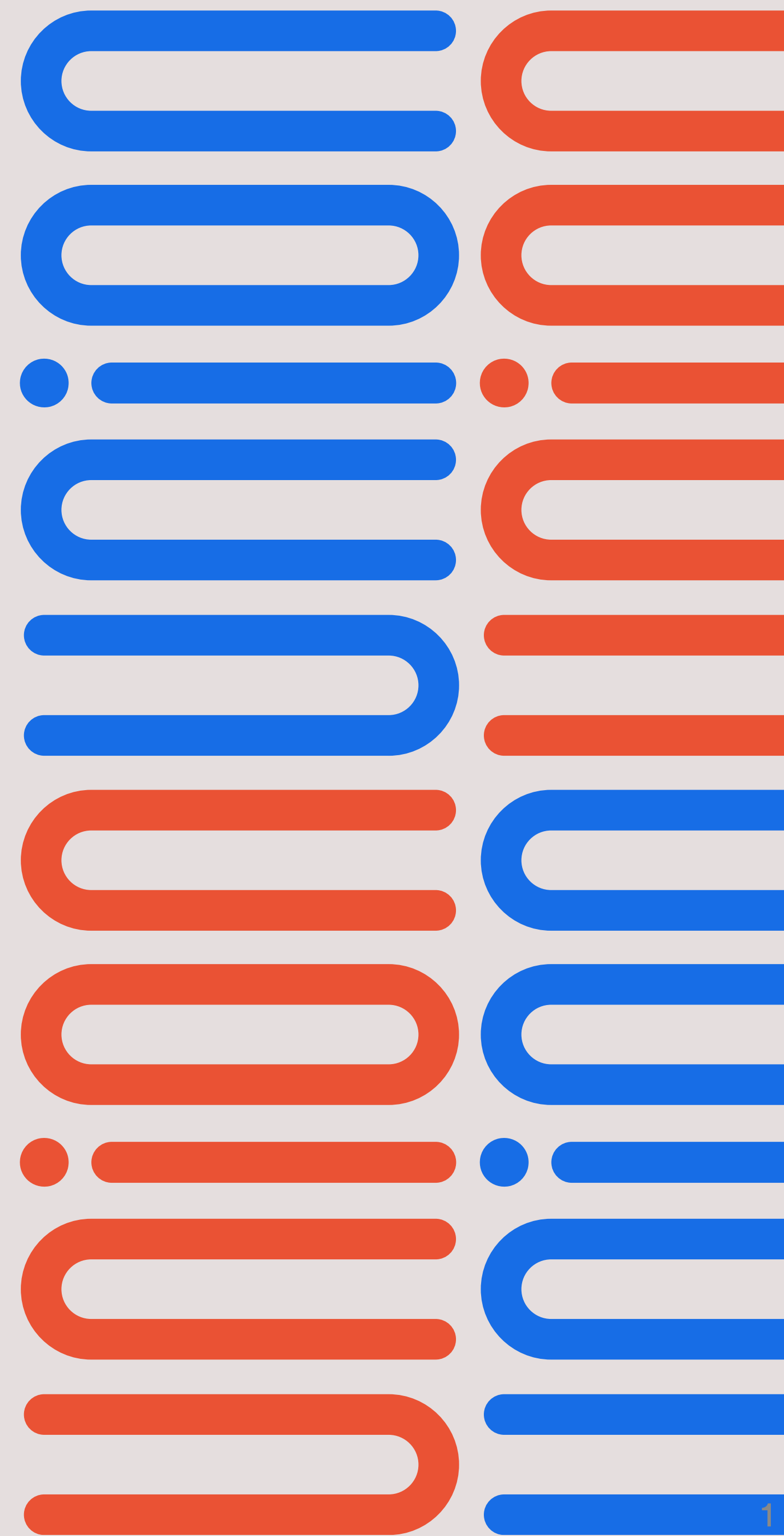


Communication sur l'Engagement avril 2024





Préambule

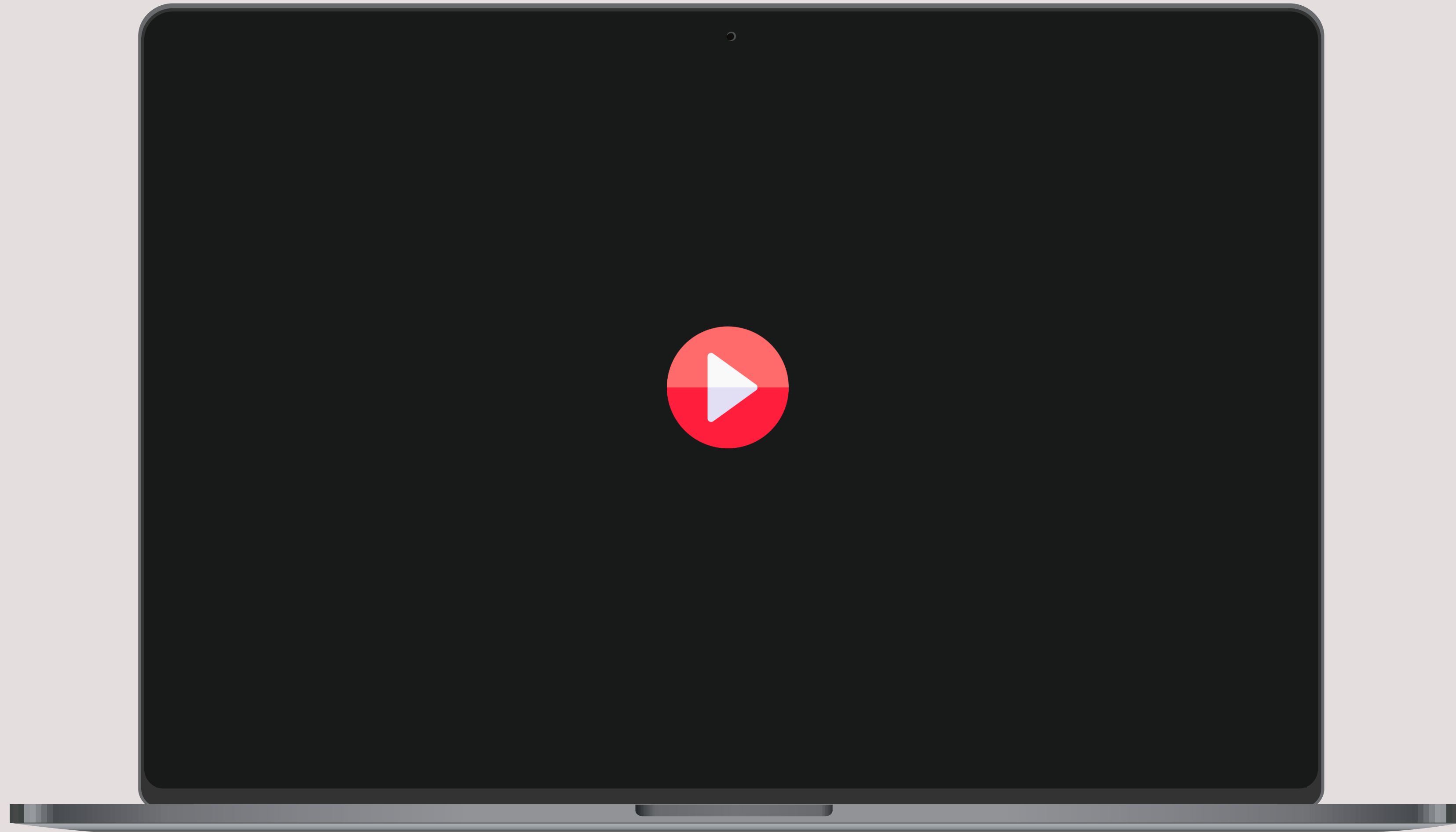
Je suis heureux de confirmer aujourd'hui que l'Union des marques réitère son soutien envers le Global Compact des Nations Unies et ses dix principes dans les domaines des droits de l'Homme, du travail, de l'environnement et de la lutte contre la corruption.

Ceci représente notre Communication sur l'Engagement auprès du Global Compact des Nations Unies. Nous y décrivons les actions prises par notre organisation pour nous inscrire dans l'agenda 2030 et soutenir le Global Compact des Nations Unies et ses principes. Nous nous engageons également à partager ces informations avec nos parties prenantes par le biais de nos principaux canaux de communication.

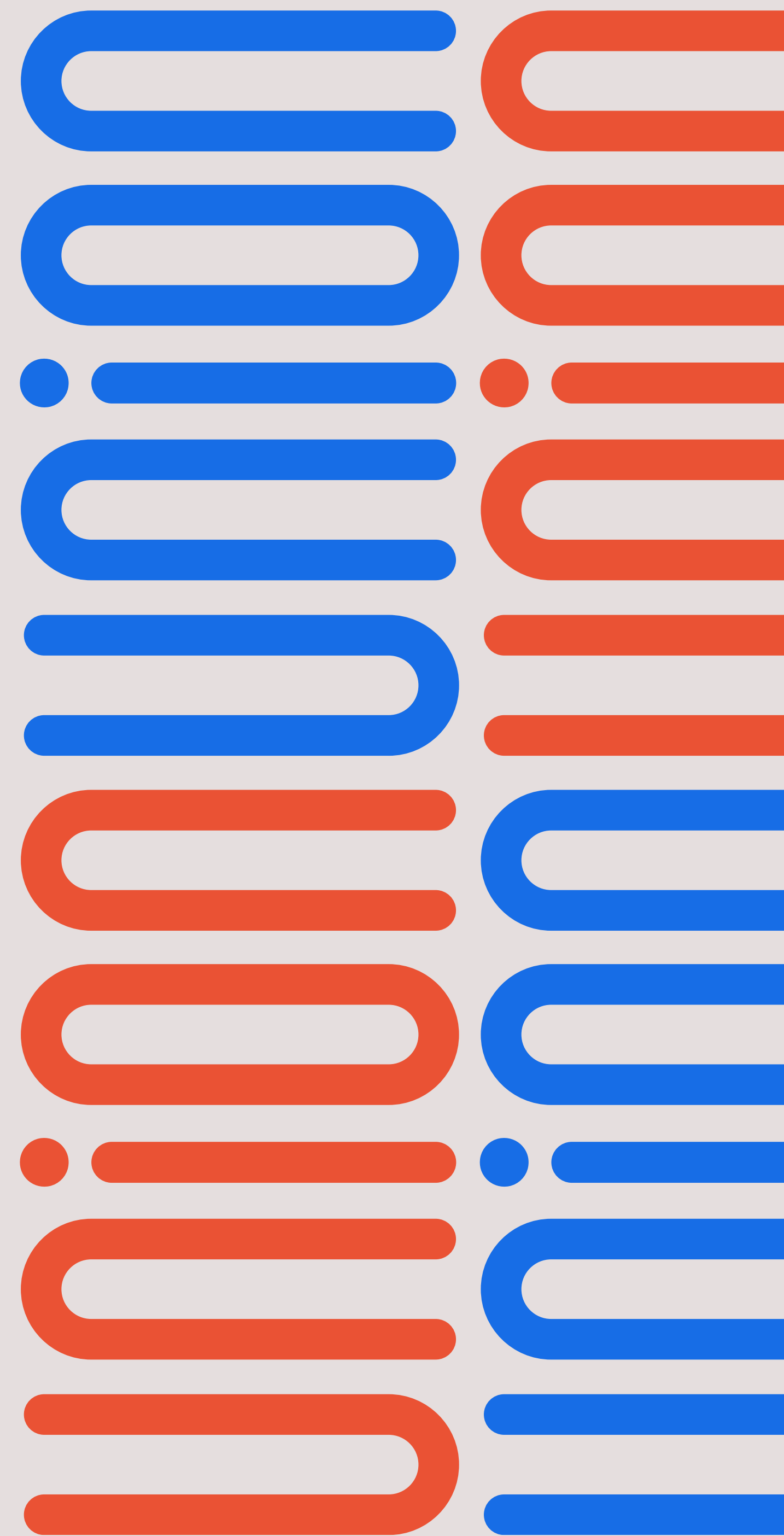
Bien sincèrement,

Jean-Luc Chetrit
Directeur Général

L'Union des marques en 1'30

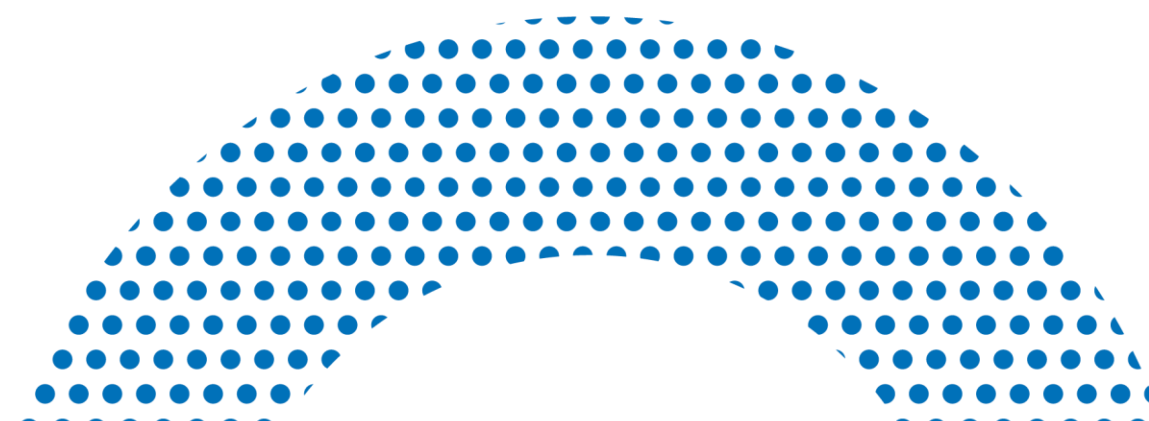


Feuille de route RSE





Notre Raison d'Être définie en 2019 :
Unis pour construire des marques durables



3 piliers pour notre action RSE, basés sur notre Raison d'Être :

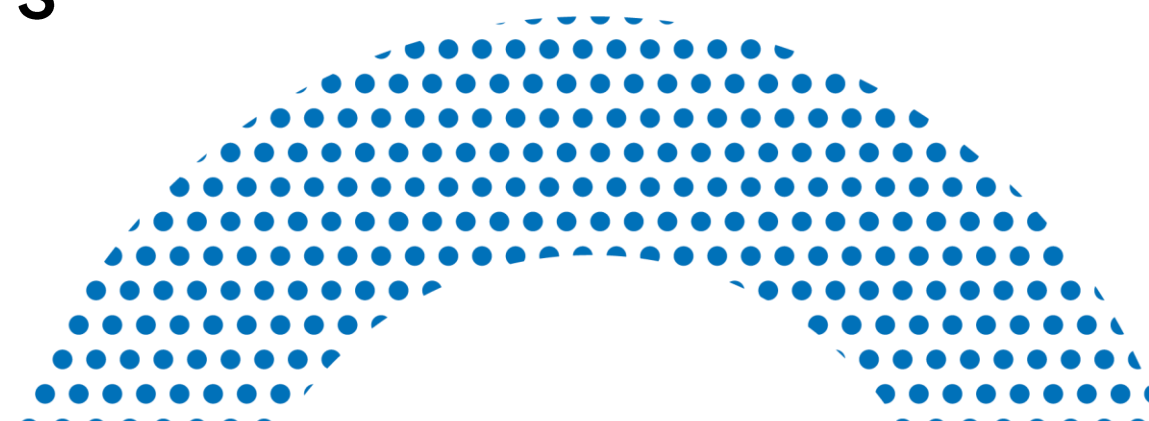
NOTRE RAISON D'ÊTRE : UNIS POUR CONSTRUIRE DES MARQUES DURABLES



Favoriser des pratiques respectueuses de l'environnement et de nos collaborateurs

Accompagner nos membres dans leur transition sociale et écologique

Être un acteur responsable sur notre territoire et fédérer nos parties prenantes



Une feuille de route, pour agir opérationnellement

FAVORISER DES PRATIQUES RESPECTUEUSES DE L'ENVIRONNEMENT ET DE NOS COLLABORATEURS

Agir pour réduire l'empreinte carbone de nos activités

Sensibiliser nos collaborateurs et adhérents à une gestion raisonnée des ressources

Assurer un environnement garantissant de bonnes conditions de travail et l'épanouissement de nos collaborateurs

ACCOMPAGNER NOS ADHÉRENTS DANS LEUR TRANSITION SOCIALE ET ÉCOLOGIQUE

Promouvoir la communication et le marketing durable auprès des adhérents

Outiller les adhérents pour mesurer et améliorer leurs impacts sociaux et environnementaux pour la communication et le marketing durable

Maintenir un dialogue permanent avec les adhérents afin de faire évoluer nos offres en cohérence avec leurs attentes

ÊTRE UN ACTEUR RESPONSABLE SUR NOTRE TERRITOIRE ET FÉDÉRER NOS PARTIES PRENANTES

Garantir une conduite éthique des affaires et sensibiliser nos équipes et adhérents aux pratiques loyales, éthiques et responsables

Fédérer et collaborer avec notre écosystème pour accélérer la transition écologique et sociale des marques

Faciliter l'accessibilité de la communication et du marketing durable

A travers ces 3 piliers, l'Union des marques développe une action plus spécifique sur 7 Objectifs de Développement Durable



Favoriser des pratiques
respectueuses de
l'environnement et de nos
collaborateurs



Agir pour réduire l'Empreinte Carbone de nos activités

Nos actions :

- Réalisation du bilan Carbone de l'Union des marques 2022 et 2023. Définition en cours de notre trajectoire de réduction.
- Emménagement dans le [réseau de co-working Morning](#), labélisé B-Corp, pour une gestion optimisée des émissions liées à notre Scope 1&2

Les leviers d'actions restant pour l'équipe de l'Union des marques se situent principalement sur 3 axes :

- L'organisation d'événements
- L'utilisation des outils numériques
- Les déplacements

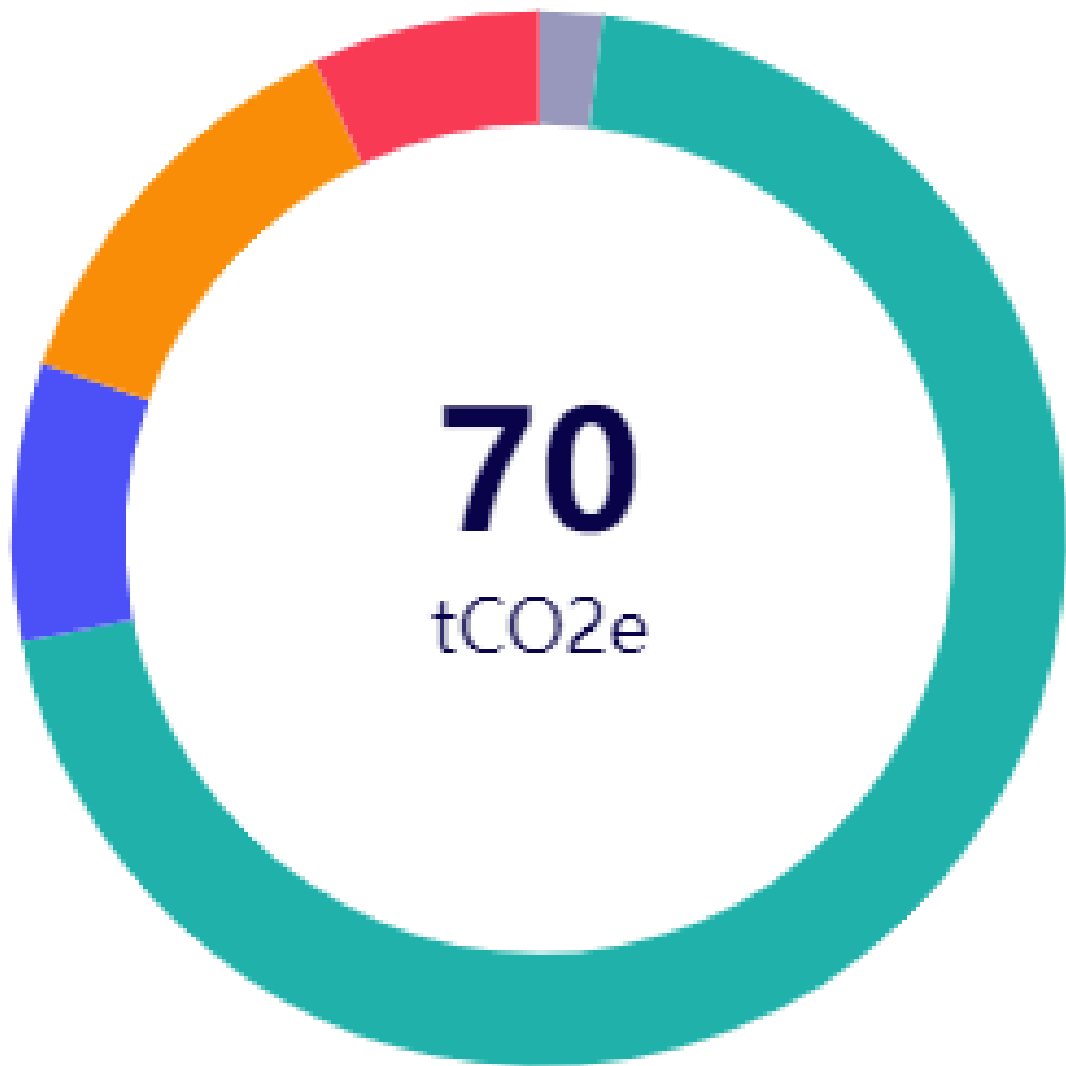
Les actions suivantes ont été déployées :

- Mise en place d'une charte d'événementiel responsable et [labélisation LEAD](#) des événements majeurs en 2023 (niveau Argent) et 2024 (niveau Or)
- Formation des équipes au numérique responsable, gestion raisonnée des achats et utilisation du numérique
- Déploiement d'une charte de mobilité (dont 100% de l'abonnement de transport en commun pris en charge par l'employeur)

Focus : bilan carbone de l'Union des marques

Émissions de CO2e

Comprenez votre impact sur le climat en entrant dans le détail de chaque catégorie.



 Produits numériques	1,4 tCO2e	→
 Opérations	49 tCO2e	→
 Achats et services support	6 tCO2e	→
 Bureaux/sites	8,8 tCO2e	→
 Déplacements	4,9 tCO2e	→

Sensibiliser nos collaborateurs et adhérents à une gestion raisonnée des ressources

Nos actions pour les collaborateurs :

- 100% des collaborateurs formés à la Fresque du Climat
- Un temps de formation dédié RSE chaque année
- L'accès aux formations de notre Brand Academy
- Un partage d'information régulier, via des posts sur le réseau interne

Nos actions pour les adhérents :

- Mise en place de formations spécifiques au sein de la Brand Academy : Fresque du Climat, Fresque de la Publicité, Fresque des Nouveaux Récits...
- Sensibilisation à nos actions lors des événements majeurs, tels que Connexions (sur place et via des articles sur notre site et newsletter)

Assurer un environnement garantissant de bonnes conditions de travail et l'épanouissement de nos collaborateurs

Nos actions pour promouvoir la santé et la sécurité au travail :

- Prise en charge à 100% par l'employeur de l'assurance santé ;
- Fournitures d'équipements ergonomiques (Chaises de bureau ajustables; Support d'écran; repose-pieds; chaises et chargeurs supplémentaires pour le télétravail)
- Informations sur les gestes et postures au travail (bureau/écran) disponible sur le SharePoint

Nos actions pour promouvoir l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle :

- Mise en place du forfait jours (211 jours travaillés par an et 17 jours de repos)
- Mise en place du télétravail (2 jours de télétravail par semaine)

Assurer un environnement garantissant de bonnes conditions de travail et l'épanouissement de nos collaborateurs

Nos actions pour promouvoir la diversité, l'inclusion et l'égalité homme/femme

- Fiche technique sur la RQTH
- Procédure en cas de harcèlement et de discrimination
- Charte sur l'accompagnement des salariés en situation de MLD et signataire de l'engagement #Workingwithcancer

Nos actions pour promouvoir le bien-être en entreprise et renforcer l'esprit d'équipe :

- Organisation d'événements équipe : des événements sociaux informels (PDJ hebdomadaires, 2 Diners et 2 Déjeuners par an), une activité récréative par an (escape-game, enquête...) ; un Teambuilding solidaire par an (une journée) ; des célébrations d'équipe (naissance, départ, réussite de l'entreprise).
- Possibilité de bénéficier gratuitement des services bien-être et des activités sportives du coworking Morning

Assurer un environnement garantissant de bonnes conditions de travail et l'épanouissement de nos collaborateurs

Nos actions pour promouvoir un management participatif et responsable :

- Réalisation des entretiens de fin d'année (100% des collaborateurs)
- Mise en place d'un baromètre social intégrant 72 questions portant sur 13 thématiques :
 - Travail à distance
 - Contexte de travail
 - Engagement
 - Evolution et épanouissement professionnel
 - Onboarding
 - Politique de rémunération
 - Qualité de vie au travail
 - RPS
 - Relations de travail et management
 - RSE
 - Stratégie d'entreprise
 - Transformation
 - Cybersécurité

Le questionnaire est anonyme et les résultats détaillés sont partagés avec l'équipe. Les solutions des points de vigilances sont décidées collectivement lors d'une réunion dédiée réunissant 100% des collaborateurs.

Accompagner nos membres dans leur transition sociale et écologique



Promouvoir la communication et le marketing durable auprès des adhérents

- Mise en place depuis 2018 du programme Faire : agir pour une communication et un marketing responsable
 - 55 entreprises membres
 - 10 ateliers dédiés par an + des groupes de travail spécifiques (empreinte carbone, engagement des équipes, IA Frugale...)
 - Développement de guides, newsletters, outils et partenariats dédiés
- Déploiement de la communauté IMPACT :
 - 6 ateliers par an, pour avancer ensemble sur l'intégration des sujets RSE au cœur des pratiques Marketing & Communication
- Développement de guides et fiches pratiques :

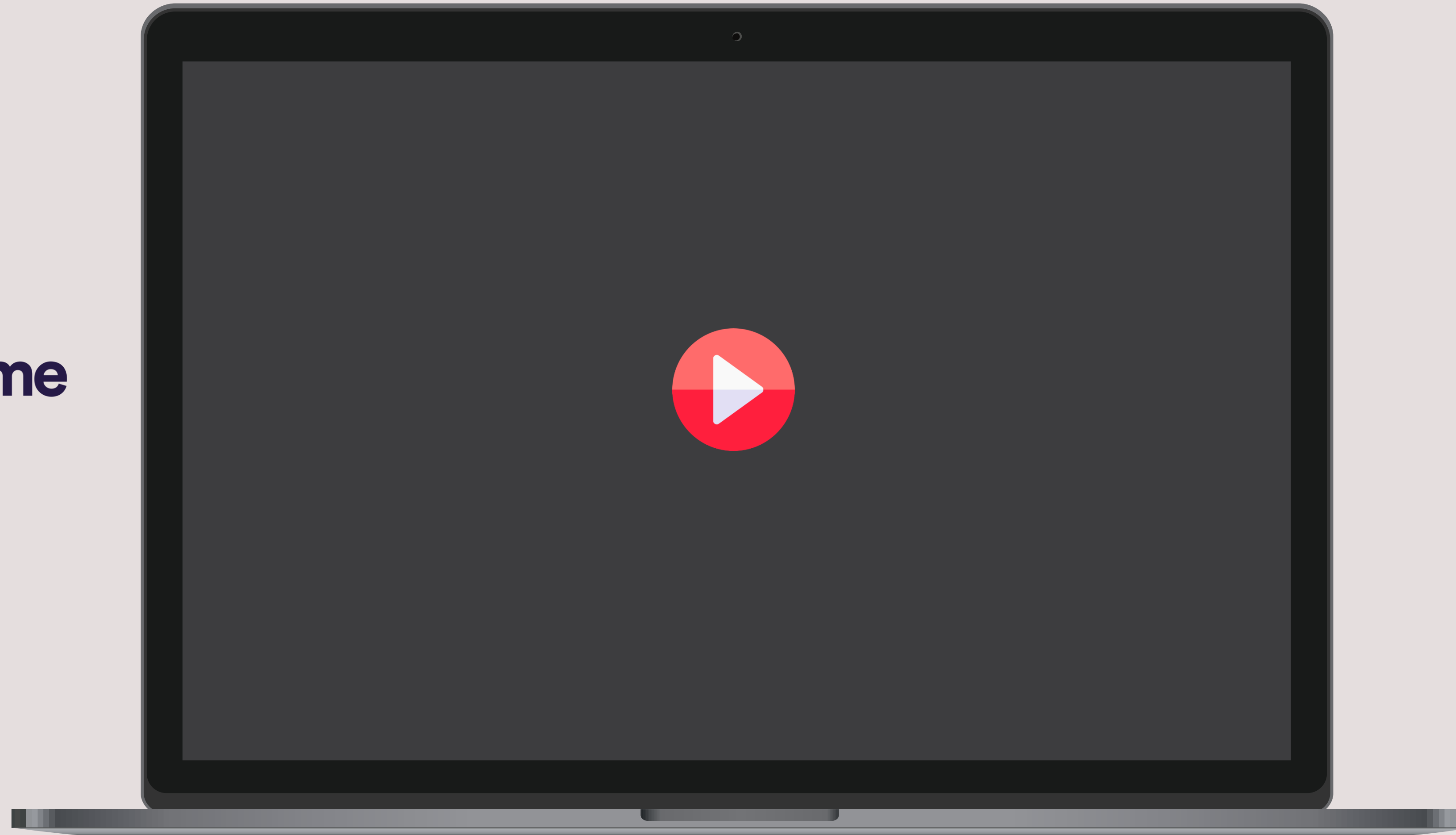
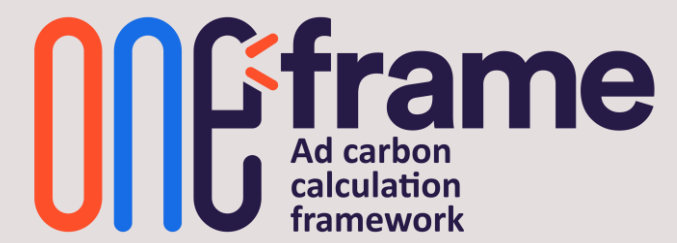
Les publications 2023/2024 :

 - Les leviers pour réduire l'empreinte carbone des campagnes de communication
 - Scope 3, décryptage de l'empreinte carbone d'une campagne
 - Représentation des comportements éco-responsables en communication
- Développement de formations opérationnelles au sein de la Brand Academy :
 - 29% des formations proposées en 2023 concernaient le marketing et la communication responsable.

Outiller les adhérents pour mesurer et améliorer leurs impacts sociaux et environnementaux pour la communication et le marketing durable

- Création de l'initiative Oneframe, pour harmoniser les méthodes de calcul de l'empreinte carbone des campagnes de communication
 - Une initiative qui permet aux marques de mieux comprendre et choisir les méthodes de calcul existantes de l'empreinte carbone de leurs campagnes
 - co-construite avec les acteurs de l'interprofession, l'appui technique de BL Evolution et un panel de marques
 - open-source
 - Évolutive
 - en lien avec les initiatives internationales menées par le GARM, la WFA et AdNetZero
- Création d'un outil d'analyse de la représentation de la Diversité & Inclusion dans les campagnes de communication
 - Un outil déployé au sein de la communauté Faire depuis 2022, complété par un guide pratique pour mieux intégrer les questions D&I dans les campagnes

Focus : Oneframe



Maintenir un dialogue permanent avec les adhérents afin de faire évoluer nos offres en cohérence avec leurs attentes

- Systématisation depuis 2023 du NPS pour toutes les formations, communautés et événements de l'Union des marques : 8,4/10 en 2023
- Systématisation des questionnaires de satisfaction pour chaque événement
- Echanges et partages de la feuille de route au sein d'instances dédiée de représentation des membres : comité de direction, conseil d'administration, assemblée générale, communauté métier

Être un acteur responsable
sur notre territoire et fédérer
nos parties prenantes



Cartographie des parties prenantes de l'Union des marques



Garantir une conduite éthique des affaires et sensibiliser nos équipes et adhérents aux pratiques loyales, éthiques et responsables

- Mise en place d'outils internes et formation des équipes pour une conduite éthique des affaires : charte concurrence, RGPD, charte des valeurs et principes de l'Union des marques, déclaration HATVP...

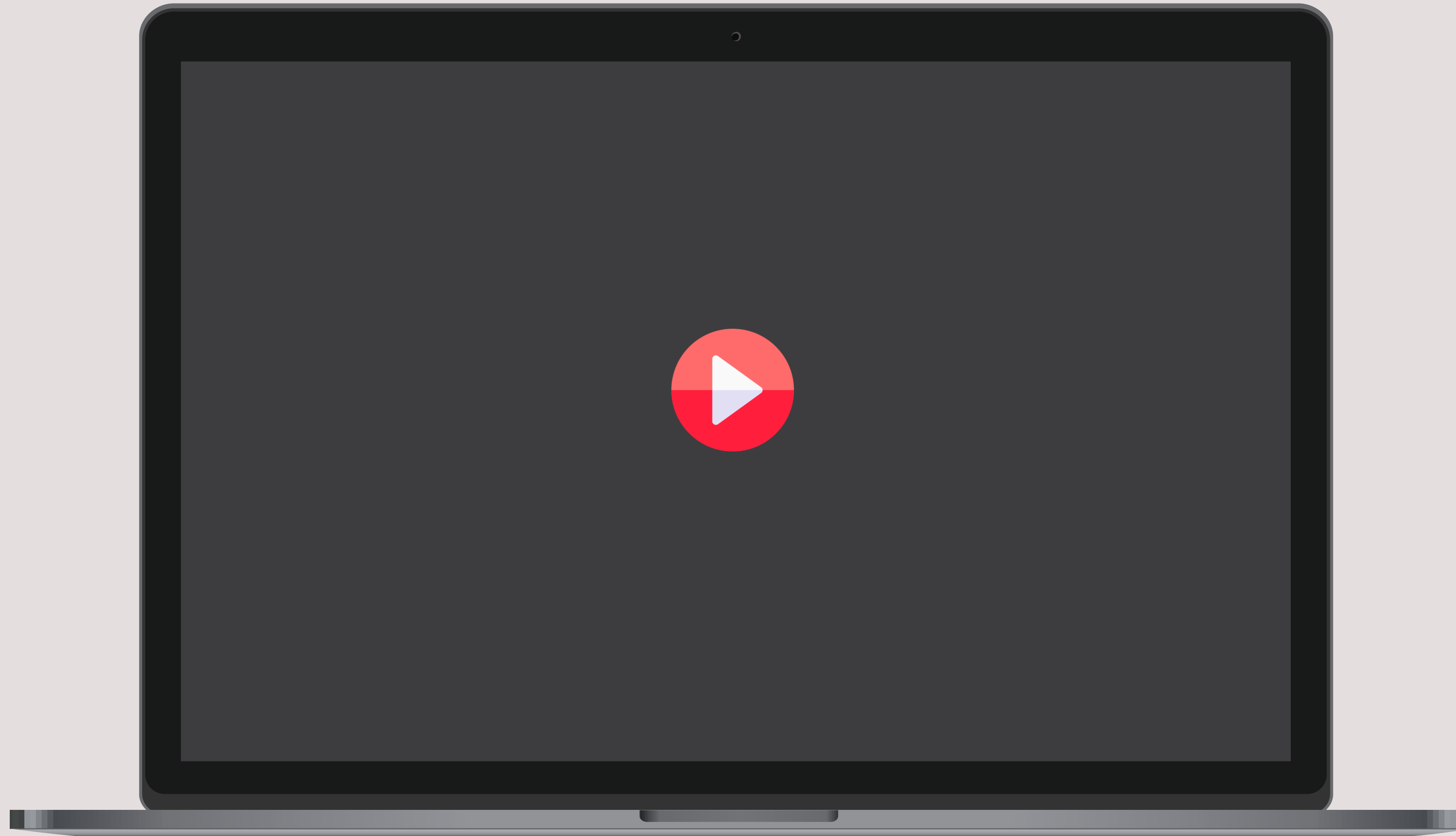
Fédérer et collaborer avec notre écosystème pour accélérer la transition écologique et sociale des marques

- Engagement volontaire dans le [dispositif des Contrats Climat](#), mis en place par l'ARCOM et le Ministère de la Transition Ecologique
- Engagement et signature des chartes : [Charte pour une représentation mixte des jouets](#), [charte d'engagements pour la lutte contre les stéréotypes sexuels, sexistes et sexués dans la publicité](#), [charte visant à promouvoir une alimentation et des comportements favorables à la santé dans les programmes audiovisuels et les publicités](#)
- Partie-prenante des travaux des instances professionnelles : ARPP, CRTM, Mediametrie, CESP...
- Participation aux travaux internationaux dans le cadre de la [WFA](#) : GARM, Planet Pledge et le mouvement global [AdNetZero](#)
- Membre du C3d
- Création d'un comité de parties prenantes externes, consultatif sur les sujets RSE

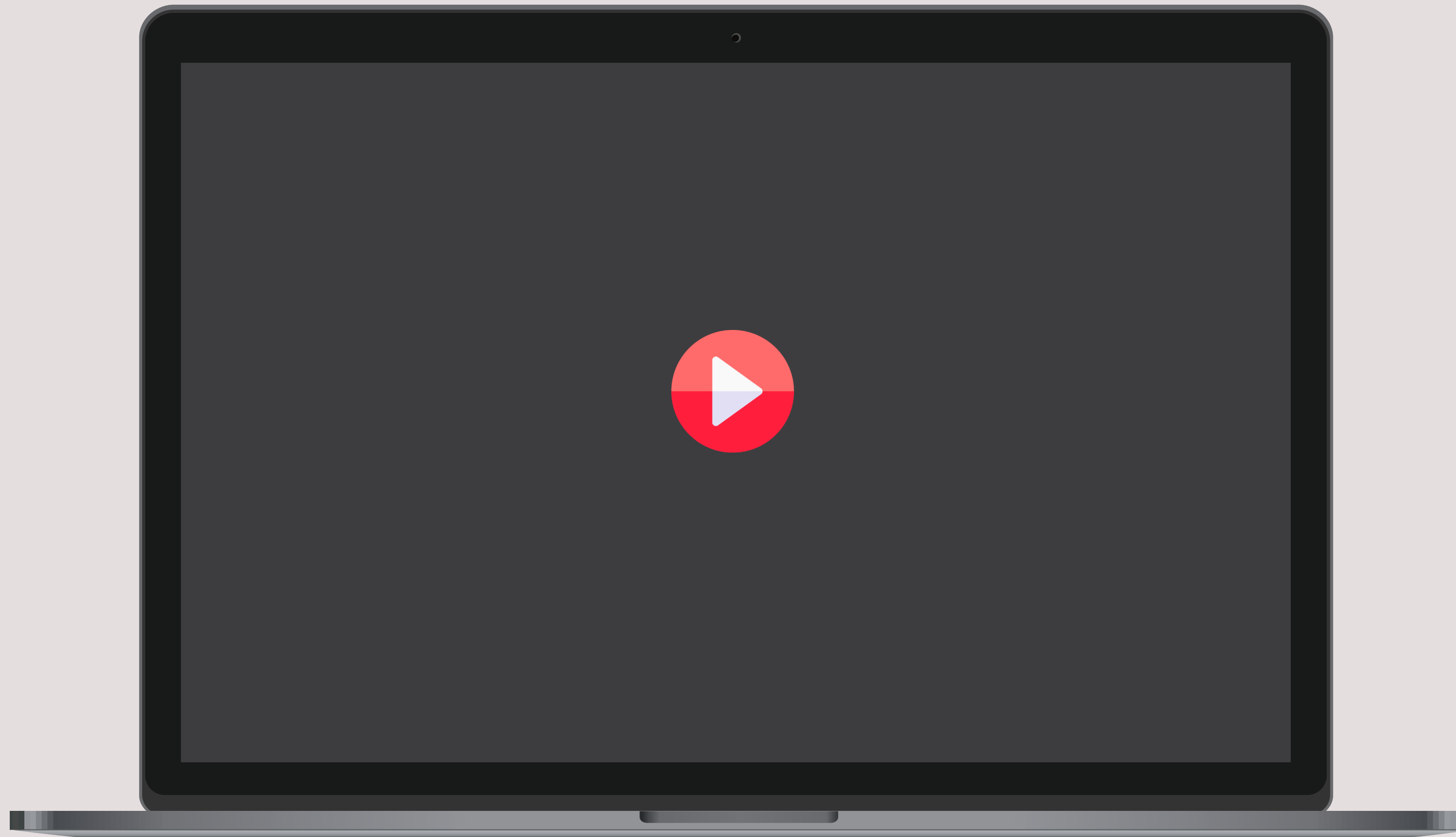
Faciliter l'accessibilité de la communication et du marketing durable

- Création des [prix REPRESENTe](#) en 2018, le prix qui récompense chaque année les campagnes de communication responsables, qui valorisent la représentation de la diversité et l'inclusion ainsi que les modes de vie et comportements éco-responsables.
- Développement et animation du [programme Mediasmart](#), qui propose aux enseignants du primaire et du collège et à leurs élèves toutes les clefs pour comprendre la publicité et les médias. Des ateliers, des mises en pratique pour prendre du recul, débattre. Des décryptages et des outils pour optimiser et promouvoir vos projets de classe.
- Membre fondateur du [Collectif Réussir avec un Marketing Responsable](#)
- Partenaire des formations : [Certificat de la communication responsable de Media Institute](#), Mooc Nouveaux Récits d'Imagine 2050 (sortie en juin 2024)

Focus : 6^{ème} édition des prix REPRESENTe – catégorie Diversité & Inclusion



Focus : 6^{ème} édition des prix REPRESENTe – catégorie Comportements éco-responsables



Focus : le programme Media Smart

- Dans un environnement où les médias sont en constante évolution sous l'influence des innovations technologiques, la distinction entre l'information et la communication est parfois complexe. Face à ces territoires d'expression toujours plus vastes, et moins bien maîtrisés, les enfants et les adolescents ont besoin d'apprendre à être responsables et capables de faire des choix. L'initiative [Media Smart](#) a **pour enjeu et objectif de les aiguiller par la formation et la sensibilisation.**
- Media Smart est **un programme pédagogique à destination des enseignants du primaire et du collège permettant d'apporter les clés de compréhension des médias et des métiers de la communication aux élèves.** Il s'agit d'une initiative européenne, lancée en France en 2009 et portée par l'Union des marques.
- Constitué [d'une trentaine de kits téléchargeables gratuitement](#) sur le site internet de Media Smart, le programme a pour vocation d'apporter les clés de compréhension des médias et des métiers de la communication. La démarche Media Smart se fixe pour objectif de donner aux enfants et aux adolescents les outils pour identifier la publicité, en comprendre le fonctionnement, développer leur prise de recul et réfléchir à leurs propres pratiques.
- Media Smart se construit autour de **quatre grands thèmes** qui expliquent :
 - ✓ Les médias et les métiers de la publicité
 - ✓ Les objectifs et le fonctionnement de la publicité
 - ✓ La publicité digitale et les réseaux sociaux
 - ✓ Le lien entre publicité et les principes citoyens
- **Depuis leurs créations, près de 29 000 kits ont été diffusés auprès des enseignants et professeurs des écoles.** En tenant le compte des effectifs de classe, plus d'un million d'élèves ont été touchés par le programme

Estimation depuis la création du programme en 2009 à partir des réponses de demande de kits par voies postales et téléchargements des kits sur le site internet.