

WE DESIGN BRAND ODYSSEYS

LONSDALE



Créée en 1961, Lonsdale est une agence leader du branding et design, que j'ai reprise en 2007 et qui accompagne toutes les marques – entreprises et institutions, produits et services, lieux et enseignes – dans la définition de leur singularité et active avec elles des expériences omnicanales cohérentes et performantes.

Agence indépendante de 250 talents, Lonsdale accompagne plus de 200 marques de tous secteurs - grands groupes internationaux et nationaux, PME et start-ups, en Europe, au Moyen-Orient et en Asie.

Or nous le savons, les marques sont vectrices de transformation. De plus en plus, à ce titre, elles sont attendues pour leur contribution à une société plus inclusive, plus équitable et plus durable. En tant qu'agence experte des marques et du design, nous sommes

bien placés pour les accompagner à concevoir de nouveaux imaginaires et les incarner de manière tangible.

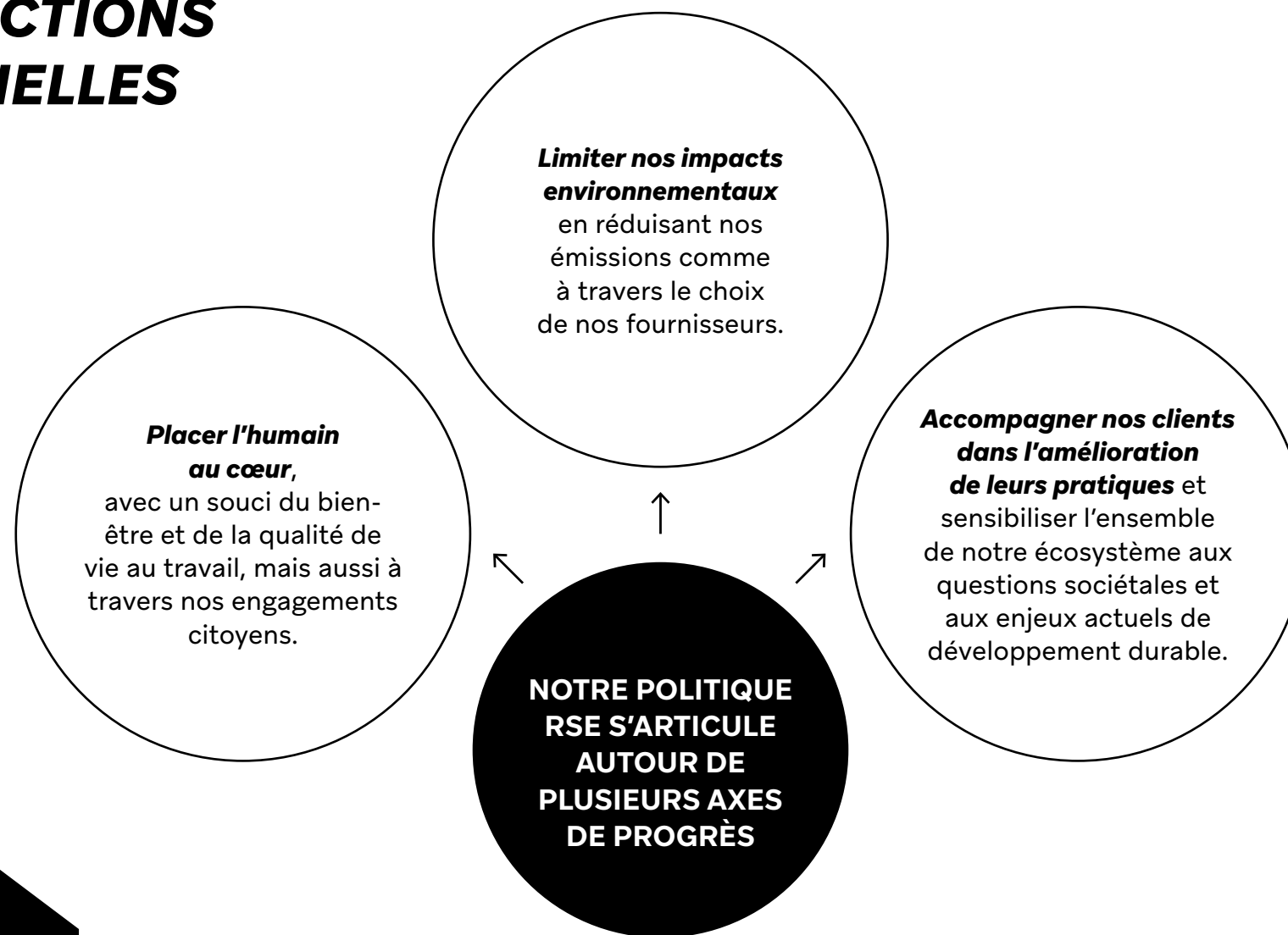
A notre échelle, nous les aidons à faire mieux et veillons à améliorer nos propres pratiques, internes et externes. Nous sommes convaincus que les solutions ne peuvent être que collectives et que les entreprises, dont Lonsdale, ont un rôle important à jouer face à l'urgence environnementale et aux défis sociétaux. C'est le sens de notre adhésion au Pacte Mondial de l'ONU depuis 2020, qui guide nos actions en termes de RSE et nous engage dans une démarche de progrès continu. Ce rapport permet de prendre la mesure des bonnes pratiques déjà mises en place et du chemin qu'il reste à parcourir.

Frédéric Messian, Président

MUTUALISER NOS ACTIONS À DIFFÉRENTES ÉCHELLES

Notre rapport RSE permet de mesurer les bonnes pratiques déjà mises en place et de partager une image à date des avancées. Il nous montre aussi le chemin qu'il reste à parcourir et nous permet de **fixer les objectifs d'une démarche ambitieuse**.

Pour valider cette approche, nous nous sommes soumis à plusieurs évaluations.



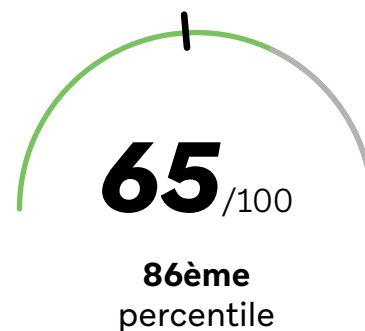
UNE DEMARCHE RECONNUE

La plateforme internationale EcoVadis évalue les entreprises sur leur **performance environnementale et leur responsabilité sociale d'entreprise** (RSE), selon 4 thèmes : environnement, conditions de travail, éthique des affaires, chaîne d'approvisionnement.

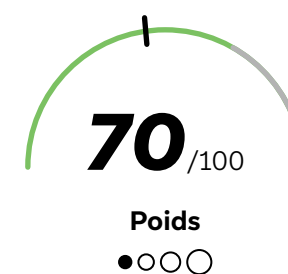
Nos efforts en termes de performances environnementales, sociales et éthique ont été reconnus par EcoVadis, qui nous a attribué le **niveau « Argent » en 2023**, score qui distingue le top 15% des entreprises évaluées.



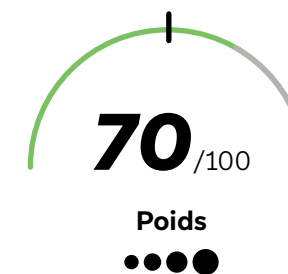
SCORE GLOBAL



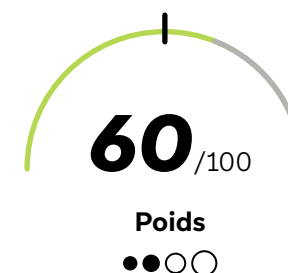
ENVIRONNEMENT



SOCIAL & DROITS DE L'HOMME



ÉTHIQUE



ACHATS RESPONSABLES



Performance en matière de RSE : ● Insuffisante ● Partielle ● Adaptée ● Avancé ● Excellente — Score moyen du secteur d'activité

HUMAIN

Parce que dans nos métiers de création, la place de l'humain est centrale, nous avons toujours cultivé naturellement des valeurs de bienveillance, de solidarité et d'entraide.

En tant qu'employeur nous considérons comme essentiel d'offrir à nos collaborateurs un environnement de travail stimulant et épanouissant, et une culture de confiance dans laquelle l'égalité des chances, le respect de leur vie privée et leur bien-être prédominent.



ÊTRE À L'ÉCOUTE POUR RENFORCER L'ENGAGEMENT

Tous les ans, depuis 2017, nous mesurons la réalité de nos valeurs phares que sont la **bienveillance** et le **respect** à travers des enquêtes anonymes auprès de chaque collaborateur. Ce qui nous permet de réfléchir à des points d'amélioration, de corriger certaines pratiques ou de mettre en place des points de vigilance pour obtenir, chaque année, **des résultats toujours plus encourageants.**



89%

des participants affirment pouvoir compter sur l'aide de leurs collègues et d'autres membres du personnel.

84%

des personnes interrogées expriment ressentir de la confiance de la part de leur manager et pouvoir travailler correctement, sans contrôle constant.

80%

des collaborateurs jugent que « dans l'ensemble, Lonsdale est une entreprise dans laquelle il fait bon travailler ».

82%

des salariés estiment que l'atmosphère de travail à l'agence est plaisante.



*Selon l'enquête Trust Index - Great Place To Work 2023 et sur une base de 84% de participation, soit 179 répondants.

OFFRIR À CHACUN LES MÊMES OPPORTUNITÉS D'ÉVOLUTION



NOUS MESURONS CHAQUE ANNÉE NOTRE INDEX D'ÉGALITÉ HOMMES-FEMMES

Notre **index d'égalité Femmes/Hommes calculé en 2023 conformément à la loi Avenir Professionnel, est de 95/100**, preuve de notre engagement en faveur de l'égalité professionnelle.

Nous vérifions la **parité** représentative au sein du comité des managers et du comex et nous sommes extrêmement vigilants quant à la **répartition des embauches** féminines et masculines pour atteindre une plus **grande mixité**, y compris dans notre équipe de direction.

NOUS PENSONS QUE LE TALENT N'A PAS DE DATE D'EXPIRATION

Tout comme la valeur n'attend pas le nombre des années. Chez nous **l'âge n'est pas un facteur de recrutement ou de licenciement**. Nous sommes et serons toujours **plus sensibles à l'expertise et à la créativité** qu'à une date de naissance sur un CV.

2023 :

94%

des collaborateurs affirment être traités équitablement quel que soit leur genre¹.

4 femmes et 3 hommes au Comité de Direction.

49% d'hommes et 52% de femmes managers.

43% d'hommes et 57% de femmes au CoDir.

39 ans et demi est la moyenne d'âge au sein de l'agence.

¹ : Selon l'enquête Trust Index - Great Place To Work 2023 et sur une base de 84% de participation, soit 179 répondants.
² : Selon nos données internes.



RESPECTER ET VALORISER CHAQUE INDIVIDU SANS EXCEPTION

TOUTES NOS ANNONCES SONT ÉVIDEMMENT NON GENRÉES.

Elles sont accompagnées du texte suivant : « l'entreprise valorise la diversité des personnes qu'elle embauche en favorisant un environnement de travail dont **les différences individuelles sont reconnues, appréciées, respectées et valorisées** de façon à développer le plein potentiel de chacun ». Dès le premier contact avec les candidats nous affichons ainsi nos valeurs.

NOUS VEILLONS À CE QUE LA BIENVEILLANCE SOIT UNE RÉALITÉ AU SEIN DE L'AGENCE.

Nous sommes convaincus que la singularité de chacun est une richesse pour les métiers de la création comme les nôtres. Aussi nous créons les conditions pour permettre à chaque collaborateur **d'être elle ou lui-même quel que soit son âge, son sexe, son identité de genre ou encore son orientation sexuelle.**

NOUS LUTTONS CONTRE LES DISCRIMINATIONS

Afin de nous préserver autant que possible des risques de harcèlement sexuel et des comportements sexistes, nous avons organisé une **formation auprès des managers** en 2023. Un **référént anti-harcèlement** a également été nommé au sein du CSE. Nous travaillons actuellement sur une campagne d'affichage interne pour interpellier nos collaborateurs sur les propos qui relèvent du sexisme, de l'homophobie, et du racisme.

2023 :

98%

des collaborateurs affirment être traités équitablement quelles que soient leurs orientations sexuelles¹.

30

managers ont été formés sur le sujet des agissements sexistes².

93%

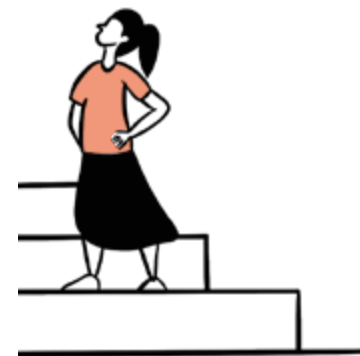
des collaborateurs affirment être traités équitablement quelle que soit leur origine ethnique¹.

35h

Environ 35 heures de formation sur le sujet des comportements sexistes².

87%

des personnes interrogées estiment être traitées comme un membre de l'entreprise à part entière quelle que soit leur fonction¹.



1 : Selon l'enquête Trust Index - Great Place To Work 2023 et sur une base de 84% de participation, soit 179 répondants. 2 : Selon nos données internes.

ASSURER LA SANTÉ DES LONSDALIENS EST UNE DE NOS RESPONSABILITÉS

Nous prenons en charge **85% des frais de la mutuelle et 100% de la prévoyance** afin que celle-ci ne coûte rien à nos salariés. Nous avons également choisi d'adhérer au service Angel du groupe AXA pour que chaque collaborateur, puisse gratuitement tchatter, obtenir un entretien téléphonique ou une téléconsultation avec un médecin 7J/7 et 24h/24.

Tous les Lonsdaliens qui adhèrent à la mutuelle ont automatiquement accès au service en ligne **My EasySanté**. Cette plateforme propose des coachings de remise en forme, des conseils en nutrition, des vidéos et une foule de petits modules pour prendre soin de soi au travail et au quotidien.

Afin de prévenir les mauvaises postures responsables de nombreux troubles musculo-squelettiques, **nous investissons dans des équipements complémentaires** (fauteuils ergonomiques, repose-pieds réglables, 2^{ème} écran pour les ordinateurs portables...) et nous informons nos collaborateurs sur les **bonnes pratiques à adopter** (hauteur du siège, temps passé sur les écrans, bienfaits de la pause...).

100%

Nous prenons en charge 85% des frais de la mutuelle et 100% de la prévoyance.



SE SENTIR BIEN INDIVIDUELLEMENT PARTICIPE À LA RÉUSSITE DE TOUS



Nous pratiquons le télétravail sur un mode hybride classique de **3 jours de présentiel et 2 jours à distance** pour l'ensemble de nos salariés (managers également). Après la période de confinement nous avons défini une **charte pour poser un cadre**, assurer la sécurité informatique et la confidentialité des données.

Nous sommes également des adeptes du **flex office**. Nous pensons que pouvoir s'installer dans l'environnement désiré permet de **développer**

les synergies, d'impulser de nouvelles idées et de participer au plaisir dans le travail. Nous facilitons aussi le travail à temps partiel lorsqu'il est nécessaire pour les cadres et les non-cadres.

Par l'intermédiaire des services de la **Conciergerie Quatre Épingles**, nous allégeons les contraintes personnelles de nos collaborateurs en leur donnant accès à des commerçants et des services sans contrainte de déplacement et de temps.

Enfin pour permettre aux jeunes parents de trouver une place de crèche proche de leur domicile et simplifier leur quotidien, depuis septembre 2018, **nous disposons de 3 places en partenariat avec Crèches de France**, l'opérateur de crèches privées détenteur de l'un des plus importants réseaux de crèches en Île-de-France.

CRÉER DES LIENS POUR RETROUVER LE PLAISIR DE TRAVAILLER ENSEMBLE



DÈS LE PETIT-DÉJEUNER

Tous les jours, dès 8h30, Le Club, notre espace de convivialité et de coworking **offre le petit-déjeuner**. Chacun peut ainsi prendre un café (en grains), se préparer quelques tartines tout en tissant des liens avec des personnes qu'il ne côtoie pas forcément.

AVEC LES SOIRÉES AGENCE ET LE CRÉATIVE SHOW

Parce que l'esprit d'équipe se cultive, les soirées agence offrent à nos collaborateurs **l'occasion**

d'échanger et de célébrer ensemble les succès, pour enrichir la culture commune.

Chaque année, le Créative Show organisé par les Directeurs de Création de l'agence **célèbre la créativité made in Lonsdale**. Ce rendez-vous festif **met sous le feu des projecteurs le talent des collaborateurs**, la qualité du travail réalisé, la diversité des projets et des clients et crée un **très fort sentiment d'appartenance et de fierté**.

AVEC L'INTERNATIONAL EXCHANGE PROGRAM

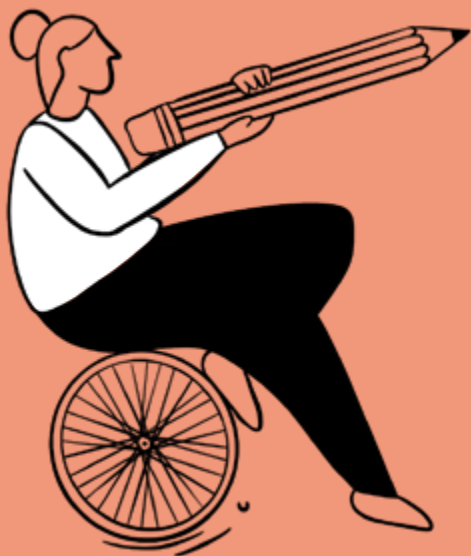
Nous offrons aux collaborateurs qui le souhaitent et en fonction des opportunités, la possibilité de réaliser des **échanges internationaux entre nos bureaux de Paris et Singapour**, voire avec nos partenaires. En 2023, deux collaboratrices de Singapour sont ainsi venues travailler un mois depuis le bureau de Paris, pour croiser les regards et nourrir l'inspiration.



PRIORISER LE BIEN-ÊTRE DE NOS COLLABORATEURS



Après Paris en 2022/2023, notre agence à Singapour a obtenu le Label Great Place To Work® 2023/2024, témoignant ainsi de la qualité de l'expérience collaborateur.



93%

des répondants estiment que le management gère l'entreprise de façon honnête et en respectant des règles éthiques.

95%

des salariés estiment être traités comme un membre à part entière quelle que soit leur fonction dans l'entreprise.

78%

des collaborateurs jugent que « dans l'ensemble, Lonsdale est une entreprise dans laquelle il fait bon travailler ».

83%

des collaborateurs affirment pouvoir compter sur l'aide de leurs collègues et d'autres membres du personnel.

INSTAURER UNE DYNAMIQUE SOCIALE EXEMPLAIRE

LE CSE

Suite à l'**élection du CSE en 2021**, le dialogue social au sein de l'agence s'est renforcé et un référent anti-harcèlement a été nommé. Les nombreux échanges sur les sujets financiers, la stratégie RH, la santé et les conditions de travail ont débouché sur toute une série d'accords collectifs comme la prime de partage de la valeur, mise en place en 2023.

Sur ce sujet, les membres du CSE nous ont challengé pour nous amener à revoir les montants de la prime afin d'en augmenter le nombre de bénéficiaires. Nous avons beaucoup échangé et ces nombreuses discussions nous ont permis de **trouver collectivement une solution satisfaisante pour toutes les parties prenantes**.



0,4%

Le budget du CSE est équivalent à 0,4% de la masse salariale brute.

« Notre volonté est de garantir le bien-être et la sécurité de tous sur le lieu de travail. Dans ce sens, nous considérons que des échanges fluides et constructifs entre les salariés et la direction est un critère essentiel à la santé de notre entreprise. Nous avons encore des objectifs à atteindre mais nous sommes fiers d'y contribuer ! »

Team CSE Lonsdale

PARTAGER NOS EXPERTISES POUR FAIRE BOUGER LES LIGNES



Pour la 3^e année consécutive, en partenariat avec l'Union des Marques, **nous animons un parcours micro certifié sur le branding et le design** dans le cadre de leur Brand Academy.

Ce programme de 4 sessions animées par nos experts aborde **la stratégie de la marque, le design, le packaging, le retail et la créativité**. Pour notre plus grand plaisir, ce partenariat est déjà reconduit pour 2024.



Athénaïs Rigault,
Union des Marques,
Directrice Academy & Programmes

« **Le bon équilibre entre la méthodologie claire et structurée, les exemples concrets et l'interaction est particulièrement apprécié. L'expertise des intervenants et leur capacité à adapter leur discours aux différents profils d'annonceurs de l'Union des Marques permettent à l'ensemble des participants de monter en compétences dans ce domaine.** »

**+
de 80**

personnes déjà formées par nos collaborateurs dans le cadre de la Brand Academy (dont des collaborateurs de Fnac-Darty, Michelin, Axa France, Engie, Upsa ou encore Bouygues Télécom).

**+
de 25h**

de formation dispensées dans le cadre de la Brand Academy.

PRIVILÉGIER LA MOBILITÉ INTERNE LORSQUE C'EST POSSIBLE

Notre conviction est que **chacun doit être expert de son sujet** et que l'on peut difficilement être très bon partout. On ne peut pas être un grand expert du retail et en même temps un grand spécialiste du corporate.

Toutefois, chaque fois que cela est possible, **nous préférons une montée en compétences à un recrutement extérieur.**

Notre traffic manager actuelle, notre directrice des talents, le dirigeant de notre filiale audiovisuelle MakeMyDay, la responsable de notre studio digital sont les preuves que **la mobilité interne est bien réelle au sein de l'agence.**



Sandrine Veillet,
Traffic Manager
Pôle Corporate Lonsdale

« Après 12 ans de direction artistique au sein de Lonsdale, l'agence m'a donné l'occasion de prendre le poste de Creative Traffic Manager. Entre achat d'art et planning créatif, j'acquière pleins de nouvelles compétences et je fais de très jolies rencontres. Créatifs, consultants, illustrateurs, photographes, et même financiers. Je reste dans mon monde d'avant, mais avec une vision différente ! »

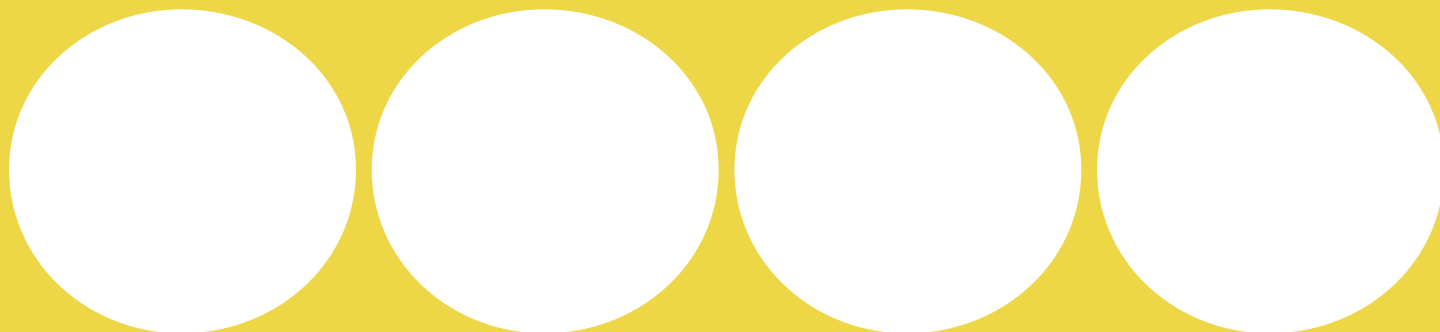


37%

des salarié.e.s ont bénéficié d'une promotion (salaire/et/ou titre) durant les 12 derniers mois.

ENVI- RONNEMENT

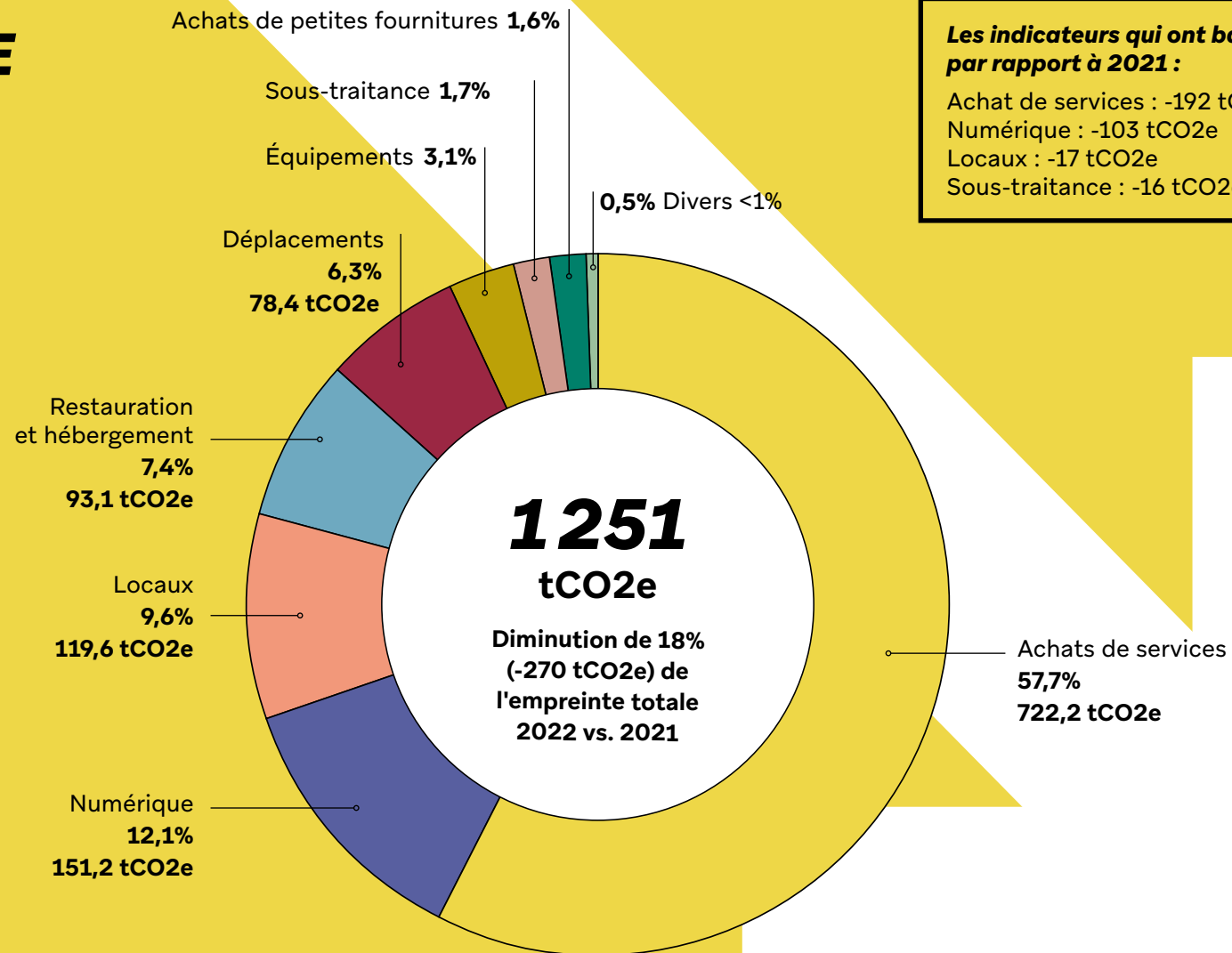
C'est par l'accompagnement de nos clients que nous pouvons véritablement insuffler une transition écologique et sociétale du secteur. Les aider à générer des services et des produits plus vertueux et plus solidaires est notre levier le plus puissant. Toutefois nous considérons qu'il est essentiel de minimiser l'impact de nos propres activités en diminuant nos émissions carbone, en valorisant nos déchets et en impulsant des comportements responsables.



OPTIMISER NOTRE IMPACT CARBONE



Nous avons réalisé en juin 2023 le Bilan Carbone® 2022 de Lonsdale pour mesurer l'ensemble des émissions physiquement nécessaires à l'activité de l'entreprise, incluant ses activités amont (approvisionnement, fret, etc.), de production et aval (distribution, utilisation des produits vendus, etc.). Le Bilan Carbone® est une méthode de comptabilité carbone créée en France en 2004 par l'ADEME et maintenant portée par l'Association Bilan Carbone (ABC).



Les indicateurs qui ont baissé par rapport à 2021 :

Achat de services : -192 tCO2e
Numérique : -103 tCO2e
Locaux : -17 tCO2e
Sous-traitance : -16 tCO2e

FAIRE DE NOS TALENTS LES MEILLEURS AMBASSADEURS DE LA TRANSITION

La préservation de l'environnement est un axe majeur de notre politique RSE. Avec le programme Mieux-Mieux **nous partageons entre nous, les conseils, les bonnes pratiques, les bonnes adresses pour réduire notre impact au quotidien.** La sensibilisation par la formation et la pratique permet de s'approprier les sujets.

20

membres de l'équipe corporate ont assisté à une formation « Climat et communication responsable » organisée par la Fresque du Climat.



45

collaborateurs ont déjà participé à l'atelier 2 Tonnes.



ŒUVRER EN INTERNE POUR RÉDUIRE NOS DÉCHETS

DEPUIS 2019, NOUS AVONS BEAUCOUP TRAVAILLÉ SUR NOS DÉCHETS

Nous nous sommes rapprochés de prestataires de recyclage tels que **Paprec** pour les papiers et les cartons, **TerraCycle** pour les fournitures de bureau et dernièrement **Cy-clope** pour les mégots de cigarettes. Les toners et consommables de nos imprimantes, quant à eux, sont recyclés par notre prestataire.



ZÉRO PLASTIQUE

Nous avons **supprimé les produits en plastique à usage unique** et distribué à nos collaborateurs un mug et une gourde Gobi fabriquée dans le Val-de-Marne et assemblée par des membres d'un ESAT, éco-conçue et sans BPA.

Parallèlement nous avons installé des **fontaines à eau** et fait le choix du café à grains pour éviter les capsules et **limiter nos emballages**.



2022*

chiffres clés Cy-Clope :

1,87 Km

de mégots collectés,
soit 18,70 Kg.

37400 m³

d'eau préservés.

7,5 Kg

d'énergie fossile économisée.

*En 2022, selon le suivi
de collectes Cy-Clope.

ENCOURAGER LES MOBILITÉS DOUCES AU SEIN DE L'AGENCE

Nous avons installé **3 bornes de recharge électrique** et avons mis en place le **forfait mobilité durable**, pour soutenir les collaborateurs qui souhaitent emprunter des moyens de mobilité décarbonée pour leurs trajets travail-domicile. Ils perçoivent un **forfait d'environ 40 euros par mois**.

La mobilité douce en chiffres* :

13 %

En 2022, 13 % des trajets domicile-travail des salariés sont réalisés en vélo ou vélo électrique. Soit + 4,8 % en 1 an.

48 %

des trajets domicile-travail des salariés effectués en voiture sont réalisés en co-voiturage.

*Selon notre bilan carbone 2022 réalisé par la plateforme Sami.



Sandy Lasry,
Strategic Planner
Lonsdale

« Le fait que l'agence soutienne et récompense la mobilité douce est un vrai plus, c'est la raison pour laquelle j'ai sauté le pas. Et depuis que je viens à vélo au bureau, je gagne du temps et de l'énergie pour mieux démarrer la journée. En résumé, c'est du CO2 en moins et des points de vie en plus (même si oui, c'est quand même moins fun quand il pleut). »

PROMOUVOIR DES PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES RESPONSABLES

Afin d'améliorer collectivement la pratique de nos métiers, **MakeMyDay by Lonsdale**, la maison de production audiovisuelle de l'agence, **a rejoint le groupe de travail interdisciplinaire Ecoprod.**

Ce collectif s'engage à l'exemplarité dans ses méthodes de travail et de création afin de parvenir à **proposer des productions zéro carbone.** Limitation des déplacements, lieux de tournages uniques, mise

en place du tri sélectif et réemploi des décors sont autant de mesures qui font désormais partie du cahier des charges de chaque création audiovisuelle.



Sébastien Bouyges,
Business Director
MakeMyDay by Lonsdale

« Adhérent d'Ecoprod, MakeMyDay agit pour des productions audiovisuelles respectueuses de l'environnement et plus responsables. Pionnier dans notre secteur, nous faisons appel à des chargés de production formés à l'ecoproduction (Label Afnor) et des compensations carbone avec Carbonapp (Label Bas-carbone). »

ACTION

PROMOUVOIR UN NUMÉRIQUE PLUS RESPONSABLE

Dans un contexte d'accélération de la pollution numérique, nous réfléchissons à limiter notre impact dans une dynamique de décarbonation dans la façon d'accompagner nos clients tout en leur proposant des solutions qui s'adaptent à leur organisation et process internes.

NOS OUTILS

Nous utilisons les plateformes de pilotage de projet **Teamwork et Figma** afin de limiter le nombre de mails et d'envoi de pièces jointes, tout en fluidifiant le suivi du projet et le workflow créatif, à la fois pour nos clients et pour l'agence.

teamwork.



NOTRE DÉMARCHE

Dès la conception des supports print ou digitaux, **nous intégrons les bonnes pratiques permettant de limiter leur impact environnemental**, aussi bien au moment de leur production que de leur usage.

green IT .fr

eco Index

EcoGrader

NOS CERTIFICATIONS

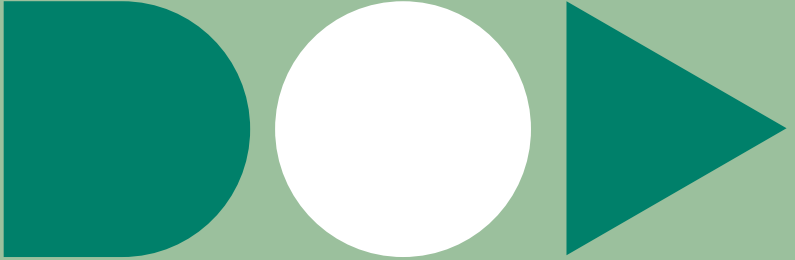
Nous sommes **certifiés ISO 27001**, ce qui atteste que nous avons mis en place un système de management de la sécurité de l'information efficace pour identifier les cyber-menaces, maîtriser les risques associés aux informations cruciales des organisations et mettre en place les mesures de protection appropriées afin d'assurer la confidentialité, la disponibilité et l'intégrité de l'information pour nous et nos clients. Nous sommes également **formés aux méthodologies Access 42**, pour intégrer les enjeux d'accessibilité à l'ensemble de nos projets numériques.



BUREAU
VERITAS



Access42



DO ▶ FOURNIS- SEURS



Segmentation, individualisation et exemplarité sont les trois maîtres mots qui caractérisent nos relations avec nos fournisseurs. Nous partons du principe intangible qu'une entreprise unipersonnelle ne doit pas avoir les mêmes obligations administratives qu'une PME plus structurée. Toutefois en tant qu'agence partenaire nous avons un devoir d'exemplarité en ce qui concerne la fluidité et la transparence de nos échanges. Et même si nous sommes très exigeants sur l'éthique et que nous encourageons tous ceux qui le peuvent à entreprendre un bilan carbone, leur talent demeure notre critère de référencement prioritaire.

EXIGER DES COMPORTEMENTS ÉTHIQUES

Au sein de Lonsdale, nous sommes intransigeants face à toute forme de corruption ou de fraude. Pour cela, nous avons mis en place différentes actions :

- Un code de conduite pour nos employés.

Ce document est intégralement consultable sur notre site : www.lonsdale.fr

- Une adresse de signalement permettant de signaler les éventuels comportements inadéquats et de les prendre en charge.

- La formation régulière de nos managers aux bonnes pratiques afin de reconnaître les principes de corruption, ceux du trafic d'influence et les sanctions encourues.

15

managers formés
aux comportements
éthiques.

15h

de formation.



Code de
conduite

CULTIVER DES RAPPORTS DE CONFIANCE ET DE RESPECT MUTUEL



*Frédéric Messian,
Président*

Lors de la présidence de Frédéric Messian à l'Association des Agences de Design, nous avons initié le Livre blanc de l'ADC. Ce guide, réalisé en partenariat avec l'Union des Marques, énonce les principes essentiels pour établir durablement **une relation de confiance et d'efficacité entre l'annonceur et l'agence conseil en design.**

Nous adhérons également à la Charte de La Belle Compétition pour promouvoir les bonnes pratiques dans la mise en œuvre de projets de design, assurant que **transparence, responsabilité et sincérité** prévaudront dans les processus d'appel d'offres.



METTRE EN PLACE UNE POLITIQUE D'ACHATS RESPONSABLES

Depuis 2020, notre agence a **renforcé son engagement environnemental** en associant les fournisseurs à une **Charte des achats responsables**. Cette charte, partagée en interne via notre Workplace et sur notre site internet, s'adresse principalement aux managers effectuant des commandes.



Charte
des achats
responsables

PENSER À L'ÉCO-CONCEPTION DÈS LE RÉFÉRENCEMENT DE NOS FOURNISSEURS

Parce que **le rôle de notre activité Retail et Architecture est de désigner des lieux, d'imaginer de nouvelles expériences**, nous pensons qu'il est également de notre responsabilité d'éco-concevoir ces espaces, de limiter leurs impacts et de proposer des solutions en lien avec nos valeurs.

C'est la raison pour laquelle, nous avons créé **une matériauthèque**

éco-responsable et que nous référençons des fournisseurs conformes à notre cahier des charges.

Nous classifions en permanence les matériaux selon différents critères tels que la matière, la transformation et la distribution, permettant ainsi à nos clients de faire des choix éclairés pour leurs points de vente ou leurs bureaux.



Pascal Barrère,
Creative Director
Pôle Retail & Architecture Lonsdale

« L'intégration des matériaux éco-conçus dans le design des points de vente est devenue un enjeu majeur en matière de responsabilité environnementale. Préserver les ressources naturelles, réduire la production de déchets, limiter le bilan carbone et la consommation d'énergie, autant d'objectifs auxquels nous contribuons avec nos clients grâce à cet outil opérationnel. »

CLIENTS

Notre rôle en tant que partenaire est d'encourager et d'accompagner nos clients vers un business model plus responsable, de les aider à innover et à créer de la valeur de manière vertueuse. Nous nous devons de trouver, main dans la main, des approches cohérentes qui concilient la croissance de l'entreprise, la satisfaction des consommateurs et le respect de l'environnement.



INCLURE LES ENJEUX RSE DANS LES RÉPONSES À NOS CLIENTS

MALGRÉ L'INFLATION, LES CONSOMMATEURS ONT DES ATTENTES FORTES ENVERS LES MARQUES

Ces dernières, pour rester désirables, doivent inciter à adopter des **modes de vie responsables** et rester abordables. Finis l'obsolescence programmée, l'ultra-fast fashion, la « sur-sophistication » des gammes et des offres... L'heure est désormais aux **innovations durables, pertinentes et soutenables**.

DEPUIS 2019 NOUS PUBLIONS L'ÉTUDE GO GOOD

Cette étude de 60 pages décrypte les meilleures initiatives de marques qui ont **placé l'engagement RSE au cœur de leur stratégie**. En nous appuyant sur ces cas concrets et les outils spécifiques que nous avons développés, **nous accompagnons nos clients** dans la mise en place de ces initiatives.

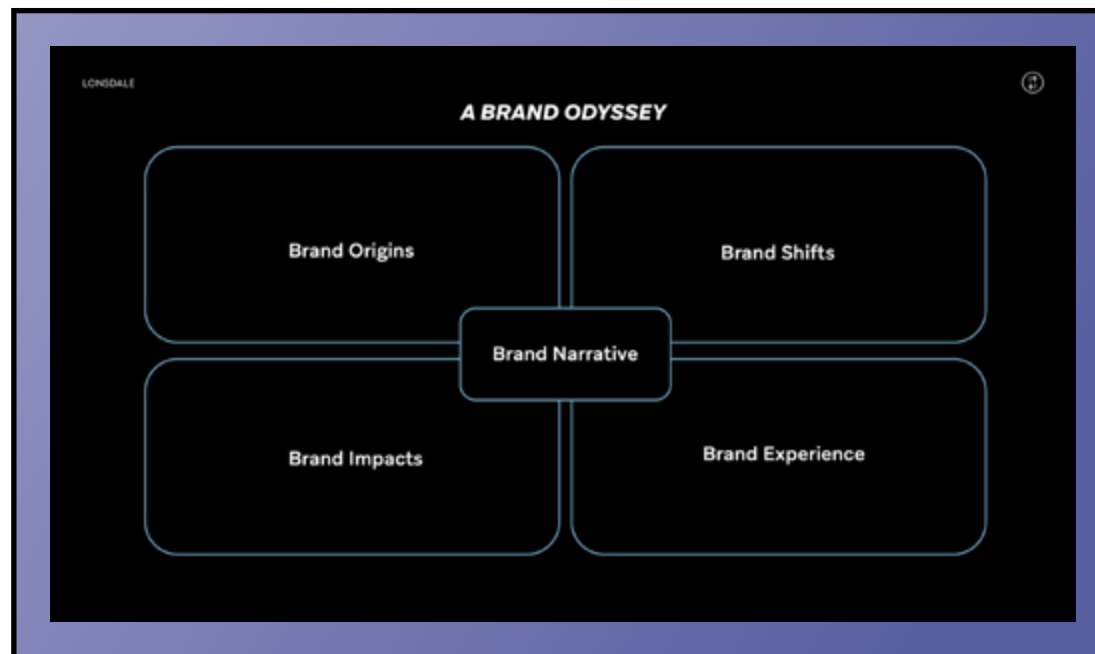


NOUS FAISONS ÉVOLUER NOS PRATIQUES

Parce que nous ne pouvons pas faire l'impasse sur la création de valeur pour l'individu, la société, l'environnement, nous incluons désormais **la dimension RSE dans toutes les recommandations** que nous adressons à nos clients.

CONCEVOIR DIFFÉREMMENT DES POSTURES DE MARQUES ENGAGÉES

La brand odyssey est notre matrice propriétaire pour penser la marque en mouvement et **placer l'impact au cœur de sa stratégie design**. Une marque est un récit unique qui doit évoluer avec son temps, et anticiper demain tout en restant fidèle à sa vision. **Il s'agit d'une aventure collective qui rayonne à travers un impact positif.**



Mélanie Bonnet,
Business Director Branding
Pôle Corporate Lonsdale

« La crédibilité et l'attractivité des marques sont conditionnées par des engagements forts, mais surtout des actions concrètes dont elles doivent faire la démonstration. C'est pourquoi nous concevons aujourd'hui leur positionnement à travers notre outil **Brand Odyssey** qui permet à la fois d'identifier les grands shifts que les marques doivent opérer, en réponse aux grands enjeux de notre époque, et de matérialiser leurs champs d'actions des marques au niveau business et environnemental. »

FORMER NOS ÉQUIPES ET NOS CLIENTS POUR TRANSFORMER LA FAÇON D'EXERCER NOS MÉTIERS

AGENCE CERTIFIÉE CIRCULAB®

Afin de proposer un accompagnement efficace à nos clients avec des outils pour qu'ils travaillent de la manière la plus vertueuse possible, **nos équipes suivent les formations à la pensée circulaire du réseau Circulab®.**

Plusieurs de nos collaborateurs certifiés utilisent la boîte à outils proposée pour développer de nouveaux produits ou services, s'adapter aux réglementations, faciliter la coopération entre les parties concernées, animer des phases de recherches sur de nouveaux produits ou services...

300

personnes exposées aux méthodes innovantes.

10

démos d'innovation par le design circulaire.

5

projets clients mis en oeuvre (essentiellement dans l'alimentation et la santé).

3

cours donnés à SciencesPo Paris, au CELSA et à l'ISCOM.

+ de 1000h

Nous avons dispensé + de 1000h de formation à nos collaborateurs / partenaires / clients & prospects, en mettant en avant des outils Circulab®.

PROJET CLIENT

RÉMY MARTIN XO

Rémy Martin nous a confié la réalisation de son édition limitée pour son emblématique cognac Rémy Martin XO, afin de célébrer les fêtes de fin d'année 2022-2023.

Avec l'ambition de limiter les impacts environnementaux de cet objet événementiel, nous avons pensé un coffret à la conception innovante, qui s'ouvre pour former une structure en éventail aux couleurs vives. **Le coffret est fabriqué en carton 100 % recyclé,** et l'éventail, élément « surprise » du pack, crée un décor défini autour de la carafe. **Tous les détails ont été pensés pour**

être le plus responsable possible (système de fixation purement mécanique, marquage à froid...), tout en restant dans le même budget que l'année précédente.

Les résultats par rapport à l'édition précédente, dans le respect du même budget et des mêmes ambitions d'un packaging haut de gamme :
-2% d'émissions de carbone en moins
-50% sur l'impact des matières premières
-10 % d'économies sur la consommation d'eau

La preuve que même un objet de luxe peut être plus responsable.



PROJET CLIENT

RENAULT

Marque historique de la mobilité, leader de l'électrique en Europe,

Renault développe depuis plus de 120 ans des véhicules innovants et ouvre de nouvelles voies à la mobilité. Nous pensons l'ensemble des lieux physiques de la marque, notamment lors des Salons sur lesquels la marque est présente, depuis 2021.

En prolongement de ces véhicules qui incarnent les engagements stratégiques de développement durable de Renault, en matière d'environnement, de sécurité et d'inclusion, **les lieux sont pensés pour être plus responsables :**

• **les matériaux utilisés pour les stands, sont recyclés et/ou recyclables,** à l'instar du matériau

« Le Pavé » utilisé sur certaines parties du véhicule et repris sur le stand de Change Now 2022.

• **la ré-utilisation des éléments se systématise d'un lieu à un autre,** en privilégiant la location dès que possible (éclairages, écrans, mobiliers).

Nos lieux sont pensés pour tous, accessibles même aux personnes à mobilité réduite. Un même souci d'ergonomie et d'inclusion nous guide pour l'ensemble des lieux, jusqu'aux espaces de travail : ambiance sonore soignée, éclairages raisonnés, ventilation naturelle performante, des postures et sièges choisis pour leur confort, en retail, en salon ou en tertiaire.



PROJET CLIENT

BOUYGUES TELECOM

En tant qu'opérateur de référence, Bouygues Telecom a pris des engagements forts depuis 2005 pour **renforcer ses critères d'accessibilité** à ses produits et ses services mais également à ses outils de communication.

Nous avons donc collaboré ensemble autour de la **refonte du site corporate, avec pour ambition de mettre au centre ses engagements** auprès de ses parties prenantes.

Pour cela, nous avons conçu **une UX plus en adéquation avec la nouvelle ligne éditoriale**, une réflexion approfondie sur l'**accessibilité et l'éco-conception** du site pour être en cohérence avec les engagements RSE.

Le renforcement des critères d'accessibilité ont permis d'obtenir les résultats suivants :

- **30% de consommation d'énergie par rapport à l'ancien site**
- **Une notation écoindex C**
- **86% de taux de conformité accessibilité**



Anthony Colombani,
Directeur Corporate
chez Bouygues Telecom
et Président de la Fondation
d'entreprise Bouygues Telecom

« Avec son nouveau site corporate, Bouygues Telecom dispose désormais d'une vitrine à la hauteur de ses ambitions dans le domaine du développement durable. Lors de la conception de son architecture, nous avons choisi de mettre nos engagements et ceux de la Fondation d'entreprise Bouygues Telecom en avant. C'est le reflet d'une double ambition : rappeler nos engagements concrets et opposables dans tous les domaines de la RSE et sensibiliser nos clients et nos prospects à l'ensemble de ces causes. »

SOCIÉTAL

Nous engageons notre créativité pour mener des actions collectives de sensibilisation aux questions sociétales et aux enjeux actuels de développement durable. Nous accompagnons des initiatives porteuses de sens, comme nous pouvons le faire avec nos clients.

Nous dépassons le cadre strict de notre métier pour contribuer à l'élaboration d'une société plus inspirante, plus inclusive, plus solidaire.

METTRE EN LUMIÈRE DES DISCOURS ENGAGÉS

INSPIRE

Depuis 2019, nous avons lancé un cycle de conférences en interne, en partenariat avec Terra Incognito. Auparavant appelées « WAKE UP CALL », ces rencontres « Inspire » ont pour but de **donner à voir et à écouter des porteurs de projets, des créateurs de marque à forte dimension RSE**, inspirants pour nous-même et pour les projets de nos clients.

L'enjeu est ainsi d'**impulser de nouvelles actions** et d'amener nos parties prenantes à **s'engager pour ouvrir de meilleures perspectives d'avenir**.



Brieuc Saffré,
Fondateur en 2012 et CEO de Circulab

Un acteur majeur dans la conception d'écosystèmes vertueux et circulaires.



Marion Carrette,
Co-fondatrice en 2012 de OuiCar

Une figure emblématique de la French Tech, pionnière de la consommation collaborative.



Tristan Lecomte,
Fondateur en 1998 de la marque Alter Eco puis de Pure Projet

Un pionnier de la consommation responsable, spécialiste des projets à compensation carbone.

AGIR POUR RENDRE LE NUMÉRIQUE ACCESSIBLE À TOUS

Avec près de 20% de personnes en situation de handicap dans le monde, il est de notre responsabilité en tant qu'agence de **développer des sites que tous les utilisateurs, porteurs d'un handicap ou non puissent parcourir aisément.**

Pour accompagner au mieux nos clients sur ces problématiques et développer des sites accessibles à tous, **nos équipes digitales suivent des formations afin de comprendre les problématiques et les enjeux de l'accessibilité.** Elles apprennent comment les mettre en place.

Avec un taux de réussite entre **80 et 95%, l'ensemble des équipes est donc maintenant certifié** et met en pratique les enseignements de cette formation sur les nouveaux projets, comme le site corporate Bouygues Telecom ou encore le site emploi de la DGAFP.



Clarisse Dezerable,
Studio Digital Director Lonsdale

« Dans une logique d'égalité d'accès aux services numériques et de conformité légale, il est primordial de sensibiliser nos équipes créatives et de production, et d'accompagner nos clients sur cette opportunité pour contribuer, progressivement, à rendre les solutions numériques accessibles à tous. »

119

heures de formations données,
6 collaborateurs formés.

UNIR NOS FORCES POUR FACILITER LA FORMATION DES ÉTUDIANTS AVEC L'ISCOM



Marianne Conde Salazar,
Directrice Groupe ISCOM
2022

« Pour que la communication de demain reflète notre société dans toutes ses altérités et différences, il est impératif d'ouvrir nos écoles aux jeunes talents qui ne connaissent pas les formations à ces métiers et/ou n'ont pas les moyens de les financer. Par ce système, ISCOM et Lonsdale s'engagent à co-financer les frais de scolarité d'un étudiant. »

Afin d'ouvrir la formation de qualité proposée à ISCOM à tous les talents et ainsi **favoriser la diversité et l'inclusion dans nos métiers**, nous avons fait le choix en 2022 de **co-financer une bourse étudiante** d'une jeune femme pour toute la durée de ses études.

ISCOM a présélectionné les candidat.es et après les avoir rencontrés **nous avons décidé d'épauler une jeune étudiante dans son cursus de formation**. Nous avons été la première entreprise à s'engager avec Iscom dans cette démarche auprès de l'école, initiative « **ISCOM Diversité** » qui essaime puisque d'autres entreprises telles que Tinder ou BCW France ont depuis rejoint cette initiative.

Julie Verdeau

notre Directrice des Talents fait partie du comité scientifique de l'ISCOM, celui-ci visant à analyser et à appréhender au mieux, les évolutions des métiers et les choix stratégiques de l'école.

10

Nous avons recruté 10 étudiants de l'ISCOM en alternance sur les 4 dernières années.

2

sprints design fiction en écoles pour imaginer le monde de demain à partir des scénarios de neutralité carbone Transition(s) 2050 de notre partenaire l'ADEME.

OUVRIR DES PERSPECTIVES POUR FAVORISER L'ÉGALITÉ DES CHANCES

NOUS ALLOUONS UN TIERS DES COTISATIONS DE NOTRE TAXE D'APPRENTISSAGE À PROXITÉ

En 2022 puis à nouveau en 2023 nous avons choisi de **soutenir cette association** pour la formation et l'intégration dans le monde professionnel des jeunes issus des quartiers difficiles.

Proxité

NOUS AVONS FAIT UN DON FINANCIER DE 3100€ À L'ASSOCIATION ESPÉRANCE BANLIEUES

Cet acteur complémentaire de l'Éducation Nationale abrité par la Fondation de France **agit contre le décrochage scolaire, les inégalités scolaires et culturelles.**

espérance
Banlieues

NOUS PARTAGEONS LES FRUITS DE NOTRE PERFORMANCE

Nous avons décidé en octobre 2022 d'allouer une **prime de Partage de la Valeur** à tous les salariés dont le salaire est égal ou inférieur à 45 K€ brut annuel pour leur apporter un soutien financier dans cette période d'inflation. Plus de 85 collaborateurs ont pu en bénéficier.

Une décision unilatérale a été rédigée pour définir les règles d'attribution après échange avec le CSE.

1/3

Nous allouons un tiers des cotisations de notre Taxe d'apprentissage à Proxité.

3100€

Nous avons fait un don financier de 3100€ à l'association Espérance Banlieues.

+ de 85

collaborateurs ont pu bénéficier d'une prime de Partage de la Valeur.

CRÉER DES PASSERELLES POUR FÉDÉRER DE NOUVEAUX TALENTS

RÉSEAU
D'ÉDUCATION
PRIORITAIRE

TRANSMETTRE NOTRE PASSION AUX ÉLÈVES SCOLARISÉS DANS UN ÉTABLISSEMENT REP ET REP+

En février 2023, en collaboration avec l'association « Viens Voir Mon taf », qui s'emploie à tisser du réseau aux jeunes qui n'en n'ont pas, **nous avons accueilli 5 collégiens de 3^{ème} intéressés par le design.** Nous leur avons fait découvrir l'agence de l'intérieur ainsi que les différents métiers

qui la constituent. Une **immersion de 5 jours** en lien avec leurs souhaits d'orientation qui, nous l'espérons, sera impactante à long terme. À cette occasion, Julie Verdeau, notre Directrice des Talents a effectué une intervention de **sensibilisation auprès de l'ensemble de nos collaborateurs** pour qu'ils fassent de ce stage un rendez-vous réussi.



Julie Verdeau,
Talent Director Lonsdale

« Je constate que les candidatures qui me parviennent sont souvent très formatées, issues des mêmes écoles, d'où cette conviction qu'on passe sous les radars de beaucoup de jeunes et la nécessité de tendre la main un peu plus tôt dans le circuit, en proposant des stages pour faire connaître davantage nos métiers à des jeunes de tous horizons. »

5

VIENS VOIR
MON TAF

Nous avons accueilli 5 collégiens de 3^{ème} intéressés par le design. Une immersion de 5 jours en lien avec leurs souhaits d'orientation.



Le 23 novembre 2023, nous avons accueilli 5 personnes en situation de handicap particulièrement intéressées par nos métiers, afin de leur faire découvrir notre quotidien et de créer des synergies professionnelles.

VALORISER LE POTENTIEL ET LES IDÉES DE LA GEN Z

NOUS AVONS CRÉÉ LA COLLAB, UNE SOLUTION DE CONSEIL

« AUGMENTÉE »

Il s'agit du tout premier **collectif stratégique et créatif qui s'engage à valoriser les jeunes talents nés après 1997**. Il rassemble plus de 80 membres issus de la Génération Z, collaborateurs de l'agence Lonsdale à Paris et à Singapour, mais aussi de ses agences partenaires aux Etats-Unis et du réseau d'étudiants de l'ISCOM. En favorisant leur expression créative et en leur offrant un

espace d'échange bienveillant, nous construisons un environnement collaboratif, inclusif et créateur de valeur.

Son rôle est d'éclairer les marques en offrant un regard authentique et direct de cette génération. Connectée au branding, **La Collab fonctionne comme un focus group hyper réactif et sensible**. Cette cellule d'innovation permet aux marques de développer leur attrait pour la Gen Z de manière agile et créative.



Astrid Valembois,
Directrice Innovation
Europe pour Coca-Cola

« L'apport de La Collab sur un de nos briefs stratégiques a été précieux. Outre la grande créativité qu'ils ont apportée au projet, à la hauteur de nos attentes vis-à-vis de Lonsdale, ils nous ont permis de nous positionner rapidement sur des engagements pertinents sur un registre juste et sincère pour s'adresser à la Génération Z. »

+ 80

membres volontaires

100%

un collectif 100% GenZ

+ 10

projets clients en 2023

S'ENGAGER AVEC NOS ÉQUIPES DANS DES ACTIONS SOLIDAIRES

44

volontaires sur les opérations
2022 et 2023.

176

heures de bénévolat.

4 000

euros d'achats.

3

ordinateurs offerts.

La Fondation Action Enfance est un de nos clients depuis plusieurs années. Cette association accueille les frères et sœurs séparés de leurs parents par décision judiciaire afin que la fratrie puisse grandir unie dans un environnement chaleureux, stable et protecteur.

En 2022, nous avons souhaité nous impliquer davantage pour ces enfants fragilisés par la vie et **nous avons décidé de faire un geste collectif pour eux**. Le village de Clairefontaine avait besoin d'un espace multimédia pour leur apprendre à utiliser un ordinateur. Nous avons donc proposé de la prendre en charge. C'est ainsi qu'**est née l'Aquaroom, une salle multimédia aux couleurs de l'océan** créée avec et pour les enfants du Village.

Ce projet, basé sur le volontariat de nos collaborateurs et pris sur leur temps de travail a créé un lien fort. Très rapidement est apparue l'idée d'offrir des cadeaux pour Noël aux enfants. Nous avons donc ouvert une liste afin que **chacun puisse offrir 1 cadeau à 1 enfant**.

Nous avons souhaité renouveler cette action **en 2023** afin de **réaliser une petite bibliothèque jeunesse**.



Isabelle Guénot,
Responsable
Communication
institutionnelle
Action Enfance

« Nous souhaitons vous redire, à toute l'équipe mobilisée de Lonsdale, notre plus vive reconnaissance pour la rénovation spectaculaire de cet Aquaroom. Un univers onirique, fluide et enveloppant, qui sera un merveilleux écrin à la rêverie et au travail serein. Le plaisir des enfants, bourdonnant d'idées et d'envie sur le chantier, a été notre plus belle récompense. »



—> **S'ENGAGER AVEC NOS ÉQUIPES DANS DES ACTIONS SOLIDAIRES**



Aquaroom
Salle multimédia réalisée
en 2022



Bibliothèque
Espace de lecture réalisé
en 2023



MERCI !

Merci à tous ceux qui ont participé à la rédaction de ce rapport et qui œuvrent, chaque jour, à améliorer nos pratiques pour que Lonsdale s'inscrive dans une démarche de progrès et participe à la création de nouveaux imaginaires plus durables et plus solidaires.



Marie Reynaud
New Business & Marketing Director
+33 6 67 57 13 11
m.reynaud@lonsdale.fr



Julie Verdeau
Talent Director
+33 1 43 12 66 42
j.verdeau@lonsdale.fr