin 2023, Le Love sHELLter - un refuge d'un tout nouveau genre - voit le jour !

Clip de lancement avec le groupe Ultra Vomit, identité et scénographie du stand, goodies exclusifs, animations et tenue du refuge pendant 5 jours de festival... C'est l'ensemble de l'agence qui a mis la main à la patte pour concevoir une très belle campagne de visibilité aux côtés de la SPA pour une cause qui nous tient particulièrement à cœur 🐰 🐾 🐾

Une opération renouvelée dès 2024 avec une chanson exclusive - interprétée par Didier Wampas, une nouvelle identité et une Tomb'hella collector imaginées par l'équipe qui permettront de récolter l'équivalent de 300 000 repas pour les animaux de refuges !



Un clip reveal avec le groupe Ultra Vomit

Cliquez sur la vidéo pour écouter le morceau inédit composé par Ultra Vomit pour la SPA !



Un véritable temps fort riche en émotion pour les équipes de l'agence et de la SPA



ON SE DONNE RENDEZ-VOUS EN 2025 POUR LA 3^{ÈME} ÉDITION

Et après ?





En marche vers la re-certification B Corp

Depuis trois ans, Notchup s'engage activement au sein de la communauté B Corp. En cette fin d'année 2024, nous entamons le processus de recertification avec l'objectif de soumettre notre dossier en janvier 2025.

Ces trois années de progrès constants ont été l'occasion d'améliorer et de faire évoluer nos pratiques. Aujourd'hui, la recertification représente une étape clé pour valoriser et mesurer les résultats concrets de ces efforts. Consacrer ces mois au processus de recertification et à l'analyse approfondie du BIA nous offre un temps de réflexion, pour nous assurer que nous avons maintenu notre cap tout en constatant les avancées réalisées. Cette étape est également l'opportunité de formaliser notre parcours en documents concrets qui témoignent de notre engagement et de la maturité de notre démarche. Avec cette recertification, nous aspirons à inspirer non seulement d'autres agences, mais également l'ensemble des acteurs de la communication, en démontrant que l'évolution continue vers plus de responsabilité est possible !



**Vous souhaitez échanger
avec nous ou mettre
en place des projets ?
N'hésitez pas à nous
contacter.**

Contact

teamrse@notchup.fr

notchup

Entreprise



Certifiée