

Charte RSE

Creafirst



2023

Table des matières

1	<i>La gouvernance de l'organisation</i>	5
1.1	Valeurs Creafirst	5
1.2	Mission Creafirst.....	5
1.3	Organigramme	6
2	<i>L'environnement</i>	7
2.1	Bilan carbone	7
2.2	Tri des déchets	8
2.3	Economie d'eau et d'énergie.....	8
2.3.1	Economie d'eau.....	8
2.3.2	Economie d'énergie	8
2.4	Gestion des impressions	9
2.5	Politique de déplacement	9
3	<i>Les droits humains</i>	10
3.1	Charte de lutte contre la discrimination	10
3.2	Charte pour une meilleure visibilité des femmes expertes dans le secteur de la Santé ...	10
3.3	Engagement caritatif	10
4	<i>Les relations et conditions de travail</i>	11
	L'équilibre vie pro/vie perso et le bien-être au travail sont les piliers de nos relations.....	11
4.1	Mode de travail : hybride.....	11
4.2	Accompagnement des collaborateurs.....	11
4.2.1	Entretien annuel.....	11
4.2.2	Questionnaire de satisfaction	11
4.2.3	Formation	11
4.3	Adaptation ergonomiques des postes de travail	12
4.3.1	A l'agence	12
4.3.2	En télétravail	12
4.4	Rythme de travail	12
4.4.1	Réunions et contacts professionnels.....	12
4.4.2	Droit à la déconnexion	12
4.5	Parental challenge	12
4.6	Risques psychosociaux.....	13
4.6.1	Harcèlement moral et sexuel	13
4.6.2	Burn-out	13
5	<i>Les bonnes pratiques des affaires</i>	14
5.1	La belle compétition	14
5.1.1	Transparence.....	14

5.1.2	Responsabilité	14
5.1.3	Sincérité.....	14
5.2	Charte achat responsable.....	14
6	<i>La protection des consommateurs.</i>	15

Cette charte énonce la mission et les valeurs de Creafirst, les engagements de l'entreprise sur les thèmes économiques, sociaux et environnementaux et les règles de conduite ou devoirs en découlant pour les collaborateurs.

Creafirst s'engage concrètement pour une communication éthique et responsable autour des 6 piliers.

Pour chacun d'eux, vous retrouverez les principes et les engagements détaillés dans la présente charte :

1. La gouvernance de l'organisation
2. L'environnement
3. Les droits humains
4. Les relations et conditions de travail
5. Les bonnes pratiques des affaires
6. La protection des consommateurs

1 La gouvernance de l'organisation

Creafirst, par son histoire et ses valeurs, son domaine d'activité strictement réglementé, son management responsable et la multiplicité des actions déjà mises en œuvre dans le domaine de la RSE, dispose d'une légitimité forte à s'engager en faveur d'une « Communication Durable ».


C'est pourquoi nous nous engageons aujourd'hui dans une formalisation de nos actions, au travers de la mise en place du référentiel RSE **Agences Actives**.

Notre objectif est de labéliser l'agence pour la rentrée de septembre 2023.

Plus d'information :

<https://www.aacc.fr/actualites-et-evenements/commissions/rse/label-rse-agences-actives>

1.1 Valeurs Creafirst

 <p>Je me soucie des autres</p>	<p>Bienveillance</p> <p>SE SENTIR RESPONSABLE DU CONFORT, DE LA SANTÉ, DE LA SÉCURITÉ ET DE LA DIGNITÉ D'UNE PERSONNE</p>	 <p>Un pour tous, tous pour un</p>	<p>Esprit d'équipe</p> <p>TRAVAILLER AVEC LES AUTRES DE MANIÈRE SOLIDAIRE EN CONTRIBUANT AU TRAVAIL DE L'ÉQUIPE PAR SES IDÉES ET SES EFFORTS..</p>	 <p>J'ose être proactif</p>	<p>Initiative</p> <p>PROPOSER OU ENTREPRENDRE UN TRAVAIL, SOIT POUR SON ACCOMPLISSEMENT OU SON AVANCEMENT, ET EN JUGER LA QUALITÉ CONFORMÉMENT AUX RÈGLES DE LA PROFESSION.</p>
 <p>Je tiens compte des autres</p>	<p>Respect</p> <p>DONNER DE LA VALEUR AUX PERSONNES, AUX CHOSES ET AUX IDÉES QUE L'ON CÔTOIE, SELON LES CIRCONSTANCES, LORS DE LA RÉALISATION DE SES TÂCHES DANS UNE SITUATION DE TRAVAIL.</p>	 <p>Je mène ma barque</p>	<p>Autonomie</p> <p>SE PRENDRE EN CHARGE, SELON SES RESPONSABILITÉS, DE FAÇON À POSER DES ACTIONS AU MOMENT OPPORTUN DANS UN CONTEXTE DÉTERMINÉ.</p>	 <p>Je suis fidèle aux valeurs de mon métier</p>	<p>Intégrité</p> <p>RÉALISER SON TRAVAIL SANS VOULOIR TROMPER, ABUSER, LÉSER OU BLESSER LES AUTRES.</p>
 <p>Je résous des problèmes</p>	<p>Débrouillardise</p> <p>RÉUSSIR À RÉSOUDRE UN PROBLÈME NOUVEAU ET IMPRÉVU EN UTILISANT SES PROPRES MOYENS CONFORMÉMENT AUX RÈGLES DE LA FONCTION DE TRAVAIL.</p>				

Ces valeurs partagées sont fondamentales pour renforcer la cohérence et l'entente au sein de l'équipe Creafirst et améliorer la qualité des relations avec les clients.

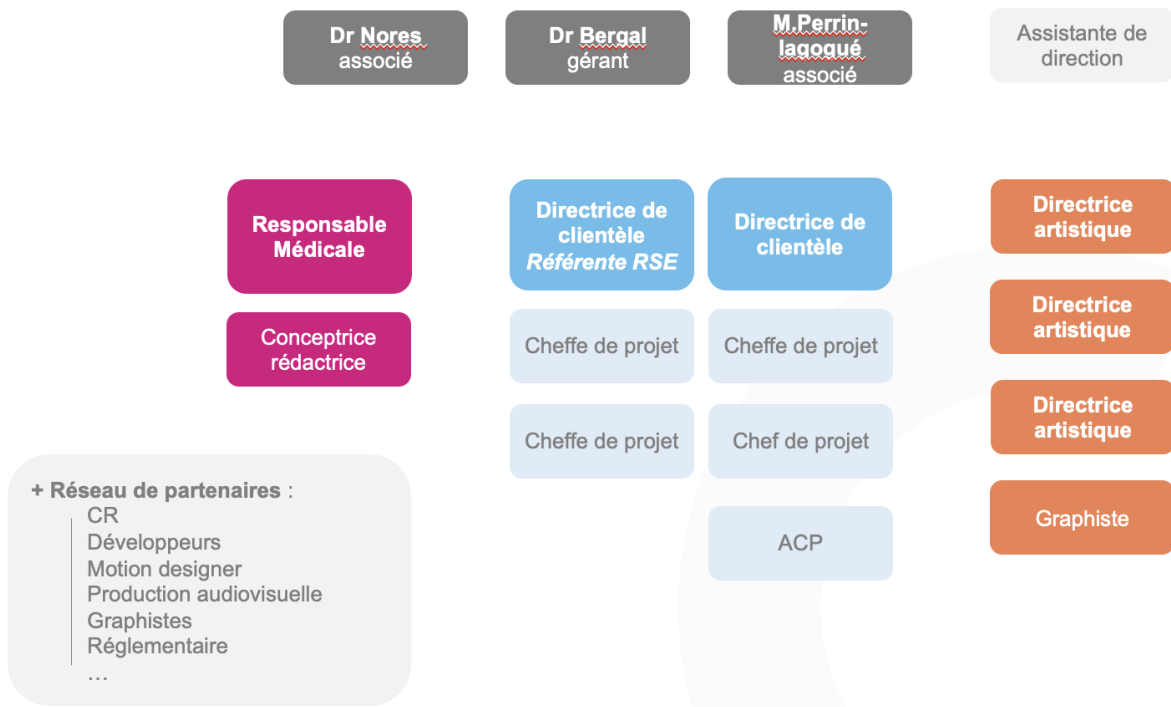
1.2 Mission Creafirst

En tant qu'agence de communication spécialisée en santé et dans un contexte de polémiques, de défiance et de Fake news sur les sujets de santé (entre-autre) nous souhaitons :

Renouer le lien de confiance
entre industries pharmaceutiques, médecins et patients,
grâce à une approche éthique et responsable
de l'information santé et des relations clients.

1.3 Organigramme

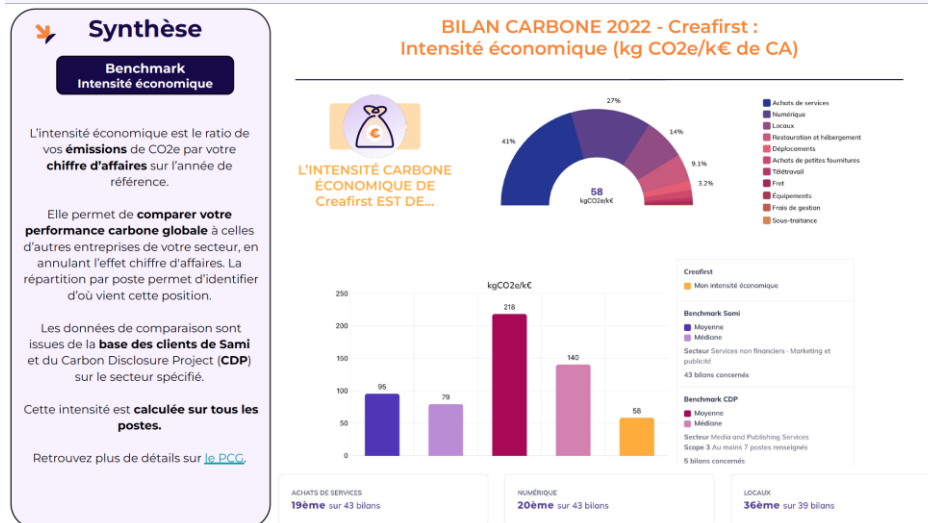
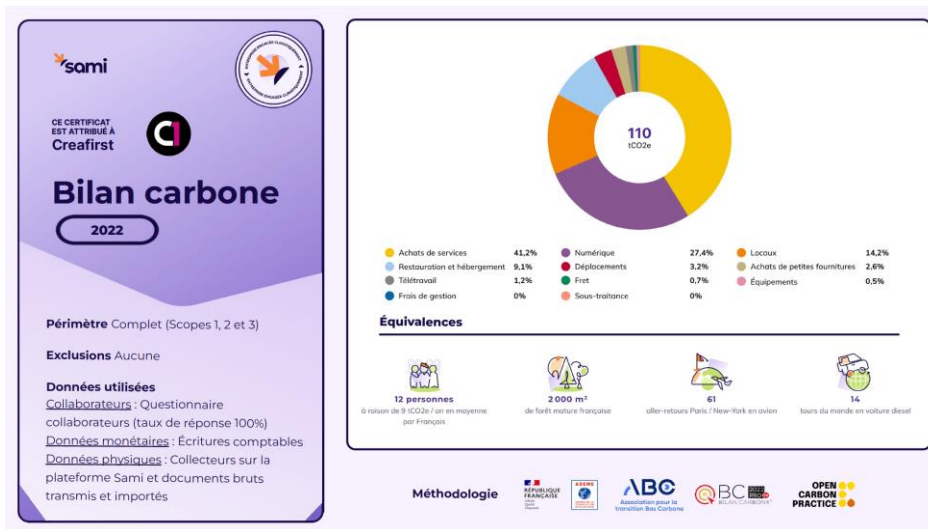
Structure 2023 :

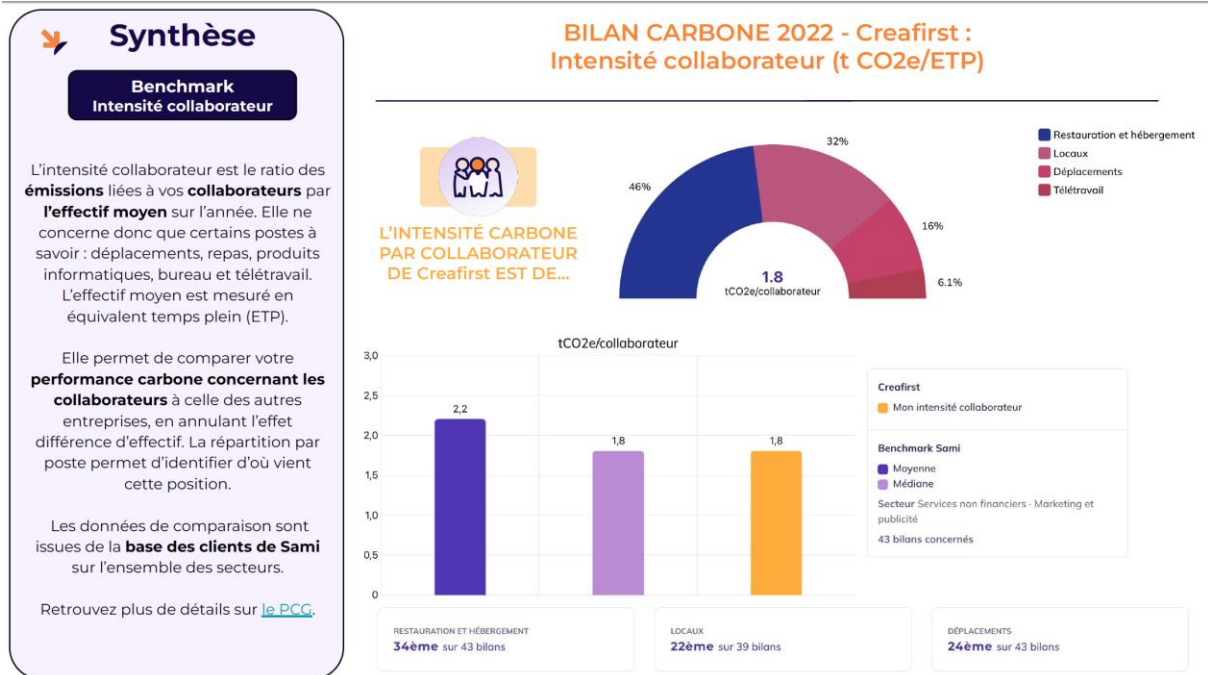


2 L'environnement

2.1 Bilan carbone

Chaque année, un bilan carbone est effectué afin de mesurer nos efforts dans ce domaine. Il est réalisé par un organisme externe certifié qui en assurera la fiabilité/reproductibilité. Afin de réduire l'empreinte carbone de l'entreprise, un plan d'action est mis en place avec l'organisme externe certifié. De plus, des ateliers de sensibilisations sont régulièrement organisés à l'agence par et pour les collaborateurs afin de diminuer nos émissions carbone. Le premier bilan carbone Creafirst a été réalisé début 2023 pour l'année 2022. Voici les principaux enseignements :





L'ensemble du rapport a fait l'objet d'une communication à l'ensemble des collaborateurs et est disponible sur le serveur : "\\SRVCREGAR001N01\transferts\•POUR TOUT LE MONDE\BILAN CARBONE\Bilan carbone 2022 - Creafirst.pdf"

Face à ce bon résultat, Creafirst s'engage à maintenir, voire diminuer son Empreinte Carbone.

2.2 Tri des déchets

Mettre en place le tri sélectif dans son entreprise, c'est mieux gérer le nombre important de détritrus qu'elle produit.

Pour cela, l'ensemble des collaborateurs ont dans leur bureau des corbeilles uniquement dédiées au papier et autres matériaux recyclables.

+ 3 bacs sont à disposition dans la cuisine pour un tri efficace :

- Ordures ménagères
- Verre
- Matériaux recyclables

2.3 Economie d'eau et d'énergie

2.3.1 Economie d'eau

Afin d'économiser l'eau, il est important de rappeler les bonnes pratiques : éteindre l'eau lorsqu'on se savonne les mains et bien utiliser la double chasse d'eau aux toilettes.

Un affichage dédié rappelle ces bonnes pratiques sur les points d'eau de l'agence.

2.3.2 Economie d'énergie

Afin d'économiser l'énergie, il est important de rappeler les bonnes pratiques : penser à éteindre les lumières et les radiateurs lorsque l'on quitte le bureau.

En juin-Juillet 2023 nous investissons 40K€ pour remplacer l'ensemble du système de chauffage/climatisation par une pompe à chaleur

2.4 Gestion des impressions

Chez Creafirst nous tenons à limiter nos impressions et leur impact environnemental, c'est pourquoi nous commandons du papier recyclé, avons paramétré par défaut notre imprimante en noir et blanc et recto/verso et avons fixé **un objectif de consommation de 2 ramettes maximum de papier par an et par personne.**

(pour une conso moyenne de 36 ramettes/personne/ en France en 2020

<https://agirpoulatransition.ademe.fr/particuliers/bureau/bons-gestes/papier-premier-dechet-bureau>)

Par ailleurs notre sélection d'imprimeur partenaire nous permet de travailler uniquement avec des partenaires « eco-responsable ».

2.5 Politique de déplacement

Au quotidien, nous limitons les déplacements domicile-travail des salariés via le télétravail.

Concernant les déplacements professionnels, des collaborateurs Creafirst ou de ses prestataires :

- L'avion est interdit sur des trajets de moins de 4h en train
- Quand le trajet en avion est inévitable, voler en classe Economy
- Dans tous les cas privilégier train
- Privilégier les transports en commun pour les déplacement professionnels et Taxi / location électrique ou hybride quand nécessaire

3 Les droits humains

Creafirst s'engage à lutter contre toute discrimination et tout comportement pouvant porter atteinte aux personnes dans le cadre de ses activités.

3.1 Charte de lutte contre la discrimination

Pour respecter ses valeurs de bienveillance, d'intégrité et de respect, Creafirst s'engage à lutter contre la discrimination avec cette Charte :

- Appliquer les principes de non-discrimination et de diversité dans la gestion de leurs ressources humaines en ce qui concerne leurs salariés.es
- Rechercher dans toutes les étapes du recrutement d'un.e salarié.e, les critères objectifs qui permettent d'éviter la discrimination
- Assurer la communication du process de recrutement
- Mettre à disposition des salariés.es permanents la présente charte et les coordonnées de l'interlocuteur spécialement chargé des questions de discrimination
- Traiter les demandes de salariés permanents victimes réelles ou supposées d'actes discriminatoires
- Soutenir les salariés.es qui sont confrontés.es à une attitude discriminatoire de la part d'un.e client.e
- Sanctionner les salariés.es qui refusent d'appliquer les principes prévus par la présente Charte

3.2 Charte pour une meilleure visibilité des femmes expertes dans le secteur de la Santé

En signant la charte du collectif Femmes de Santé, qui invite les médias et autres sociétés, à s'engager vers une meilleure visibilité des femmes Creafirst s'engage à :

- Mettre en place toutes les actions nécessaires pour tendre vers une égalité de la représentation des genres dans les événements, tables-rondes ou colloques, ainsi que dans les médias (plateaux TV, radio, webinars, podcasts...) lorsque des sujets "santé ou médico-sociaux" sont traités.
- Mettre en place toutes les actions nécessaires pour tendre vers une égalité de la représentation des genres et à mettre en avant plus de femmes du secteur de la Santé dans les réseaux sociaux, dans les articles...
- Faire intervenir les femmes du secteur de la Santé et du médico-social en tant qu'expertes et non dans des seconds rôles de témoins.
- Contacter le collectif Femmes de Santé pour être mis en relation avec des expertes du collectif, si besoin.
- Sensibiliser tout collègue sur le sujet de la représentation des femmes dans la Santé et leur demander la parité lors des tables-rondes, colloques ou encore dans les médias.

3.3 Engagement caritatif

Creafirst est engagé au niveau caritatif avec un sponsoring de 600€/an depuis plus de 15 ans auprès de l'association Plan international France.

Si un.e collaborateur.trice a un projet caritatif qu'il souhaite mettre en place, il peut le présenter à son manager pour voir comment Creafirst peut l'aider dans son projet.

4 Les relations et conditions de travail

L'équilibre vie pro/vie perso et le bien-être au travail sont les piliers de nos relations.

Afin d'assurer à chaque salarié les meilleures conditions de travail, Creafirst revendique un management responsable permettant d'accompagner au plus près les équipes et de prévenir les risques psycho-sociaux, grâce à une série d'engagements détaillés dans ce chapitre. Dans le cadre d'une démarche d'amélioration permanente, chaque salarié est invité à participer à l'amélioration des conditions de travail en soumettant à tout moment ses idées auprès des managers/équipes.

4.1 Mode de travail : hybride

Depuis 2020, Creafirst a choisi de fonctionner en mode hybride, laissant à ses collaborateurs.trices le choix de venir à l'agence en présentiel ou d'être en distanciel et de faire du télétravail chez eux ou dans un autre lieu (avec accord du manager).

Ce mode hybride repose sur 3 piliers :

- **Confiance**
Le manager doit avoir confiance en ses collaborateurs.trices, pour qu'ils puissent travailler de façon sereine que ce soit à distance ou en présentiel, sans que tout soit organisé, structuré et contrôlé.
- **Transparence**
Dans ce mode hybride, il est nécessaire d'être très clair sa façon de communiquer, dans les objectifs qu'on fixe, ou encore dans les feed-back qu'on va se donner. On va utiliser des outils agiles, des tableaux collaboratifs. On saura qui fait quoi, quand et l'état d'avancement. Tout est documenté, tout est transparent.
- **Equité**
Creafirst s'assure que les décisions et le fait qu'on va autoriser un collaborateur à être en distanciel et un autre à l'être dans des conditions un peu différentes, soit très clair, très explicite et compris de tous, de façon à ce qu'il n'y ait pas une notion d'iniquité.

4.2 Accompagnement des collaborateurs

4.2.1 Entretien annuel

Un entretien annuel sera effectué par chaque collaborateur.trice en fin d'année pour revenir sur la période écoulée en termes de compétences et d'objectifs et fixer les objectifs individuels de l'année suivante. Un entretien de mi-année pourra également être proposé.

Entretemps les relations et la communication avec les managers doivent rester suffisamment fluides pour identifier et résoudre un problème.

4.2.2 Questionnaire de satisfaction

Un questionnaire de satisfaction est envoyé 2 fois par an, aux alentours de mars et de septembre. Celui-ci est anonyme et vise à évaluer l'épanouissement, la qualité de vie et la satisfaction générale des collaborateurs.trices. Tout problème identifié lors des retours des questionnaires de satisfaction sera traité.

4.2.3 Formation

Creafirst tient à ce que chaque collaborateur.trice monte en compétence, c'est pourquoi des plateformes d'autoformation comme openclassroom et fun mooc sont identifiées et que l'équipe est invitée à s'inscrire à au moins une formation en rapport avec son activité par an, qui sera réalisée sur le temps de travail. Si un.e collaborateur.trice a identifié une formation en présentiel qui l'intéresse, Creafirst s'engage à la programmer et la financer dans l'année si celle-ci rentre bien dans la stratégie de montée en compétence du.de la salarié.e.

4.3 Adaptation ergonomiques des postes de travail

4.3.1 A l'agence

A l'agence, tout le matériel nécessaire au travail ergonomique des collaborateurs.trices est mis à disposition. Si du matériel supplémentaire est nécessaire, le.a collaborateur.trice en informera la direction qui prendra les mesures qui s'imposent.

4.3.2 En télétravail

En télétravail, il est parfois difficile d'avoir une station de travail ergonomique. C'est pourquoi Creafirst s'engage à ouvrir chaque année à ses salariés.es une cagnotte de 150 €/salarié.e pour que ceux-ci puissent s'équiper de façon progressive selon leurs besoins. Cette cagnotte sera disponible via l'assistante de direction qui commandera directement le matériel.

4.4 Rythme de travail

4.4.1 Réunions et contacts professionnels

Afin de respecter cet équilibre, les réunions internes doivent être limitées aux horaires de travail normaux et les réunions clients se feront dans la mesure du possible dans le même cadre. Il est également important de ne pas solliciter un collaborateur pendant ses congés ou arrêt maladie, de ne pas solliciter un collaborateur en dehors des plages de travail (le soir et le week-end).

4.4.2 Droit à la déconnexion

Enfin, il faut savoir se déconnecter : ce n'est pas parce qu'ils sont portables que PC ou téléphone doivent être systématiquement ramenés au domicile et utilisés en dehors des plages de travail. Il est demandé de poser tous ses jours de congés/RTT dans l'année et de partir en congé sans son ordinateur.

4.5 Parental challenge

Creafirst s'engage à mettre en œuvre et veiller au respect de ce cadre, pour la dignité de toutes et tous, et que le lieu du travail soit un lieu de droits, où chacune et chacun peuvent s'épanouir à chaque moment de leur vie, sans crainte que la parentalité ne vienne entraver leur évolution de carrière.

Ainsi, chez Creafirst, en signant la charte du Parental Challenge, nous nous engageons à :

- donner accès à un arrêt fausse couche 100% rémunéré
- créer un dispositif pour que chacun.e ait accès aux mesures sans avoir à se confier
- ouvrir les droits avant 1 an d'ancienneté
- former les managers pour prévenir les discriminations
- avoir des horaires de réunions qui n'excluent personne (proscrire les réunions qui finissent après 18h)
- communiquer leurs droits proactivement à nos employé.es
- donner au moins 5 jours rémunérés d'arrêt enfant malade
- donner accès au 100% télétravail pendant la grossesse, les suites de fausse couche, les parcours PMA, l'adaptation aux gardes d'enfants, etc
- rémunérer et autoriser les absences liées aux processus d'adoption
- améliorer l'accompagnement des congés longs (anticipation, reprise, respect du temps lié au congé)
- encourager l'implication des seconds parents dès les premiers moments de leur parentalité (temps d'examen, absence de sollicitations pendant leur congé, etc.)
- maintenir le salaire à 100% pendant tout le congé maternité et second parent, et mettre en place la subrogation de salaire

4.6 Risques psychosociaux

4.6.1 Harcèlement moral et sexuel

Les managers ainsi que l'ensemble des équipes sont sensibilisés aux risques de harcèlement moral et sexuel lors d'une formation dédiée et grâce à la mise à disposition du guide réalisé par l'AACC.

Les nouveaux arrivants sont ensuite sensibilisés au fil de l'eau.

4.6.2 Burn-out

Les managers ainsi que l'ensemble des équipes sont sensibilisés aux risques de burn-out lors d'une formation dédiée et grâce à la mise à disposition du guide réalisé par l'AACC.

Les nouveaux arrivants sont ensuite sensibilisés au fil de l'eau.

5 Les bonnes pratiques des affaires

5.1 La belle compétition

Cette Charte, destinée à créer un cadre toujours plus vertueux pour les appels d'offres d'agences, s'articule autour de trois engagements généraux : transparence, responsabilité et sincérité et propose, pour chacun d'eux, des critères objectifs permettant de les mettre en œuvre dans les appels d'offres. Les agences et les entreprises/annonceurs signataires de la Charte s'engagent à appliquer une part significative de ces critères dans les appels d'offres qu'ils conduisent ou auxquels ils participent, en se plaçant dans une démarche de progrès.

5.1.1 Transparence

Les agences - entreprises/annonceurs s'engagent à créer les conditions de transparence nécessaires au bon déroulement de l'appel d'offres à chacune de ses étapes et à permettre une parfaite accessibilité à l'information nécessaire à l'équité entre compétiteurs.

5.1.2 Responsabilité

Les agences - entreprises/annonceurs s'engagent dans l'appel d'offres de manière responsable, en prenant en compte les implications en termes de mobilisation des équipes et de coûts générés par ce processus de part et d'autre. L'engagement est fait dans le respect des équilibres financiers des entreprises, au regard de l'importance de l'investissement qu'il représente.

5.1.3 Sincérité

Les agences - entreprises/annonceurs s'engagent dans l'appel d'offres de manière loyale, sincère et réelle.

5.2 Charte achat responsable

Afin d'adopter des pratiques responsables vis-à-vis de ses fournisseurs, CREAMFIRST s'engage à :

- Respecter les lois et réglementations applicables en matière éthique, environnementale et sociétale
- Respecter le processus d'achat en assurant une communication claire et homogène vis-à-vis de tous ses fournisseurs et sous-traitants
- Se conformer au droit de la concurrence et à prévenir tout risque de corruption et de conflits d'intérêts
- Ne pas pratiquer de concurrence déloyale
- Ne pas divulguer d'informations sensibles et confidentielles concernant ses clients, ses collaborateurs ou toute autre partie prenante
- Réduire les risques de dépendances financières entre l'agence et ses fournisseurs et sous-traitants
- Respecter les conditions de règlement de ses fournisseurs
- CREAMFIRST demande à ses fournisseurs et sous-traitants de respecter, a minima, les mêmes engagements.

6 La protection des consommateurs.

En tant qu'agence de communication, nous avons la responsabilité de diffuser des outils éthiques, référencés, qui promeuvent une image inclusive de la société, dans les textes comme les images, d'autant plus dans l'activité de « communication santé » qui a un impact sur l'information et la santé de millions de Français.

Afin de promouvoir une communication responsable, toujours dans le cadre des réglementations qui régissent la communication pharmaceutique, mais aussi respectueuse de la cible et de la société, nous nous engageons à suivre les recommandations déontologiques du Code de l'ARPP 2017.

Dans le cadre de nos activités, notamment les recommandations transversales sur :

- La promotion de comportements alimentaires équilibrés
- La protection des enfants
- Ne pas Valoriser ou banaliser un comportement dangereux
- Protection planète
- Accessibilité aux mal entendant
- La responsabilité des messages
- ...
-

Nous avons aussi sensibilisé l'ensemble des salariés.es à la communication responsable grâce au cours créé par l'AACC et l'ADEME et avons rappelé les recommandations déontologiques du Code de l'ARPP 2017 lors d'un atelier dédié.

Chaque nouvel arrivant est ainsi formé dans le cadre du parcours d'intégration.

Découvrez Le code de l'ARPP :

<https://www.arpp.org/wp-content/uploads/2017/12/Code-ARPP.pdf>

Découvrez la formation AACC/ADEME :

<\\SRVCREGAR001N01\transferts\•POUR TOUT LE MONDE\Communication responsable\AACC ADEME COURS COM RESPONSABLE 071220.pptx>