

TOUS CONTRIBUTEURS



Les 10 principes du Global Compact

NORMES INTERNATIONALES DU TRAVAIL

- Respecter la liberté d'association et reconnaître le droit de négociation collective
- Contribuer à l'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire
- Contribuer à l'abolition effective du travail des enfants
- Contribuer à l'élimination de toute discrimination en matière d'emploi et de profession

DROITS HUMAINS

- Promouvoir et respecter la protection du droit international relatif aux droits humains
- Veiller à ne pas se rendre complices de violations des droits humains

ENVIRONNEMENT

- Appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant à l'environnement
- Favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement
- Prendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement

LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

- Agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin

LINKUP FACTORY, membre actif du Pacte Mondial des Nations Unies

Le Pacte Mondial (Global Compact) est un cadre universel d'engagement des organisations en faveur des **Objectifs de Développement Durable des Nations Unies**. Il a été initié en 2000 afin d'accélérer l'adoption d'attitudes plus responsables et plus éthiques sur **10 principes fondamentaux dans 4 catégories : droits humains, normes internationales du travail, environnement et lutte contre la corruption**.

Le Pacte Mondial est une initiative volontaire et non contraignante.

Aujourd'hui, **14 000 entreprises et ONG** participent à cette initiative dans **170 pays, dont 1 300 en France**. Les organisations partenaires de ce Pacte Mondial se constituent en réseau, dans chaque pays, avec d'autres parties prenantes pour collaborer, apprendre et échanger des expériences et des bonnes pratiques.

La communication sur le progrès (CoP) est le document annuel témoignant des mesures prises par l'organisation pour remplir ses engagements. La CoP détaille l'intégration des enjeux de responsabilité à la stratégie, la culture, le mode d'administration et aux activités quotidiennes.

**LinkUp Factory s'engage à œuvrer en faveur
du Pacte Mondial et de ses principes.**

NOUS SOUTENONS
LE PACTE MONDIAL



M anifeste

Face à l'accélération du changement climatique et à l'atteinte des limites des ressources planétaires, nous avons tous un rôle à jouer pour changer les choses. Nous portons tous en nous la capacité à contribuer à la construction de modes de vie, de production et de consommation durables, équitables et économiquement viables.

De consommateur à consomm'acteur, d'entreprise à entreprise engagée, de marque à marque contributrice, une transformation profonde est possible.

Elle est même indispensable car l'époque appelle un changement de paradigme dans la définition des stratégies des entreprises : elles doivent, elles aussi, devenir porteuses d'une contribution au bien-être durable des citoyens et de la planète.

La mission de LinkUp Factory, c'est de les accompagner dans cette transformation afin qu'elles deviennent des acteurs décisifs de l'économie positive et du développement durable, et puissent affirmer leur utilité sociétale. Une démarche qui doit entraîner toutes les forces vives de l'entreprise pour porter plus loin, avec ambition et sincérité, l'ensemble des engagements et définir un combat positif, singulier, légitime, et créateur de valeur pour tous. Cette mission s'inscrit parfaitement dans l'engagement que nous avons pris d'œuvrer en faveur du Pacte Mondial et de ses principes.

C'est déjà là que s'exprime sa valeur intrinsèque et son nouveau pouvoir de séduction. C'est là que nous plaçons notre propre combat : faciliter l'accélération de cette transformation.



Sandrine Raffin
Présidente, fondatrice

Philippe Raffin
Vice-président



TOUS CONTRIBUTEURS

Qui sommes-nous ?

CRÉÉE EN
2010

**NOUS CONSEILLONS
ET ACCOMPAGNONS
LES ENTREPRISES
ET LES MARQUES
DANS LA CONSTRUCTION
ET LA COMMUNICATION
DE LEUR STRATÉGIE RSE.**

27
collaborateurs

NOTRE MISSION ?

Donner du sens, une direction
et une voix à ces démarches
contributrices au développement
durable.

Notre démarche contributrice en 2 piliers



PILIER 1

Notre contribution aux côtés de nos clients et partenaires



PILIER 2

Notre contribution à travers notre démarche RSE

Les valeurs qui nous définissent

L'ENGAGEMENT

Parce qu'il est essentiel d'être en cohérence avec ce en quoi nous croyons, en nous engageant aujourd'hui et demain pour les Hommes et la planète, nous voulons être fiers de nos actes et porter nos valeurs au sein de LinkUp Factory comme chez nos clients.

LA CO-ÉVOLUTION

Grandir ensemble, progresser, interagir avec un écosystème, respecter des points de vue différents... Nous œuvrons à créer une relation nouvelle entre les parties prenantes de nos clients pour renforcer la pertinence et la sincérité des engagements, s'ouvrir, interagir davantage, nourrir l'innovation et le progrès.

LE CHANGEMENT

Pour LinkUp Factory, le changement, c'est être capable de créer des innovations de rupture et d'impacter les comportements au sein de notre entreprise, chez nos clients et pour l'ensemble de la société.

LINKUP FACTORY CERTIFIÉE BCORP

Fin 2019, LinkUp Factory a obtenu la certification BCorp, qui reconnaît nos efforts en faveur d'un impact moindre, de plus de bien-être pour les collaborateurs et d'un engagement sociétal sincère. Cette certification jouera également un rôle de stimulation à aller toujours plus loin, avec une feuille de route ambitieuse pour 2030.

Entreprise



Certifiée



LINK
UP FAN
DE VOUS



**Notre
contribution
aux côtés
de nos clients
et partenaires**



LINKUP
FACTORY
INSPIRER & PARTAGER LA RSE

LINKUP
FACTORY
INSPIRER & PARTAGER LA RSE

3 expertises, 3 leviers d'action à travers notre activité

STRATÉGIE RSE

Co-construire des démarches d'engagement ambitieuses et les faire résonner auprès de tous les publics concernés.

STRATÉGIE RSM

Co-crée, développer et raconter les stratégies de marques engagées.

CHANGEMENT DE COMPORTEMENT

Accompagner les acteurs engagés dans le changement sociétal.

En 2020

73%

de notre marge brute correspondant à des projets RSE/RSM

8%

de notre marge brute correspondant à des projets liés au changement de comportement

Notre objectif pour 2021

Dépasser

85%

de part de notre marge brute dédiée à ces sujets



”

Travailler à la LinkUp Factory, c'est être convaincu que nous pouvons tous être contributeurs ! C'est pourquoi nous accompagnons les entreprises et leurs marques à engager une véritable action transformative et à révéler leur utilité sociétale pour contribuer à un avenir plus durable.

Virginie Boutier Consultante Senior



Stratégies RSE et RSM, faire grandir l'engagement des entreprises et des marques

Notre mission consiste à **améliorer la durabilité du modèle économique de nos clients, de les faire progresser** dans tous les domaines relevant de leur responsabilité sociétale et éthique. Pour cela nous nous immergeons en profondeur au sein de leurs organisations, consultons leurs parties prenantes, les mettons en contact avec des experts, impliquons les ambassadeurs internes pour qu'**ensemble ils co-construisent de nouvelles façons de pratiquer leur métier, de produire, de commercialiser**. Nous réalisons ces missions au sein de secteurs industriels (*agroalimentaire, cosmétique, produits ménagers, textile, luxe...*) et de zones géographiques internationales variées.

01. Co-construire et faire connaître les stratégies RSE des entreprises

LinkUp Factory accompagne les entreprises dans la structuration ou l'accélération, l'animation et la communication de leur démarche RSE.

- Mise en place de comités parties prenantes
- Formalisation de feuilles de route RSE métiers/filières
- Partenariats avec associations ou ONG
- Mobilisation interne
- Communication RSE interne et externe
- Rédaction et création de DPEF / rapports intégrés
- Définition d'une raison d'être

En pratique



FILORGA

- Définition de la stratégie RSE
- Mise en place d'une gouvernance RSE
- Co-construction des feuilles de route RSE (*ingrédients et formules, emballages, opérations*)
- Rédaction d'une politique packaging.

GENERAL MILLS

- Définition de la démarche RSE et plateforme de messages
- Productions d'outils pour l'interne (*bible, tradestory et vidéo*)
- Conception d'une plateforme de e-learning pour les équipes commerciales.



02. Appliquer la démarche aux produits et aux marques via la RSM



La RSE infuse et autorise la mise en place de la Responsabilité Sociétale de la Marque (RSM).

L'OBJECTIF ?

Faire se rencontrer responsabilité et marketing pour mettre l'engagement de l'entreprise en cohérence avec sa stratégie business.

Chez LinkUp Factory, nous sommes convaincus que la RSE doit imprégner l'offre de l'entreprise et prendre en compte non seulement les impacts induits tout

au long de la chaîne de valeur, mais aussi inclure les consommateurs pour les impliquer et les engager à mieux consommer.

Aussi, construire une stratégie RSM, c'est définir, faire progresser, puis révéler les engagements et actions de la marque envers l'écosystème au sein duquel elle évolue.

C'est aussi nouer une nouvelle forme de relation avec les consommateurs-citoyens, en attente de transparence, d'éthique, de respect de l'environnement, des salariés et des producteurs. Enfin, c'est **rendre concrète la contribution sociétale de l'entreprise** au travers de la ou des marques portées par l'entreprise.

LES 4 "P" RSM



 **PRODUCT**

- Process qualité
- Traçabilité et transparence
- Sourcing durable
- Eco-conception

 **PEOPLE**

- Impact des produits sur la santé des consommateurs
- Santé et bien-être des salariés
- Relation éthique avec les fournisseurs

 **PLANET**

- Réduction de l'impact environnemental des activités, gestion des déchets
- Empreinte locale
- Démarche globale 0 impact

 **PURPOSE**

- Contribution sociale ou sociétale
- Combat d'intérêt général
- Mobilisation positive des consommateurs

Revisiter les 4P du marketing mix pour inclure la responsabilité et la contribution sociétale de la marque.

02. suite

LINKUP FACTORY PROPOSE ALORS DE DÉFINIR ET DÉVELOPPER LA STRATÉGIE ET L'EXPRESSION CRÉATIVE DES MARQUES ENGAGÉES.

Réalisation
d'un diagnostic
de l'amont
à l'aval

Définition
de stratégie
marketing/marque
engagée

Formalisation
d'un
storytelling

Onboarding du public
interne, des clients,
des leaders d'opinion
et des consommateurs

■ En pratique



PANZANI

NOS COQUILLETTES, ELLES ONT DEUX BONS CÔTÉS

Le premier...
C'est qu'elles ont le pouvoir d'être une première fois inoubliable.

L'autre bon côté...
C'est qu'elles rémunèrent mieux les agriculteurs français à travers notre démarche Filère Blé Responsable Française. En choisissant Panzani, vous vous engagez à nos côtés sur des contrats long terme avec les coopératives et leurs agriculteurs et à préserver un blé dur français d'une qualité exceptionnelle. Panzani, des pâtes fabriquées en France avec 100% de blé français*

*Pour tous les produits panzani de la gamme Blé Responsable Français

PANZANI

- Formalisation de la stratégie RSM
- Plan de révélation de l'engagement Blé Responsable Français
- Production d'outils de révélation (annonces presse, article presse, tradestory, PLV).

GRAND FERMAGE

- Diagnostic RRP (*Reveal, Risk, Progress*)
- Structuration du discours RSM via une nouvelle plateforme de marque et une signature
- Définition du combat de la marque
- Plan de révélation RSM interne (*brochure, film*) & grand public (*site internet, social media*).



Grand Ferme
LAITIÈRES TRAVERSÉES
COOPÉRATIVE DE FERMIERS DIVERSES

Notre nouvelle histoire commence ici...

Changer les comportements pour répondre aux défis sociétaux

Pour répondre aux nouveaux défis auxquels nos sociétés doivent faire face - environnement & climat, santé, inclusion - LinkUp Factory met en œuvre des démarches éprouvées et systématiquement évaluées, qui ont pour but de changer durablement les comportements individuels ou de groupes d'individus dans un objectif de progrès social.

01. Une approche fondée sur des méthodes qui ont fait leur preuve

Depuis de nombreuses années, nous avons mis au point une démarche selon un modèle inspiré du Marketing Social - parfois appelé nudge - et des Living Labs qui permettent de définir et d'expérimenter sur le terrain des démarches de changement de comportement, notamment dans le cadre de programmes de prévention santé.

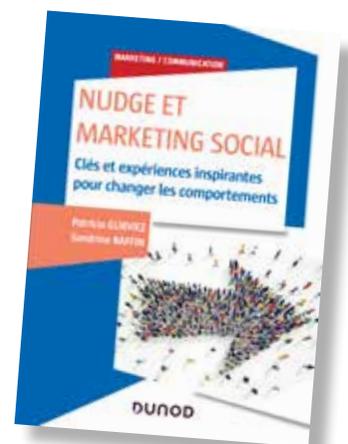
LinkUp Factory est ainsi investie depuis ses débuts dans des programmes de prévention santé et de changement de pratiques au sein de groupes de population ciblés pour leur propension à développer des comportements aux effets délétères. Prévention de l'obésité, consommation modérée d'alcool, arrêt du tabac chez les jeunes, activité physique...

Ces approches et cette expertise ont débouché sur la mise au point

de la méthode SAVE, exposée par Sandrine Raffin et Patricia Gurviez dans leur ouvrage en 2019. Cette méthode permet de modéliser les démarches de changement

de comportement pour guider leur mise en application. Ce travail de recherche est ainsi mis à disposition de tous en Open Source.

De la même manière, LinkUp Factory partage ses connaissances au sujet du changement de comportement à travers des publications dans des Peer Reviews, des interventions dans des colloques ou des écoles.



01. suite

En 2020*

567 545

**PERSONNES
TOUCHÉES**

et 6 780 acteurs formés
dans le cadre du programme
Vivons en Forme, que nous
accompagnons depuis 10 ans

1

OUVRAGE

de partage
de connaissance
publié

1

PUBLICATION

dans une
Peer Review
scientifique

*Ces données sont celles de 2019 ; les événements de l'année 2020 ne nous ont pas permis d'avoir de nouvelles données.

Notre objectif pour 2021

1 M

**DE PERSONNES
TOUCHÉES**

via les programmes
que nous accompagnons

2

**NOUVELLES
PUBLICATION**

dans
une Peer Review

2 à 3

INTERVENTIONS

dans des colloques
ou grandes écoles

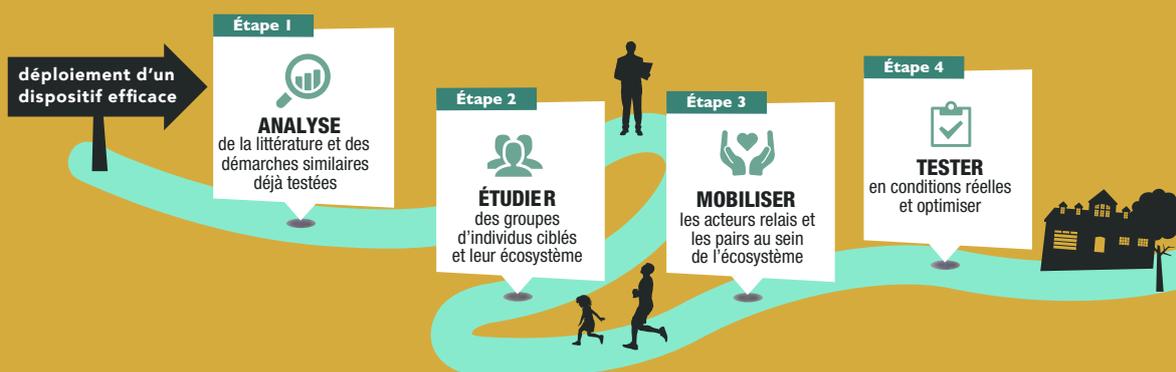
02. Linkup Factory agréée recherche

LinkUp Factory est Agréée Recherche par le Ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation sur les changements de comportement. Notre agrément a été renouvelé en 2019.

LinkUp Factory est, par ailleurs, éligible au Crédit Impôt Recherche (CIR) car elle mène avec ses ingénieurs-chercheurs des programmes de recherche destinés à initier des changements de comportement favorables à la santé.



■ L'approche du marketing social



1

Analyse de la littérature scientifique et des modèles existants :

quels sont-ils ? Et quels limites et points de force ont-ils soulevés ?

2

Étude approfondie de groupes d'individus ciblés et de leur écosystème :

quelles sont leurs perceptions, leurs représentations et les fondements de leurs motivations profondes ?

Quel est le « prix à payer » pour changer de comportement (*l'échange entre ce que l'on perd et ce que l'on gagne*) ?

Quels sont les leviers qui pourraient inciter les groupes cibles à changer ?

3

Mobilisation des acteurs relais et les pairs au sein de l'écosystème de la cible :

pour les impliquer dans la construction de la stratégie et engager le changement. L'idée est de les former, de leur donner de nouvelles compétences pour qu'ils puissent interagir avec les groupes cibles (*effet de cascading*).

4

Test en conditions de vie réelle

pour co-optimiser avec les relais et les cibles les dispositifs définis avant de déployer plus largement et pour changer d'échelle.

02. suite

■ En pratique



- Élaboration d'une action de prévention et promotion de la santé, basée sur la méthode du Marketing Social, dans le but de prévenir et limiter le tabagisme chez les jeunes (*cible : 18-25 ans en insertion professionnelle*) et intervention avec les missions locales, dans les Hauts-de-France.
- En amont, synthèse de la littérature et entretiens avec des acteurs de terrain et des experts scientifiques.



“La santé commence par les mains”

Dans le cadre de la rentrée 2020/21, en lien avec l'épidémie de COVID-19, le programme VIF® propose aux villes une opération pour stimuler le lavage des mains à l'école comme à la maison, chez les enfants de 6 à 11 ans. Le principe : donner du sens au lavage des mains en créant la communauté des Motivés : ceux qui adoptent le bon geste pour stopper la chaîne de transmission et protéger leurs proches.

LE DISPOSITIF

dès septembre, distribution d'un toolkit d'animation dédié à la communauté pédagogique et périscolaire (*ateliers, jeux, outils...*) et un guide de sensibilisation des parents.



2

**Notre
contribution
au travers
de notre
démarche RSE**

Démarche RSE

Notre activité est dédiée au changement, de sa conception jusqu'à sa mise en pratique, en passant par l'accompagnement de celles et ceux qui le mettent en œuvre. Ainsi, nous devons donner l'exemple au travers nos engagements et nos actions, aussi bien au niveau social, qu'environnemental ou sociétal au sein de notre organisation.

LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE SUR LESQUELS NOUS ŒUVRONS PARTICULIÈREMENT



NOTRE GOUVERNANCE RSE

La co-construction étant au cœur de nos approches, nous l'avons appliquée à notre propre démarche RSE. En décembre 2019, les collaborateurs de l'agence ont travaillé en ateliers thématiques autour de 4 axes de progrès : stratégie carbone, zéro déchet, bien-être au travail et inclusivité et diversité. Ces ateliers ont permis de définir de nouveaux plans d'action pour aller plus loin dans notre stratégie RSE propre. Ils vont venir alimenter une scorecard de suivi de nos impacts et progrès à mettre en place en 2021.

Début 2020, un groupe de travail RSE a été mis en place pour piloter l'ensemble de ces actions et animer les différents groupes de travail thématiques. Cette « team RSE » est composée de profils complémentaires, aux niveaux hiérarchiques et aux postes différents. Notre démarche RSE est validée et suivie par le Comité de Direction et présentée aux actionnaires en assemblée générale annuelle.

EN 2021,
NOUS AVONS
L'OBJECTIF
DE DEVENIR
ENTREPRISE
À MISSION

Favoriser le bien-être et l'épanouissement de nos collaborateurs

Notre organisation se veut agile, créative, humaine et éthique. Conscients que notre première richesse est notre capital humain, nous développons des projets de formation et de communication interne pour favoriser un environnement de travail agréable. Faire progresser chacun et comprendre les problématiques globales et individuelles est essentiel. Pour comprendre ces enjeux, LinkUp Factory est particulièrement attentive aux questions d'égalité, de diversité et d'accessibilité.

Répartition des collaborateurs au 31 décembre 2020



→ 4 % de nos collaborateurs en situation de handicap au sein de l'entreprise.

Le progrès de chacun au cœur de notre politique RH



ENTRETIEN ANNUEL
DE DÉVELOPPEMENT



MISE EN PLACE
D'UN DEUXIÈME TEMPS
D'ÉCHANGE À MI-ANNÉE

BILAN
DE LA RÉORGANISATION
MANAGÉRIALE
+ AJUSTER DES GUIDELINES
DE MANAGEMENT

93%

des
collaborateurs
en CDI

4

FORMATIONS
DISPENSÉES*

PARTAGE DE VEILLE ET DE COMPÉTENCES

Une à deux fois par mois,
une équipe projet réalise
une présentation de retour
d'expérience devant
l'ensemble de l'équipe,
stagiaires compris ;

Utilisation de l'outil
collaboratif Workplace
pour partager en temps
réel des informations
et actualités.

*Stratégies RSE, économie circulaire, achats responsables et stratégies carbone

Améliorer le bien-être au travail de nos collaborateurs



Comme nous le savons tous, l'année 2020 a été une année particulière, marquée par la crise sanitaire, économique et sociale de la COVID-19. Pour répondre aux règles sanitaires, nous avons dû passer en télétravail à 100 % au lendemain de l'annonce du premier confinement. Notre organisation a donc été bousculée et nous avons dû nous adapter à ce nouveau rythme de travail. L'accès de chacun à un ordinateur portable et à un outil de réunion TEAMS a permis de maintenir notre activité.

Laetitia Sartoris Directrice Générale



Pour que l'équilibre vie personnelle et professionnelle soit respecté au mieux et que l'ensemble des collaborateurs télétravaillent sereinement, nous avons mis en place des guidelines pour un télétravail serein et dans de bonnes conditions. Elles incluent des considérations liées à la déconnexion, aux pauses entre les réunions et aux bonnes postures à adopter !

Charlotte Fiche Cheffe de projet



Au cours des deux confinements, en mars et novembre 2020, nous avons créé un questionnaire pour évaluer la motivation, l'implication et le bien-être de l'ensemble de nos collaborateurs. Ils ont alors pu nous faire leurs retours et émettre leurs suggestions de manière anonyme et cela a permis à l'équipe de Direction de s'assurer que personne ne se trouvait en situation de détresse.

Isabelle Dona Directrice Générale



Dès début 2020

Pour répondre au besoin de rester confinés en pleine crise de la COVID-19, le télétravail est devenu une norme pour chacun d'entre nous pendant 8 semaines. Nous avons fait preuve de plus d'adaptabilité et l'accès de chacun à des ordinateurs portables et à l'outil partagé Teams nous a permis de maintenir l'activité.

Notre objectif pour 2021

Mieux accompagner la progression personnelle, renforcer la montée en compétence des équipes et développer la culture du feedback, à travers une nouvelle organisation managériale co-construite et évaluée au fil de l'année avec la contribution de tous. Financement de 2 berceaux dans une crèche interentreprise pour 2 collaboratrices.

Minimiser notre empreinte environnementale

Pour atteindre nos objectifs environnementaux et maîtriser l'ensemble de nos impacts, nous menons une politique volontariste dans ce domaine et cherchons à maximiser nos impacts positifs.

En 2020, nous avons mené, et de façon volontaire, notre Premier Bilan Carbone sur l'année 2019. Pour avoir une approche holistique de nos impacts, nous l'avons conduit sur l'ensemble de nos 3 scopes. Ainsi, nous pouvons dire que notre empreinte carbone s'élève à 195 tonnes de CO₂ eq. Ce qui représente 54 aller-retours Paris-New York en avion.

De ce bilan, nous avons défini un plan d'actions concrètes dans le but de devenir neutre en carbone à horizon 2030.

Nous avons pris l'engagement de devenir

Neutre en carbone à horizon 2030

0 déchet à horizon 2025

Nos indicateurs environnementaux

100%
D'ÉNERGIE VERTE DANS NOTRE CONTRAT D'ÉLECTRICITÉ

LE BILAN ÉNERGÉTIQUE EN 2020 EST DE
53 461
KwH

100%
DE L'ÉCLAIRAGE EST COMPOSÉ DE LED

100%
DU PAPIER UTILISÉ À L'AGENCE EST ISSU DU RECYCLAGE ET RECYCLÉ PAR LES JOYEUX RECYCLEURS

L'agence est équipée de 1 appareil de vidéoconférences pour réduire les déplacements chez nos clients.

En cas de déplacement chez nos clients (*jusqu'à 4 h de trajet*), nous privilégions le train à la voiture. Par ailleurs, notre flotte de véhicules professionnels est composée de 2 véhicules à faibles émissions (*hybride et électrique*).

Pour faciliter le garage des vélos de nos collaborateurs, nous avons interagi avec les services de la ville pour l'installation d'un garage à 2 roues près de l'agence. Il profite également à nos voisins !

MESURER NOS IMPACTS ET SENSIBILISER NOS COLLABORATEURS

Pour mieux connaître l'impact de notre activité et pouvoir cibler les actions les plus efficaces à entreprendre, nous pilotons nos données environnementales : énergie, déchets, papier, eau, transports... Ainsi, nous avons supprimé les gobelets plastique depuis 2017 et distribué des gourdes à chaque collaborateur.

TRANSFORMER NOS MODES DE TRAVAIL

Pour réduire nos impacts, nous avons rédigé et mis à disposition de tous une politique éco-gestes en 2018. Elle détaille toutes les initiatives à adopter au quotidien pour réduire l'impact environnemental de l'agence. Elle est publiée et signée par l'ensemble des équipes ou lors des nouvelles embauches. Nous avons également mis en place une « minute éco-geste » chaque lundi matin : nous partageons alors un éco-geste issu de notre politique interne avec l'ensemble de l'équipe.

SÉLECTIONNER AVEC RIGUEUR NOS PRESTATAIRES

Nous cherchons à prioriser les entreprises de biens et de services en termes d'impacts sociaux et environnementaux, dans la mesure de l'existant et de la viabilité économique. Ainsi, nous privilégions les fournisseurs qui ont une démarche responsable. Afin de les sensibiliser et de les inciter à progresser, nous encourageons nos prestataires constitués en entreprise à signer notre Code de Conduite Fournisseurs.



Les Joyeux Recycleurs

SON OBJECTIF : allier le tri sélectif en entreprise et l'insertion sociale. LinkUp Factory a choisi ce prestataire pour collecter ses déchets papiers. Fortement ancrés dans l'Économie Sociale et Solidaire, les Joyeux Recycleurs passent chaque semaine récupérer nos déchets papiers et cartons. En 2019, nous l'avons étendu aux canettes et bouteilles.

Nos objectifs pour 2021 :

- Mise en place d'un plan de vigilance thermique pour optimiser le recours au chauffage et à la climatisation par chacun.
- Optimisation de notre système de tri avec Les Joyeux Recycleurs avec des poubelles « 5 en 1 » permettant notamment de recycler les stylos, bouchons, ampoules et piles.

Ces deux premiers objectifs avaient été définis pour l'année 2020 mais, compte tenu du recours au télétravail au maximum, ces actions ont été repoussés au moment d'un retour plus régulier dans nos locaux, en septembre 2021.

- Définition et mise en place d'une charte « usage responsable du numérique ».

Contribuer à une société plus juste

GARANTIR L'ÉTHIQUE DANS LES PROJETS QUE NOUS MENONS

Nous appelons chaque collaborateur à respecter une éthique professionnelle énoncée sous la forme de « *principes d'action* » qui doivent, en toutes circonstances, inspirer le comportement de chacun. Nous nous conformons à l'ensemble des textes réglementaires internationaux, européens ou français, susceptibles de concerner nos activités, notamment ceux concernant les droits internationaux du travail et le respect des droits humains. Nous veillons à la transparence et à la sincérité des informations transmises à nos clients, à la communauté financière, aux autorités de contrôle et au public en général.

En 2018, nous avons formalisé notre charte éthique des affaires intégrant des points relatifs au comportement de nos collaborateurs dans le cadre de leurs activités qui est mise à disposition de tous collaborateurs et remise à tout nouvel arrivant (*annexe p.36*). En 2019, nous avons formalisé en complément une politique anti-corruption (*annexe p. 37*).

En 2020, nous avons formalisé un Code de Conduite Fournisseurs, qui nous permet de nous assurer du respect des principes éthiques, de respect de l'environnement et des droits humains dans l'ensemble de notre chaîne de valeur. En 2021, nous finaliserons et déploierons des guidelines d'achats de prestations, utiles en interne pour aiguiller chaque collaborateur dans le choix de prestataires.

En tant que société de conseil et de communication, LinkUp Factory a une chaîne de valeur courte et maîtrisée avec un nombre de fournisseurs restreint et des partenaires de longue date que nous connaissons bien. Néanmoins, pour aller plus loin sur l'ensemble des items liés au respect des droits internationaux du travail, des droits humains et au refus de la corruption, **LinkUp Factory s'engage à mettre en place en 2021 un système (de management et de contrôle), et ainsi s'assurer que, dans l'ensemble de sa chaîne de valeur, ces principes sont respectés.**

CE SYSTÈME PASSERA PAR :

- une sensibilisation de l'ensemble des collaborateurs sur ces sujets à travers une session de formation interne ;
- la mise en place d'une grille d'évaluation interne, sous forme de « check list » mise à disposition des équipes pour tout projet faisant appel à un sous-traitant. Ce document permettra de répondre à une liste de questions simples permettant de vérifier que nos principes éthiques sont bien respectés sur toute la chaîne et d'alerter si une zone de flou ou de risque existe. Ce document sera à remplir par l'équipe projet qui aura pour rôle, le cas échéant de mettre en place (ou de demander au(x) fournisseur(s) concerné(s) de mettre en place) des actions correctives, avec l'appui de la direction si nécessaire ;
- un retour d'expérience annuel sur ce sujet permettant de revenir sur les projets en sous-traitance, de vérifier si la grille a bien été remplie et de faire le point sur les potentielles difficultés rencontrées sur ces items par les équipes projets.

De plus, pour assurer l'éthique de nos actions et de nos communications, nous soumettrons notre COP et nos politiques à un comité de tiers indépendants (*représentations de nos clients, experts indépendants, ONG, fournisseurs, cabinet comptable et juridique*).

Grand Prix RSM : Faire la promotion des pratiques exemplaires

En 2020, LinkUp Factory, en partenariat avec PRODURABLE et avec le soutien de M6, a lancé la 3^e édition du Grand Prix de la Responsabilité Sociétale de la Marque.

Ce dernier a pour vocation de récompenser les marques de produits, de distribution ou de services (*qu'elles soient BtoC ou BtoB*) qui sont entrées dans une nouvelle dimension du rapport aux consommateurs et à la société. Ce trophée, attribué grâce à la contribution d'un jury d'experts, distingue les efforts faits par les marques ayant intégré un modèle éthique et durable et opté pour une empreinte positive, partagée de manière attractive et cohérente auprès de leurs consommateurs.

L'ÉDITION 2020

Yves Puget, directeur de la rédaction de LSA
Cécile COLONNA D'ISTRIA, présidente de PRODURABLE
Sandrine RAFFIN, présidente de la LinkUp Factory

3^e ÉDITION GRAND PRIX RSM
RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DE LA MARQUE

PRODURABLE LINKUP FACTORY

Audencia
IM ALIENS
Ipsos
LSA
ilec
PROMMAGIQUES

14 MEMBRES DU JURY | 40 CANDIDATS | 8 LAURÉATS | 450 INVITÉS

FORMER LES NOUVELLES GÉNÉRATIONS

La transmission est pour nous un élément clé pour contribuer à un monde plus durable. C'est pourquoi nous intervenons dans des écoles : nos équipes délivrent des cours lors de Masterclass et cycles de formation en nutrition, marketing & communication responsable.

→ 54 heures dispensées en 2020.



En 2020, nous avons accompagné une association via du mécénat de compétence

LES CHAUSSETTES ORPHELINES

Depuis 10 ans, nous accompagnons l'association « Les Chaussettes Orphelines », fondée par Marcia de Carvalho il y a 12 ans.

Cette association allie insertion sociale, développement durable et créativité. Elle transforme les chaussettes en beau fil qui permet ensuite aux couturières de son atelier de la Goutte d'Or de créer des vêtements et accessoires de mode.

Nous accompagnons l'association à travers de nombreuses actions :

- Membre du comité d'orientation de l'association
- Achats de cadeaux de fin d'année de l'agence pour les collaborateurs et nos clients
- Valorisation du travail de l'association dans le cadre de PRODURABLE (*partage de stands*) et du Grand Prix de la Responsabilité Sociétale des Marques.

CHAUSSETTES ORPHELINES
Márcia de Carvalho
Paris



Tableau des correspondances des Objectifs de Développement Durable

Principes du Global Compact	Pilliers concernés chez LinkUp Factory	Engagements de LinkUp Factory	Correspondances avec les Objectifs de Développement Durable de l'ONU
-----------------------------	--	-------------------------------	--

DROITS DE L'HOMME

Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux droits humains	2.3 Contribuer à une société plus juste	Politique éthique en annexe	  
Les entreprises sont invitées à veiller à ne pas se rendre complices de violations des droits humains.	2.3 Contribuer à une société plus juste	Politique éthique en annexe	  

NORMES INTERNATIONALES DU TRAVAIL

Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective.	2.3 Contribuer à une société plus juste	Politique éthique en annexe	
Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire.	2.3 Contribuer à une société plus juste	Politique éthique en annexe	  
Les entreprises sont invitées à contribuer à l'abolition effective du travail des enfants.	2.3 Contribuer à une société plus juste	Politique éthique en annexe	  
Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination de toute discrimination en matière d'emploi et de profession.	2.3 Contribuer à une société plus juste	Politique éthique en annexe	

ENVIRONNEMENT

Les entreprises sont invitées à appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant à l'environnement.	2.2 Minimiser notre empreinte environnementale		  
Les entreprises sont invitées à prendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement.	2.2 Minimiser notre empreinte environnementale		  
Les entreprises sont invitées à favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement.	2.2 Minimiser notre empreinte environnementale		

LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin.	2.3 Contribuer à une société plus juste	Politique éthique en annexe	  
			  



3

Annexes

INITIATIVES ÉCO-GESTES

A ADOPTER TOUT AU LONG DE LA JOURNÉE

1. BUREAUTIQUE

a. Optimiser l'utilisation de ses outils

- J'économise ma batterie d'ordinateur :
 - Je programme la **veille automatique** de mon ordinateur après 10 minutes d'inutilisation. Car les « économiseurs » d'écrans (fractales hypnotisantes) n'économisent rien.
 - J'adapte la **luminosité** de l'écran en fonction de mon besoin actuel et de la luminosité naturelle.
 - Comme j'ai l'habitude de la faire sur mon smartphone, je limite le **nombre d'applications ouvertes** et le nombre d'onglets sur Internet.
- J'économise l'énergie :
 - **J'éteins systématiquement** mon ordinateur en quittant mon poste ou lorsque je ne m'en sers pas.
 - **Je débranche** mon ordinateur dès qu'il est entièrement rechargé.
 - Des **multiprises ON/OFF** sont à ma disposition afin que je puisse couper l'électricité sur mon espace de travail
- Emails : je garde le contrôle :
 - Je créer des **pièces jointes légères** et bien conçues (compression des images, pdf).
 - Je n'utilise pas systématiquement ma **signature de mails** professionnelle pour des échanges en interne.
 - Je trie, organise et nettoie **ma boîte mail** régulièrement.
 - Je me **déplace** plutôt que d'envoyer un mail d'information à mon collaborateur s'il est disponible.

b. Réduire ses impressions

- Je n'imprime **que lorsque c'est nécessaire** et que l'utilisation de mon impression est **durable**. Parfois, une adaptation de la luminosité de l'écran permet d'augmenter mon confort de lecture.
- Je réduis la quantité de papier :
 - En utilisant le **recto verso** on diminue le nombre de feuilles imprimées par 2, si en plus on imprime **2 pages par feuille** on le réduit par 4 !
 - Je veille à ne pas imprimer les mentions inutiles d'un mail ou d'une page web
 - Je **réutilise** les feuilles imprimées uniquement sur une face en tant que feuilles de brouillon
- Je réduis la quantité d'encres :

- En utilisant le mode **brouillon**
- Grâce à des **polices** de caractères « light » et sans fonction « gras » pour réduire l'utilisation d'encres.

2. CHAUFFAGE – CLIMATISATION – ECLAIRAGE

a. S'adapter à la température

- Je ne modifie pas la température de consigne des espaces de travail sans vérifier la **température ambiante** et le **ressenti général** de mes collègues.
- Un thermomètre est à ma disposition dans chaque espace de travail pour connaître la température réelle afin que je puisse **adapter mon comportement** à celle-ci.
- Lorsque j'ai froid, je **porte un vêtement chaud** pour améliorer mon confort avant d'augmenter la température des espaces de travail.
- Je dégage l'espace autour des radiateurs afin d'optimiser leur efficacité.
- La programmation du chauffage et de la climatisation est adaptée en fonction des horaires de présence dans l'agence.

b. L'électricité : verte mais pas illimitée

- Des **ampoules LED** ont été installées dans toute l'agence pour limiter la consommation d'électricité.
- Je n'allume les lumières **que si c'est nécessaire** et veille à les éteindre dès qu'elles ne sont plus utiles.
- Je dispose sur mon espace de travail d'une **lampe de bureau**, je préfère son utilisation à celle de tous les luminaires de la pièce.
- L'Agence met à ma disposition des **réflecteurs de lumière** pour les postes de travail sombres ou peu servis par la lumière naturelle.
- Si mon poste de travail n'est pas assez lumineux occasionnellement, je peux **facilement me déplacer** dans l'Agence pour me sentir mieux.
- J'éteins systématiquement la lumière en quittant une pièce.

3. DÉCHETS

a. Je trie tous mes déchets

- Je dépose dans les poubelles à sacs plastique noirs tous les **déchets non recyclables**.
- Je dépose dans la poubelle jaune tous les **déchets recyclables** tels que le carton et le plastique. Ces déchets n'ont pas besoin d'être rincés.
- Les déchets en **verre** doivent être triés et déposés dans l'unique poubelle dédiée à ce déchet et placée dans la cour commune.
- Deux **bacs de recyclage** destinés au **papier** sont disposés dans l'Agence, je veille donc à ne déposer mon déchets papier que dans ces bacs (non froissé, non plié, non déchiré).

b. Je réduis ma consommation de gobelet plastique

- En tant que collaborateur je dispose d'une **gourde** me permettant de substituer toute bouteille plastique.
- Tous les gobelets plastique doivent être déposés après utilisation dans les **bacs de recyclage** mis à disposition à l'étage et dans la cuisine.

4. COIN REPAS ET PAUSES CAFÉ

a. Déjeuner au bureau

- Je n'achète ou ne cuisine que des **quantités adéquates** afin de réduire le gaspillage alimentaire
- Je marque mon **nom et la date** de dépôt sur les denrées alimentaires dans le réfrigérateur.
- Lorsque j'achète mon repas à l'extérieur, je prends mon **sac réutilisable** afin d'éviter l'utilisation quotidienne de sacs jetables.
- L'entretien de **l'espace commun** est à la charge du binôme hebdomadaire (lave-vaisselle, tables, chaises, poubelles). Mais chacun doit veiller à garder l'espace propre et rangé.
- Le **congélateur** doit être dégivré tous les mois afin de ne pas augmenter sa consommation d'énergie.
- Chaque midi, les appareils électroménagers tels que **les fours micro-ondes** doivent être mis hors tension grâce à la multiprise ON/OFF.

b. Faire une pause

- J'utilise ma **tasse à café personnelle** pour limiter l'usage de cup en cartons.
- Je mets les **capsules vides** de café dans le contenant approprié afin qu'elles soient recyclées en filière spécifique.
- Je mets **hors tension** après chaque utilisation les appareils électriques tels que les cafetières et bouilloires.

5. EAU ET ESSUIE MAIN

- Le **lave-vaisselle** consomme moins d'eau que de laver à la main : je le privilégie. Lorsqu'il n'est pas plein, je choisis le cycle « éco ».
- Après chaque passage, je laisse le mitigeur sur la **position froide** pour éviter à la personne suivante d'utiliser de l'eau chaude alors qu'elle n'en a pas besoin et ainsi ne pas consommer d'énergie à la production de cette eau chaude.
- J'informe la personne adéquate dès que je détecte une **fuite**.
- J'adapte ma consommation de papier **essuie-main** à mon **besoin réel** et non à mon confort.

6. MOBILITÉ

- J'ai la possibilité de faire du **télé-travail**, cela peut me permettre de réduire mes consommations liées aux transports domicile-travail.

- Je privilégie les **transports en communs** et au mieux **doux** comme le vélo et la marche à pied.
- Je limite mon nombre de déplacements en proposant des réunions téléphoniques ou vidéo-conférences

7. ECHANGES DE SERVICES

- Lorsque je n'ai plus besoin d'un bien (personnel ou professionnel) je le **propose à mes collègues** en l'inscrivant sur le tableau de l'espace commun (exemples : donne vêtements, meubles, outils, équipements, livres, ect)
- Je propose à mes collègues de pratiquer le **co-voiturage** lorsque cela est possible

POLITIQUE ENVIRONNEMENTALE

En tant qu'entreprise de conseil spécialisée dans les trois entités que sont la santé, la RSE-RSM et le développement durable, l'agence LinkUp se doit de prendre en compte la dimension environnementale dans ses activités et d'assurer un suivi de ses principaux impacts tout en cherchant à les limiter.

Pour ce faire, en plus de respecter les exigences légales, nous établissons une réflexion sur les enjeux suivants :

- Gestion des résidus non dangereux (recyclage et gaspillage alimentaire)
- Efficacité énergétique
- Gestion des gaz à effet de serre et mobilité durable
- Gestion de la pollution de l'eau et gestion des matières dangereuses
- Gestion de la qualité de l'air et contrôle du bruit

Dans cette optique, Link Up s'est fixé comme objectifs de :

- Diminuer les consommations d'énergies
- Favoriser les énergies renouvelables en changeant d'opérateur
- Mettre en place des partenariats avec des entreprises permettant le recyclage
- Maximiser l'usage de fournitures de bureau issues du recyclage
- Intégrer l'ensemble de nos collaborateurs dans les actions à mettre en place par une politique d'éco-gestes

Les équipes qui réalisent du télétravail s'engagent à respecter les mêmes pratiques responsables que lorsqu'elles se trouvent dans l'enceinte même de l'agence Linkup. Ainsi qu'à pratiquer les éco-gestes tout au long de leur journée de travail.

1. GESTION DES RESIDUS NON DANGEREUX (RECYCLAGE ET GASPILLAGE ALIMENTAIRE)

- Utilisation de papier recyclé pour les impressions quotidiennes
- Partenariat avec Les Joyeux Recycleurs : récupération du papier à recycler dans un bac dédié
- Recyclage des capsules de café
- Recyclage du carton
- Recyclage des ampoules et des piles

- Poubelle de tri dans la cuisine
- Installation de fontaines à eau pour limiter l'utilisation de bouteilles en plastique
- Achat de gourdes pour les collaborateurs
- La présence d'un réfrigérateur et de micro-ondes dans la cuisine permet d'éviter le gaspillage et de réchauffer ses propres plats. Cela diminue les déchets liés aux emballages.

2. EFFICACITE ENERGETIQUE

- Electricité 100 % énergie verte
- Utilisation d'ampoules énergétiques (les ampoules basse consommation et LED représentent 70% des ampoules de l'agence)
- Installation de systèmes automatisés de contrôle de la température (thermostats électroniques)
- Isolation des verrières en 2014

3. GESTION DES GAZ A EFFET DE SERRE ET MOBILITE DURABLE

- Gestion des mails :
 - Des salles de réunions sont mises à disposition des employés pour pouvoir échanger oralement et ainsi éviter la surutilisation des e-mails
- Mobilité durable :
 - Les 2 voitures de fonction sont hybrides
 - Entreprise située à proximité d'une offre complète de transports en commun (bus, métro, vélib')
 - Remboursement à 50 % du Pass Navigo
 - Possibilité de réaliser du télétravail 1 fois par semaine

4. GESTION DE LA POLLUTION DE L'EAU ET GESTION DES MATIERES DANGEREUSES

- Utilisation de produits ménagers moins nocifs pour l'environnement : le prestataire de ménage est Palme verte du développement durable (2014) et certifié quali-propre depuis 2016.

5. GESTION DE LA QUALITE DE L'AIR ET CONTROLE DU BRUIT

- Installation de plantes vertes à l'intérieur de l'agence

Cette politique environnementale ne pourra être réalisable qu'avec le concours de nos collaborateurs. Afin de partager et promouvoir la vision environnementale de l'entreprise, nous avons donc également élaboré une politique des éco-gestes que les employés peuvent réaliser quotidiennement pour protéger l'environnement (voir annexe).

Un rapport régulier des différents indicateurs est fait pour sensibiliser les collaborateurs à ces enjeux et les informer des performances de l'entreprise.

Nos objectifs 2019

Diminuer les consommations d'énergie		-5% Consommation d'énergie
Favoriser les énergies renouvelables en changeant d'opérateur		100% Energie verte
Mettre en place des partenariats avec des entreprises permettant le recyclage des autres fournitures pouvant être recyclées		3 Nouveaux partenariats (stylos, DEEE, déchets verts)
Maximiser l'usage de fournitures de bureau issues du recyclage en choisissant un prestataire proposant des fournitures recyclables		+ 50% Fournitures de bureau issues de filières de recyclage (papier, stylos, cahiers, post-its, pochettes)
Intégrer l'ensemble de nos collaborateurs dans les actions à mettre en place par une politique éco-gestes		100% Collaborateurs ayant signé la politique des éco-gestes

à Levallois Perret,
le . Mercredi 13 juin 2018,
Sandrine Raffin
Présidente et fondatrice de Linkup



Ce document doit faire l'objet
d'une revue au minimum tous les 3

POLITIQUE ETHIQUE

L'efficacité et l'avenir de l'agence LinkUp reposent sur la confiance que celle-ci inspire à ses clients et à ses collaborateurs.

Nous appelons chaque collaborateur à respecter une éthique professionnelle énoncée sous la forme de « principes d'actions » qui doivent, en toutes circonstances, inspirer le comportement de chacun.

1. APPLICATION RIGOUREUSE DES LOIS, REGLEMENTS ET NORMES INTERNES

Nous nous conformons à l'ensemble des textes réglementaires internationaux, européens ou français susceptibles de concerner nos activités, notamment ceux concernant les droits internationaux du travail et le respect des droits de l'homme.

Nous veillons à la transparence et à la sincérité des informations transmises aux clients, à la communauté financière, aux autorités de contrôle et au public en général.

2. RESPECT DES COLLABORATEURS

Les relations entre les collaborateurs sont fondées sur les principes de confiance et de respect mutuels, avec le souci de traiter chacun avec dignité.

Tout collaborateur est incité à développer un esprit de solidarité et à veiller à la qualité et au bon déroulement des relations internes.

3. LOYAUTÉ VIS-À-VIS DE L'ENTREPRISE, NOTAMMENT EN ÉVITANT LES CONFLITS D'INTÉRÊTS

Dans le cadre de son devoir de loyauté vis-à-vis de l'Agence, le collaborateur veille à ne pas exercer directement ou indirectement d'activité ou à ne pas tenir des propos qui le placeraient dans une situation de conflit d'intérêt avec l'entreprise.

4. ENGAGEMENT RSE ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

En tant qu'agence de conseil en Responsabilité Sociétale et Environnementale, nous intégrons le développement dans notre stratégie et notre métier. Nous nous attachons à appliquer en interne les recommandations que nous faisons à nos clients et à répondre à leurs attentes tout en assumant notre propre responsabilité sociale et environnementale.

