



sobery

RAPPORT RSE

ANNÉE
2024

Sommaire

Sommaire	1
Edito	2
Présentation synthétique de Sobery	3
Notre responsabilité environnementale	4
Nos gestes climat	4
Nos actions au-delà du carbone	5
<i>Synthèse environnement : réduire l'impact au coeur de l'activité</i>	8
Notre responsabilité sociale	9
Travailler chez Sobery : une terre fertile	9
Protéger les parties prenantes	10
<i>Synthèse social : cultiver une terre fertile</i>	10
Nos achats responsables	12
Nos partenaires	12
Nos choix de supports	13
<i>Synthèse achats responsables : des achats guidés par la RSE</i>	13
Notre responsabilité économique	15
Transparence	15
Coopération	16
<i>Synthèse économie & gouvernance</i>	18
Conclusion	19
Annexe	20



Edito

Nous avons vécu cette année 2024 comme une alternance de brouillard et d'éclaircies. Il y a eu les moments de reculs, dans les discours et dans les ambitions environnementales au niveau international et chez quelques grandes entreprises.

Il y a aussi eu des avancées plus silencieuses. Nous ressentons que le marché des supports de communication bouge, sans grande révolution certes, mais de façon volontaire ou opportuniste. Nous prenons ! Parmi les observations, le basculement des catalogues vers des matériaux recyclés et la recherche des annonceurs pour du fabriqué en France.

La tendance est plutôt bonne, mais nous craignons une restriction des budgets des annonceurs. Non parce qu'elle signifierait une baisse des volumes de ventes (ce serait davantage un signe d'une meilleure communication), mais parce qu'elle pourrait engendrer une baisse dans la qualité des objets. Toujours moins chers et toujours plus jetables, les objets de communication perdent leur sens. C'est malheureusement la tendance qui a semblé se confirmer sur l'année 2024.

C'est le sens que nous avons voulu mettre en avant lors de notre changement de marque en septembre 2024, en passant de Besight à Sobery, la fabrique de la sobriété. Ce nom entre en résonance avec notre mission, avec moins de goodies inutiles et moins d'impact environnemental, pour mieux communiquer.

Quand le marché produit, produit, produit... nous, on réduit, réduit, réduit.

Si le terme de backlash écologique est prononcé en ce début de nouvelle année, nous espérons qu'il ne sera pas effectif au sein des entreprises. Au contraire, nous poursuivrons d'influencer le marché des objets et de la communication vers plus de responsabilité environnementale, comme sociale.

L'équipe Sobery

Présentation synthétique de Sobery

Sobery est une entreprise à mission dans la communication responsable. Notre métier est d'agir en partenaire de confiance auprès des entreprises pour leur conseiller des supports de communication utiles et à l'impact environnemental limité.

Nous accompagnons nos clients en leur fournissant un catalogue d'environ 300 supports de communication éco-conçus. Cette sélection des meilleurs produits repose sur plus de 6000 analyses de cycle de vie.



Notre activité vient en réponse aux besoins de communication des organisations, dans une logique de sobriété. La garantie de réduction de l'impact environnemental sur les supports de communication physiques s'effectue ensuite dans une approche de durabilité.

Les moyens humains mis en œuvre sont un socle indispensable de réussite. La responsabilité sociale que nous avons en interne se situe donc à la base de notre démarche.

Nous adoptons aussi une responsabilité intégrale sur tout ce qui entoure l'activité. Agir sur tous les pans de la RSE sur lesquels nous avons un impact est un engagement profond.

Notre responsabilité environnementale

Nos gestes climat

Sobery réalise chaque année un bilan carbone pour connaître son impact sur le changement climatique. Nous identifions les points clés qui sont sujets à réduction. Les efforts sont bien-sûr concentrés sur les plus fortes réductions d'émissions de gaz à effet de serre (GES).

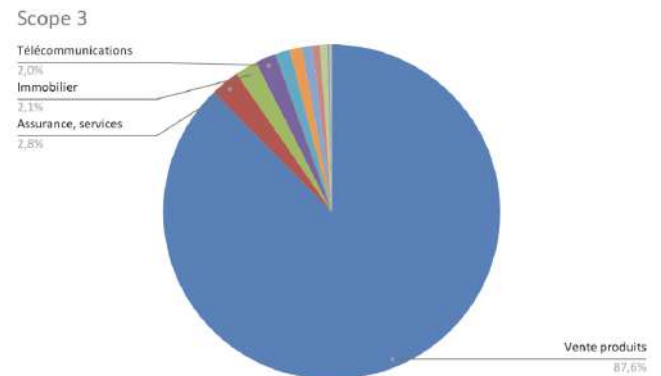
En 2024, Sobery a émis 139,9 TCO₂e¹, soit une baisse de 15,6% par rapport à 2023. La quasi intégralité de nos émissions se situent en dehors de l'activité même de l'entreprise (scope 3 de la comptabilité carbone). Ainsi, Sobery n'a émis aucune émission directe GES et seulement 0,2 TCO₂ pour sa consommation électrique cette année, soit 0,15% des émissions.

La répartition du reste des émissions s'effectue ainsi :

Scope 3 / sous-catégories	Emissions (en kg CO ₂ e)	Part du total
Vente produits	122,42	87,65%
Assurance, services bancaires, conseil et honoraires	3,88	2,78%
Immobilier	3,00	2,15%
Télécommunications	2,78	1,99%
Services	1,93	1,38%
Repas	1,68	1,20%
Produits informatiques, électroniques et optiques	1,42	1,02%
Produit agro-alimentaires transformés	1,00	0,72%
Meubles et autres biens manufacturés	0,99	0,71%
Déplacements	0,29	0,21%
Déchets	0,14	0,10%
Autre	0,14	0,10%
Total (T CO₂e)	139,67	100,00%

¹ L'ensemble des données chiffrées sont à retrouver dans un tableau récapitulatif en annexe.

La vente des produits



La vente des produits représente 87,6% des émissions du scope 3 et 87,5% des émissions totales. C'est l'enjeu majeur de la décarbonation de notre entreprise.

Afin de mieux suivre la performance de nos actions sur le climat, nous avons pris une mesure forte : Nous calculons les émissions GES de tous les produits vendus et de toutes les commandes de nos clients, avec une même méthodologie. Pour cela, nous nous basons sur les normes ISO 14040 et ISO 14044 de l'ACV (analyse de cycle de vie). Cette action nous permet de piloter notre démarche de réduction des émissions.

Nos nombreuses actions sur la sélection des supports de communication bas carbone sont à retrouver en section "achats responsables > nos choix de supports".

Notre engagement est porteur de résultats. Sur l'ensemble des ventes 2024², 84% des produits bénéficient d'une diminution de l'empreinte carbone par rapport au produit standard identifié dans sa catégorie. Avec un gain de 10 points par rapport à 2023, nous souhaitons encore augmenter cette part, jusqu'à 90% à horizon 2027.

² Nous avons exclu les ventes de print, représentant moins de 5% de l'empreinte carbone des ventes, car il n'existe pas encore de méthodologie de comparaison.

Grâce aux efforts des conseiller·es pour proposer de meilleurs supports et à l'audace de nos clients, chaque produit vendu en 2024 a permis une réduction des émissions GES de 39,8% en moyenne par rapport aux standards du marché. Cela démontre notre capacité à proposer une réelle contribution à la réduction des émissions sur le marché de la communication, à besoins et fonctions équivalentes. Sur cet indicateur de mission, nous progressons fortement.

Année	Objectif de mission	Résultat
2022		24,7%
2023	28%	35,7%
2024	36%	39,8%
2025	37%	
2030	40%	

Sobery tient également à maintenir une faible empreinte carbone sur les autres facteurs.

Nous appliquons une politique de transport bas carbone où les trajets longs se font en train tant que cela est possible et les trajets courts en transports en commun ou en vélo. Nos locaux disposent d'un local à vélo sécurisé. Nous avons aussi instauré 2 jours de télétravail par semaine, réduisant ainsi les émissions dues au transport.

De nombreuses autres actions sont tournées vers la réduction de nos émissions. Les repas offerts par Sobery sont exclusivement végétariens ; tout le matériel informatique est acheté en reconditionné ; il n'y a pas de téléphone mobile de fonction, des numéros virtuels sont utilisés directement sur le téléphone des collaborateur·ices.

Nos actions au-delà du carbone

Il est temps d'agir au-delà des émissions de gaz à effet de serre et d'éviter des reports d'impact sur les autres enjeux environnementaux.

Dans cet objectif, Sobery se donne les moyens de réduire ses impacts sur une multitude de critères. Nous mesurons l'impact de notre activité en analyse de cycle de vie (ACV). Il s'agit d'une analyse multi-critère qui prend en compte le changement climatique, mais aussi les écosystèmes (acidification, eutrophisation terrestre, eutrophisation d'eau douce, eutrophisation marine), la santé humaine (radiation ionisante, appauvrissement de la couche d'ozone, émissions de particules fines, formation d'ozone photochimique), et l'épuisement des ressources (usage des terres, épuisement des ressources minérales, utilisation des ressources fossiles). En 2024, nous avons intégré 4 nouveaux indicateurs d'impact, à savoir la consommation d'eau, l'écotoxicité d'eau douce, la toxicité humaine cancérigène et non-cancérigène.

L'ensemble de ces impacts environnementaux sont inscrits dans notre mission. Notre raison d'être prévoit de "conseiller [aux entreprises] des supports de communication [...] à l'impact environnemental limité".

Toutes les actions de sourcing produits visant à remplir notre objectif de mission sur ce point sont à retrouver dans la section "achats responsables > nos choix de supports".

Sobery met aussi en place des actions qui favorisent la vente de produits éco-conçus. Notre définition de l'éco-conception est basée sur le cadre le plus large possible : celui de l'ACV avec la méthodologie européenne PEF (Product Environmental Footprint). Nous comparons chaque produit à un standard de marché pour évaluer s'il est éco-conçu tel que défini dans la mission, c'est-à-dire s'il bénéficie d'une réduction d'impact d'au moins 25%. Toute

la méthodologie est disponible sur notre site³, bénéficie d'une mise à jour régulière grâce au travail d'amélioration continue de la méthodologie de comparaison des produits (meilleure précision des unités fonctionnelles, séparation des catégories, création de nouvelles catégories, recherche d'une catégorie de calcul pour le print). Seuls ces produits sont accessibles au public, de sorte qu'il ne peut pas être attiré par un produit à fort impact environnemental, relativement à sa catégorie.

Parmi ces actions, notre positionnement en communication est une force. Eriger en argument commercial la "garantie de réduction d'impact" est un pas en avant pour le·a conseiller·e Sobery et pour son client, avec un recul difficile sur ce principe. En interne, nous avons élaboré des procédures pour faciliter la vente de produits éco-conçus et rendre plus difficile la vente de produits non éco-conçus.

Sobery offre aussi un service de reporting d'impact environnemental. Il devient alors plus avantageux pour les clients de choisir un support de communication avec réduction

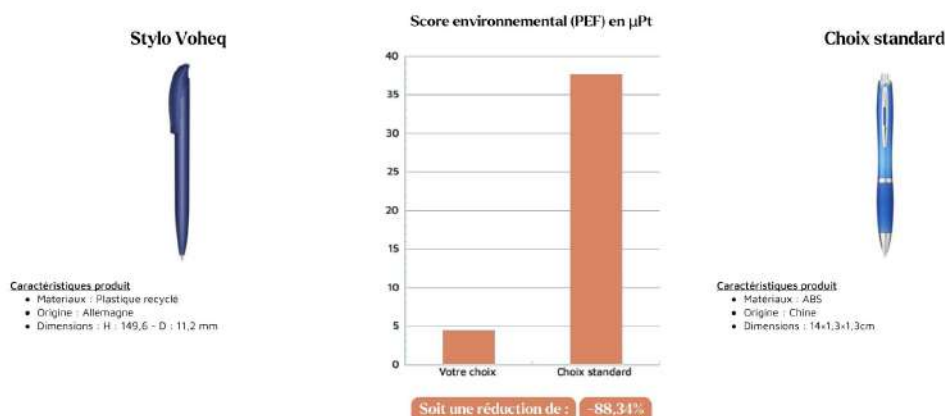
d'impact, à la fois pour justifier leur choix auprès de leurs parties prenantes et pour communiquer sur leurs efforts en matière de RSE. Des passeports produits (en exemple ci-dessous) ont été créés pour faciliter la communication des clients sur l'impact de leurs achats.

Sur 2024, 62,6% des produits vendus étaient éco-conçus⁴. Notre objectif de mission est fixé à la vente de 80% de supports de communication éco-conçus en 2030.

Année	Objectif de mission	Résultat
2022		60,7%
2023	changement de méthode ⁵	63,8%
2024	66%	62,6%
2025	66%	
2030	80%	

Passeport produit – sobery

Etude comparative basée sur l'ISO 14044 et l'EF 3.0 réalisée par nos analystes formés et certifiés par l'AFNOR sur l'ACV.
Plus d'informations sur docs.sobery.eu



3

<https://docs.sobery.eu/comprendre-la-methodeologie-de-comparaison/>

⁴ Toujours hors print.

⁵ Dû au passage au multi-critère et au changement *a posteriori* de la base de calcul de l'indicateur. Plus de détails sont disponibles dans le rapport de mission 2024.

Les autres activités de l'entreprise passent aussi par la volonté de réduire ses impacts et de maintenir une pression la plus faible possible sur l'environnement. Ainsi, nous abordons tout particulièrement l'enjeu de l'utilisation durable des ressources.

Les ressources en eau sont gérées de manière à éviter tout gaspillage. Les robinets d'eau de notre prestataire d'espaces de travail disposent de détecteurs de mouvement, ce qui permet de réduire les pertes.

Les ressources en matières sont gérées dans une logique de sobriété et de circularité. Aucun téléphone n'est acheté par Sobery, car nous utilisons des numéros professionnels virtuels. Les ordinateurs sont intégralement achetés en reconditionné. Les échantillons reçus et qui ne sont plus en vente auprès des fournisseurs sont régulièrement distribués aux collaborateur·ices et dans les ressourceries proches, leur donnant une seconde vie.

Environnement : Réduire l'impact au cœur de l'activité

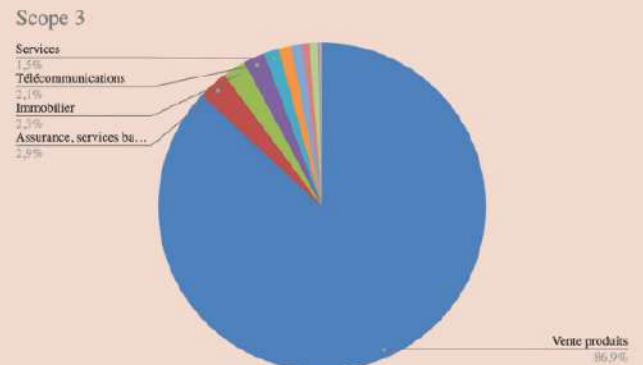
EN QUELQUES MOTS...

1

CONSTAT

Les achats directs représentent 87% de notre BEGES et sont aussi l'impact de notre chaîne de valeur

BEGES du scope 3, Sobery 2024



2

ACTIONS

Des objectifs de missions qui nous poussent à réduire notre impact // Un catalogue de supports dont 100% suivent notre ligne d'éco-conception

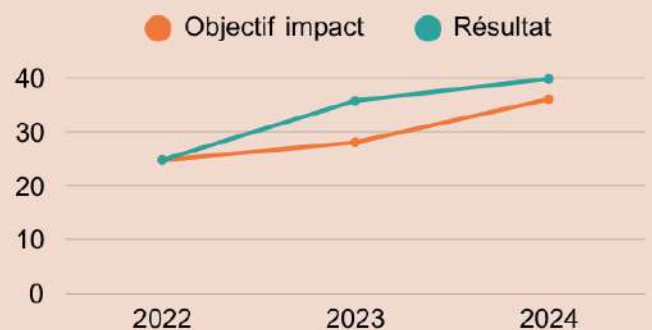


3

RÉSULTATS

62,6% de produits éco-conçus vendus // Baisse de 39,8% des émissions GES et de 28,8% de l'empreinte environnementale en moyenne par produit

Emissions GES réduites par produit en moyenne



Notre responsabilité sociale

Travailler chez Sobery : une terre fertile

Sobery recherche les meilleures conditions de travail pour ses collaborateur·ices. Nous évaluons chaque année tous les aspects liés au bien-être physique et mental de chacun·e à travers un questionnaire de qualité de vie au travail (QVT). Ce questionnaire est suivi d'actions amélioratives, mises en place dans les délais les plus courts pour répondre aux attentes légitimes. Le souci des conditions de travail optimales est présent au quotidien et la structure de Sobery permet de pouvoir émettre un sujet lié à la QVT à tout moment ou lors de cadres précis (réunions hebdomadaires).

Il est important d'avoir un climat de confiance au sein de l'entreprise. Pour cela, Sobery a choisi un management en auto-gouvernance. Cette forme particulière de management implique que chacun·e ait ses domaines de compétences qu'il ou elle fait fructifier dans ses missions et en tant qu'initiateur·ice d'une *task force*⁶. La confiance est inhérente à ce modèle, qui favorise l'autonomie et la responsabilité.

Cette confiance nous permet d'avoir une communication interne que nous espérons la plus ouverte possible. D'après le questionnaire QVT 2024, 29% des collaborateur·ices ont noté la communication interne à 4/4 et 71% l'ont notée à 3/4⁷. La confiance a été ressentie dans 100% des cas d'après ce même questionnaire,

⁶ Regroupement de collaborateur·ices pour un projet interne défini dans le temps et avec un ou plusieurs objectifs précis.

⁷ Sur une échelle de Likert de 1 (pas fluide et officieuse) à 4 (fluide et officielle).

tout comme le fait d'oser demander de l'aide ou des conseils aux collègues.

La santé des collaborateur·ices est une priorité chez Sobery. Lors de l'établissement des valeurs de l'entreprise en 2020, nous avons ancré le fait de "cultiver une terre fertile". Nous sommes donc attachés en premier lieu à un bon équilibre entre la vie professionnelle et la vie personnelle. Nous mettons à disposition un numéro de téléphone professionnel désactivable en un clic en dehors des horaires de travail pour une meilleure déconnexion. Aussi, la flexibilité de la part de l'entreprise sur les horaires de travail est pratiquée pour permettre aux salarié·es de se reposer après une surcharge potentielle de travail ou pour toute autre contrainte personnelle. La gestion du temps de travail se fait donc en autonomie dans le respect du temps de travail contractuel et des quelques contraintes liées au métier. Pour une meilleure santé mentale, Sobery souhaite entretenir des relations de travail saines. Nous mettons l'accent sur l'intégration, de par un recrutement sur la vision et les valeurs de l'entreprise, ainsi que par un processus d'onboarding favorisant les échanges. Une sensibilisation aux sujets de la diversité, de la discrimination et du harcèlement a également été donnée à l'ensemble des collaborateur·ices, sous forme de formation interne.

La santé physique est aussi un impératif. Sobery a évalué les risques et a mis en œuvre des améliorations sur les équipements via la mise en place du DUERP, mis à jour annuellement. Cette vigilance permet de maintenir le nombre d'accidents à zéro depuis la création de Sobery. Une mutuelle et une prévoyance santé haut de gamme (Alan puis Benefiz fin 2024) est disponible avec des prix réduits sur l'optique, le dentaire, l'auditif et la médecine douce.

Sobery soutient ces bonnes conditions de travail aussi en assurant de bonnes conditions de vie et des perspectives au sein de l'entreprise ou en dehors. Souhaitant apporter des rémunérations justes, Sobery a fixé dans sa stratégie un écart de rémunération horaire brut maximal à 2,5. En 2024, cet écart était de 1,58.

Nous sommes particulièrement actifs dans le développement des compétences. Nous interrogeons annuellement les besoins et désirs des collaborateur·ices sur de nouveaux projets, de nouvelles responsabilités ou des formations externes lors de l'entretien professionnel et du questionnaire QVT. La formation en interne est aussi très développée. Chaque collaborateur·ice participe à un e-learning créé par Sobery et disponible lors de son onboarding. Les conseiller·es sont formé·es dès leur arrivée chez Sobery. Un plan de formation a été mis en place, disposant de 4 modules : commerce, communication et achats, administration des ventes, RSE. Il s'agit de 400 heures de formation dispensées à 2 collaborateurs. Ces actions liées aux compétences professionnelles sont valorisées par les différentes missions offertes et la prise de responsabilité chez Sobery, mais aussi valorisables pour la poursuite des carrières.

Protéger les parties prenantes

L'impact social de Sobery ne s'établit pas qu'au sein de l'entreprise, mais aussi en dehors, en particulier sur sa chaîne de valeur.

Nous faisons le choix de limiter autant que possible les risques sociaux en amont de notre activité. Il s'agit d'avoir une production plus locale où les normes sociales sont plus fortes, et de vérifier les audits sociaux des usines de production. Ces mesures sont à retrouver dans la section "Achats responsables".

Sobery met en place des actions qui visent à protéger les acteurs économiques, pour lesquels les crises n'épargnent pas les situations sociales des individus qui en sont dépendants. En tant qu'acheteurs, notre responsabilité concernant la santé économique de nos fournisseurs est forte. Le processus de paiement est optimisé et nous avons mis en place un outil pour le respect total des délais de paiement. Nous pratiquons une politique tarifaire du prix juste, en respectant des marges décentes et pour ne pas appliquer des prix anti-concurrentiels.

Au-delà de l'aspect financier, la sécurité des parties prenantes est assurée par Sobery. Les consommateurs sont protégés des risques liés à la dangerosité potentielle des produits grâce à la vérification des certificats de conformité européens. Les clients comme tout autre acteur dont les données sont susceptibles d'être en notre possession bénéficient d'une protection par le respect de la RGPD. Nous encourageons les parties prenantes à tout signalement d'activité illicite en matière de sécurité de l'information à l'adresse contact@sobery.eu, comme pour toute forme de corruption ou autre sujet contrevenant à notre charte éthique.

Nous agissons enfin en bout de chaîne, sur une seconde vie sociale des supports de communication. Nous effectuons de nombreux dons à des associations et des ressourceries, à travers les stocks inutilisés de nos clients et les anciens échantillons que nous possédons. Ces dons font l'objet de partenariats à retrouver en section "Economie & gouvernance > Coopération".

Social : Cultiver une terre fertile

EN QUELQUES MOTS...



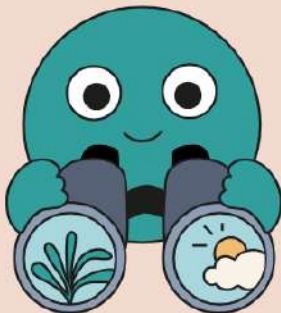
Management en auto-gouvernance

C'est un climat de confiance mutuelle en interne, de l'autonomie et des prises d'initiatives.



Espace de bien-être

C'est une gestion du temps de travail en autonomie, une intégration soignée et une déconnexion hors du travail.



Accélérateur de perspective

C'est une rémunération juste, de nombreuses formations et de nouvelles responsabilités.

Nos achats responsables

Nos partenaires

Sobery a mis en place une politique d'achats responsables ambitieuse suivie d'actions, étant donné la prédominance des achats dans l'activité de l'entreprise.

Nous sélectionnons nos fournisseurs selon des critères sociaux et environnementaux. Pour y parvenir, nous procédons à la récupération et au contrôle des documents légaux et d'assurance, conformément à l'obligation de vigilance⁸. Au-delà de la réglementation, nous vérifions également la démarche RSE des entreprises. Toutes les preuves sont ainsi conservées dans un outil, en cours d'internalisation et prévu pour le premier semestre 2025, qui nous alerte de l'expiration des documents et permet une mise à jour régulière.

Fin 2023, nous avons établi une charte d'engagement pour nos fournisseurs, assimilable à un code de conduite spécifique aux enjeux RSE. Elle est basée sur nos attentes quant à la transparence sur les produits, en particulier dans l'objectif de calculs de l'impact environnemental, ainsi que sur nos attentes notifiées dans la charte éthique de Sobery et ayant attiré notamment aux conditions sociales et de travail, à la sécurité des travailleur·ses et des données, à la lutte contre la corruption et les fraudes. 15 fournisseurs, représentant 69,8% de nos achats sur les 3 dernières années, ont signé cet engagement, soit 5 points au-delà de notre objectif annuel. Nous souhaitons avoir un taux de couverture de 75% en 2025 puis de 80% en 2026.

Année	Objectif	Résultat
2024	65%	69,8%
2025	75%	

Pour aller au-delà des engagements et de la documentation RSE, nous réalisons des audits auprès de nos fournisseurs. L'évaluation porte sur les achats, les mesures sociales et environnementales observées et décrites. Nous auditions exclusivement les entreprises productrices, car l'essentiel des risques se situe au niveau de la production⁹. Sur la période 2023-2024, 3 fournisseurs ont passé l'audit, représentant 14,1% de nos achats¹⁰. D'autres vont suivre en 2024, afin d'atteindre une couverture de 15% des achats.

Année	Objectif	Résultat
2024	10%	14,1%
2025	15%	

Sobery sensibilise en continu ses fournisseurs historiques et compte sur l'amélioration de tous. Néanmoins, pour répondre aux fortes exigences que nous nous fixons, nous sourçons régulièrement de nouveaux fournisseurs, avec l'objectif de trouver des alternatives sur une fabrication en France et en Europe, ainsi que sur des produits à plus faible impact environnemental.

Afin de faire valoir notre expertise et de s'inspirer des meilleures pratiques, Sobery est engagée dans le parcours national des achats responsables. Nous sommes d'ailleurs signataires de la charte RFAR (relations fournisseurs et achats responsables).

⁸ Loi Sapin 2.

⁹ Estimation des risques issue de notre charte achats responsables.

¹⁰ Toujours sur les 3 dernières années, 2022-2024.

Nos choix de supports

Il ne suffit pas d'avoir un fournisseur responsable pour s'assurer d'un achat responsable. Nous raisonnons toujours sur la responsabilité du produit dès qu'il s'agit d'effectuer un achat.

D'un point de vue social, nous exigeons des supports présents sur notre catalogue qu'ils aient été produits dans de bonnes conditions sociales. Nous nous basons sur le *Social Risk Index* (SRI) qui classe les pays selon leur niveau de risque social. Les usines dont les produits sont issus de pays à fort risque social doivent obtenir une certification telle BSCI, SMETA ou un équivalent. Pour les supports fabriqués dans les pays à faible risque social comme la France, la certification n'est pas obligatoire. 100% des supports du catalogue de supports éco-conçus bénéficient de la garantie sociale minimale des travailleur·ses. Ainsi, Sobery limite ses risques sociaux sur la chaîne de valeur amont.

D'un point de vue environnemental, notre première mesure est d'exclure certains produits à la vente. Pour des raisons qui touchent à la sous-utilisation de produit, au manque de durabilité ou au greenwashing, nous avons inscrit l'interdiction de proposer certains produits dans notre charte achats responsables. Cette mesure concerne par exemple les produits à usage unique (hors papier et consommables) et la présence de bambou¹¹.

Le niveau supérieur est la conditionnalité pour l'achat de nouveaux produits. Nous avons mis en place un système de notation interne qualitative des produits, prenant en compte le pays de fabrication, le moyen de transport, la renouvelabilité des matériaux et la recyclabilité du produit. Même qualitatif, ce système se base sur des études scientifiques comme

l'*Environmental Performance Index* (EPI)

et sur le fruit de notre collaboration avec Veolia pendant 2 ans sur la recyclabilité. Les supports de communication avec un score trop faible ne sont pas proposés par nos conseiller·es.

Autrement, ils peuvent l'être mais ne sont pas automatiquement insérés dans le catalogue.

L'entrée d'un produit au catalogue de supports éco-conçus constitue la dernière étape de la responsabilité environnementale d'un achat. Tous les produits passent l'épreuve de l'analyse d'impact en ACV. S'il y a une réduction d'impact suffisante établie par rapport au standard de la catégorie, alors le support en question bénéficie de la visibilité du catalogue. Il est aussi favorisé dans les propositions aux clients de par les processus internes liés à l'objectif de mission de Sobery.

De nombreux efforts ont été réalisés pour relocaliser la production. Parmi nos supports en catalogue, 34% sont fabriqués en France et 60% en Europe.

Nous exigeons aussi d'un support responsable qu'il soit à la hauteur de ses promesses. C'est pourquoi nous vérifions les allégations de nos fournisseurs. La présence de labels reconnus est analysée pour les matériaux biologiques ou recyclés. Les caractéristiques techniques portant sur la qualité des produits sont mises au défi par les consommateurs à l'usage. Nous interrogeons les clients sur les performances des nouveaux produits pour s'assurer de leur pleine utilisation. Une procédure de reporting SAV a été mise en place pour s'assurer du respect de la qualité, du coût, du délai et de l'attention portée. Un formulaire interne est à remplir pour chaque retour négatif d'un client et pour chaque problème lié à un fournisseur ou à un produit particulier. Des actions sont générées en fonction de l'importance et du potentiel de récurrence du problème soulevé. Tous ces éléments sont notifiés dans les fiches produits pour ne pas tromper les acheteurs.

¹¹ Voir notre enquête sur ce matériau : <https://articles.besight.co/blog-le-bambou-ecologie-ou-greenwashing/>

Achats responsables : Des achats guidés par la RSE

EN QUELQUES MOTS...

Les fruits : des supports éco-socio-conçus

Ils sont sélectionnés sur la base d'une garantie de conditions sociales et d'une réduction d'impact environnementale.

Les supports de notre catalogue bénéficient à 100% de la garantie sociale minimale, sont à 100% éco-conçus, sont fabriqués à 34% en France et à 60% en Europe.

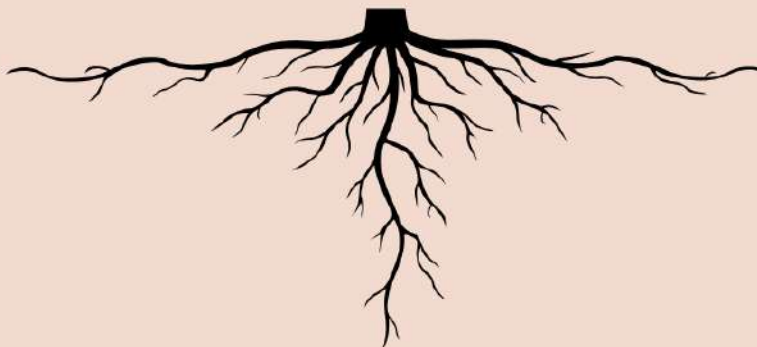
Le tronc : les conseillers experts

Notre équipe de conseillers formée aux achats responsables est garante de la bonne application de notre politique stricte.

Les racines : des fournisseurs engagés

Ils sont sélectionnés sur la base d'une démarche RSE vérifiée avec le souci de l'impact environnemental, social et local.

70% des achats proviennent de fournisseurs ayant signé notre charte d'engagement et 14% d'usines auditées par notre équipe.



Notre responsabilité économique

Transparence

Nous sommes convaincus que la transparence est un principe fondamental de la responsabilité d'une entreprise. Sobery tente d'appliquer ce principe sur les relations entretenues avec toutes ses parties prenantes.

En interne, toutes les informations financières et commerciales de l'entreprise sont accessibles aux collaborateur·ices. L'ouverture des informations facilite la confiance entre l'équipe dirigeante et les salarié·es, et stimule les prises d'initiatives. Sobery a décidé de passer à un modèle d'organisation en auto-gouvernance en 2020. La culture de la transparence est, depuis, bien intégrée.

La transparence est aussi un engagement fait à nos clients. Sobery délivre un maximum d'informations transmissibles aux acheteurs. C'est grâce à notre politique d'achats responsables que nous sommes en capacité de fournir des détails sur l'origine des produits et sur les matériaux utilisés¹². Depuis fin 2024, l'empreinte carbone est affichée systématiquement pour chaque produit sur le site, permettant aux utilisateurs de sélectionner les supports les moins carbonés. Nous donnons un accès à un reporting complet sur l'impact environnemental via le compte client. Il est également possible de récupérer les résultats de l'impact social. Pour chaque client qui en fait la demande, le·a conseiller·e, accompagné·e parfois d'un·e analyste RSE interne, prend le temps d'expliquer la signification des impacts

¹² Lorsque l'information ne relève pas du secret industriel.

et les pratiques pour communiquer les résultats sans greenwashing.

Cette transparence, atout sérieux pour la communication RSE et pour le respect des normes de reporting CSRD, nous oblige à protéger les données des utilisateurs. Une série de procédures de sécurité a donc été mise en place dans le respect de la RGPD et pour éviter un risque de cyberattaque.

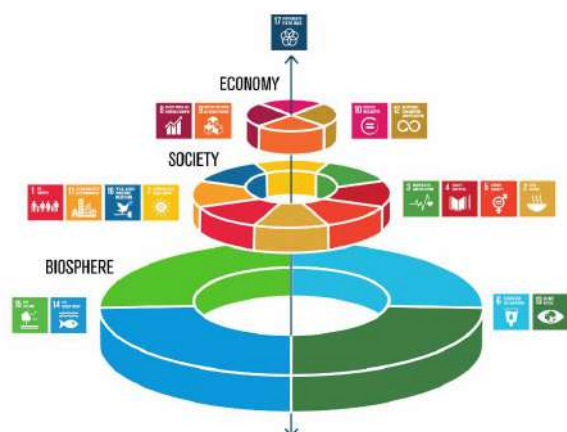
Le site Internet de Sobery est une source d'informations disponibles au public, à la fois sur notre organisation et sur nos produits et services. Notre démarche globale y est présentée à travers ce rapport RSE et un rapport de mission annuel avec l'avis de l'audit. Sur le catalogue de supports éco-conçus, les fiches produits sont détaillées et font systématiquement apparaître le pays de production. Les prix affichés sur le site incluent déjà le marquage et un transport moyen. Il n'y a pas de coût caché. Aussi, nous publions la méthodologie de calcul d'impact et de comparaison, nécessaire à la compréhension de nos arguments et à la possibilité de toute critique.

La transparence vis-à-vis des entreprises clientes place Sobery en tant que partenaire de confiance dans la délivrabilité des supports de communication. Couplée à un engagement RSE fort et à un service client de haute qualité, elle permet d'atteindre notre deuxième objectif de mission. Le taux de satisfaction atteint 98,8% sur la base du trust score fin 2024. Les avis de l'année écoulée uniquement sont à 100% de satisfaction. Ces excellents résultats portent le trust score à 4,9/5.

Année	Objectif de mission	Résultat
2022	4,8/5 - 97%	4,8/5 - 98,6%
2023 / 2024		4,9/5 - 98,8%
2025+		

Coopération

La coopération économique est le second principe de toute entreprise responsable. Elle est une opportunité pour l'essor de l'économie locale, pour des pratiques loyales et pour la propagation de la RSE dans la chaîne de valeur. Elle s'inscrit d'ailleurs en point transversal des Objectifs du Développement Durable de l'ONU, selon la vision du Stockholm Resilience Center¹³.



Sobery applique cette coopération dans sa gouvernance. La présence d'un comité stratégique est inscrite dans les statuts de l'entreprise. Il inclut les indépendant·es avec lequel·les Sobery travaille en étroite collaboration et agit comme un organe de surveillance et d'administration qui prend des décisions générales et qui les soumet ensuite à l'approbation des collaborateur·ices. Le comité est composé des deux dirigeants, d'un salarié (passé indépendant en cours d'année) et de deux indépendant·es.

Les collaborateur·ices sont aussi régulièrement sollicité·es pour participer aux décisions stratégiques. Les décisions sont collégiales lorsqu'elles ne concernent pas un intérêt purement opérationnel. Cette mesure fait partie du dispositif de management en auto-gouvernance. Les salarié·es sont aussi

13

<https://www.stockholmresilience.org/research/research-news/2016-06-14-how-food-connects-all-the-sdgs.html>

incités à s'intéresser davantage à la stratégie de l'entreprise avec la délivrance de BSPCE. Fin 2024, 75% des salariés bénéficient de cet avantage.

Nous mettons en place des partenariats avec nos fournisseurs comme avec nos clients pour responsabiliser l'ensemble de la chaîne de valeur. Notre action la plus significative concerne notre offre de service d'éco-conception aux entreprises productrices et importatrices. Sur un premier accompagnement en 2021, notre fournisseur Xoopar a modifié toute une gamme de produits suite à nos recommandations. Nous sommes aujourd'hui reconnus pour la qualité de la mesure et les conseils sur la réduction d'impact. Sobery participe aussi à la création de nouvelles gammes de supports en partenariat avec les producteurs. Nous avons lancé avec Bonjour François, fabricant français de textiles, une offre d'upcycling de bâches en sacs, pochettes et trousse.

Sobery propose à ses clients, lorsque cela est possible, la reprise des supports de communication pour upcycling. Cette offre permet d'éviter les nuisances liées à la fin de vie d'un produit et celles liées à l'extraction des matières premières d'un nouveau produit. La communication peut mettre en lumière une démarche d'économie circulaire et inspirer d'autres pans de l'entreprise. L'alternative est la reprise pour don à des associations. Notre partenariat avec le Samu Social de Paris permet de venir en aide à de nombreuses personnes exclues, notamment grâce à la fourniture de vêtements. La mise en relation entre nos clients et les associations permet le don de plusieurs centaines de kilos de produits chaque année, bien que la quantité exacte soit difficilement chiffrable.

Nous pratiquons également le don en interne. Les échantillons reçus et qui ne sont plus en vente auprès des fournisseurs sont

régulièrement distribués dans les ressourceries proches. Il s'agit à la fois de faire vivre l'économie sociale et solidaire, l'économie locale et l'économie circulaire.

Sobery s'associe avec d'autres entreprises de l'écosystème de l'éco-conception. Nos équipes sont en discussion continue avec des expert·es des différentes filières de notre activité pour pouvoir améliorer à la fois notre méthodologie de calcul d'impact et nos recommandations de supports. Nos partenariats s'établissent aussi sur des projets concrets. Nous réalisons par exemple des opérations avec Fairspace, spécialiste de l'aménagement de bureaux durables, pour combiner la mise en place de mobiliers et de supports de communication éco-conçus sur un même espace.

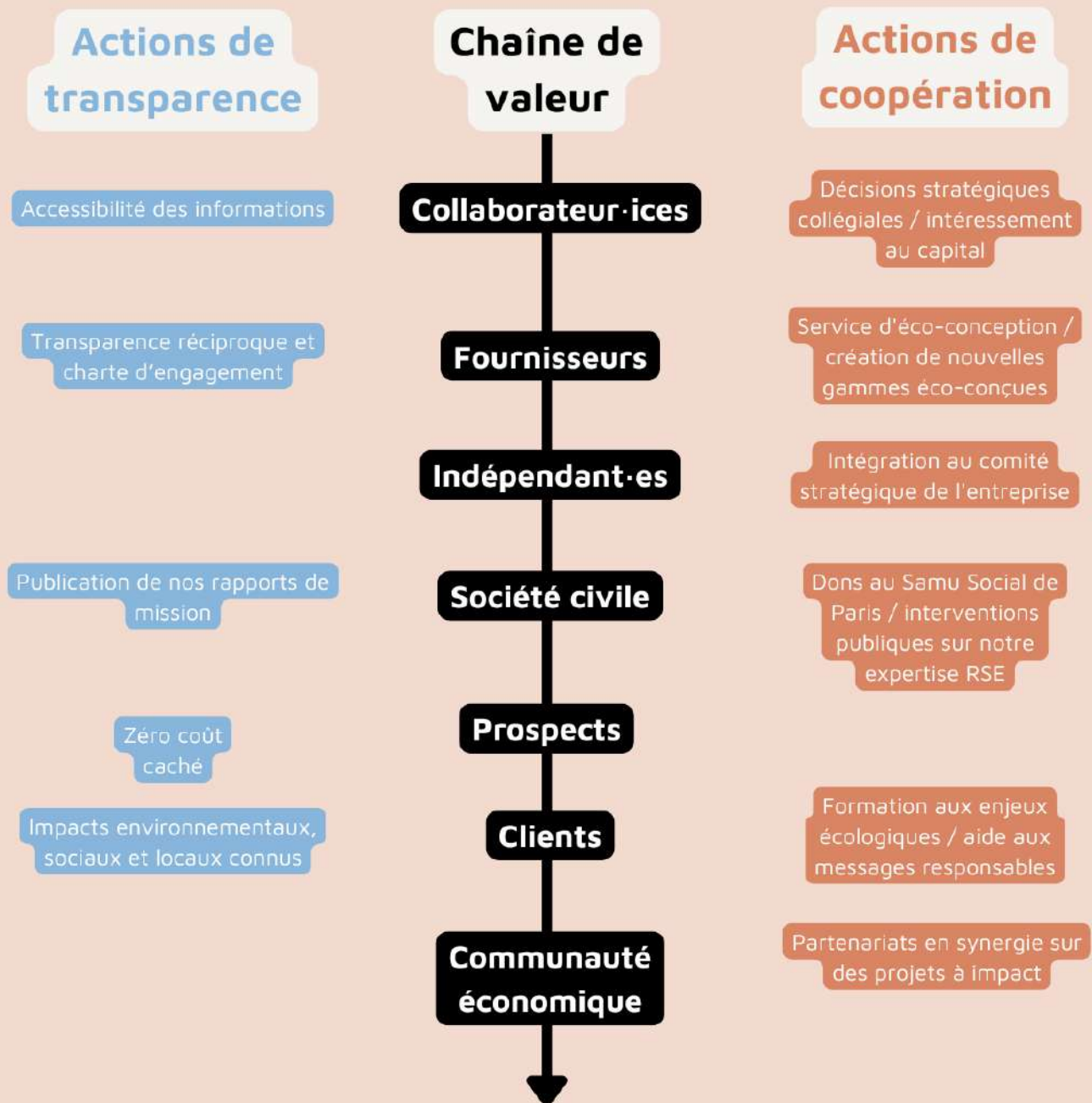
Au-delà des actions associées aux supports de communication, Sobery tient à promouvoir la RSE chez tous les acteurs économiques grâce à ses possibilités de communication. Nos clients, en tant qu'interlocuteurs privilégiés, en bénéficient. Nous leur proposons un accompagnement personnalisé pour construire un message responsable adjacent au support responsable. En parallèle, des services d'achats responsables et de formation aux enjeux écologiques sont disponibles. En 2024, 50 dirigeant·es et cadres-dirigeant·es ont été formé·es par Sobery.

Ces chiffres s'ajoutent aux nombreuses interventions publiques que nous donnons sur le domaine de la responsabilité des entreprises ainsi qu'aux communications régulières via différents canaux : interviews RSE et vidéos thématiques (greenwashing et nouveaux imaginaires) sur Youtube, posts engagés sur LinkedIn, newsletter sur la transition écologique par mail, nouveau blog dédié à la communication responsable. Nous avons aussi lancé un guide pratique téléchargeable gratuitement sur les différents principes de greenwashing

et les techniques pour l'éviter, en partenariat avec le média Positivr.

Economie & gouvernance

EN QUELQUES MOTS...



Conclusion

Si la responsabilité sociale de Sobery s'est construite sur les piliers de la réduction de l'impact environnemental de nos supports et sur le bien-être de nos collaborateur·ices, elle est aujourd'hui holistique.

Nous attachons toujours une importance particulière au cœur d'activité, car la RSE n'est pas un à-côté qui compenserait l'irresponsabilité du modèle d'affaires. Ainsi, Sobery a fait un grand pas en avant dans ses achats responsables, avec davantage de vérifications sur les allégations des produits et les audits sociaux des usines, et avec une approche plus globale des impacts environnementaux grâce à l'ACV. Nos bons résultats sur les objectifs de mission, audités en 2023, sont le fruit de tous nos efforts en interne.

Nos actions sont aujourd'hui multiples sur de nombreux pans de la RSE, tout au long de la chaîne de valeur et même au-delà. Le système de responsabilité intégrale mis en place ouvre les portes à de nouvelles actions dont l'intégration à l'activité et à la vie de l'entreprise est facilitée.

Soyez assuré·es de la volonté de Sobery de continuer à proposer des solutions de communication responsable, à réduire son empreinte environnementale, à favoriser les bonnes conditions sociales de ses collaborateur·ices et de sa chaîne de valeur, à promouvoir les meilleures pratiques sociales et environnementales partout où elle le peut. Notre stratégie RSE actuelle court jusqu'en 2026 et porte une ambition forte. Nous ne cessons d'innover pour rester précurseurs dans ces domaines. L'année 2025 en particulier promet des changements en profondeur, avec un accent mis sur l'éco-socio-conception de la production, en internalisant la production de nos best-sellers et en relocalisant la production ; sur l'upcycling, avec des gammes dédiées, construites en partenariats avec d'autres industries structurellement créatrices de déchets ; sur la structuration de la donnée afin de fournir un reporting toujours plus précis dans l'optique d'aider nos clients dans leurs décisions et d'optimiser leur consommation pour qu'elle se rapproche du tout juste nécessaire, dans une logique de sobriété.

Sobery souhaite remercier l'ensemble de ses parties prenantes, en premier lieu desquels ses collaborateur·ices, fournisseurs, clients et partenaires, pour les lignes de la RSE qu'elles font avancer, non seulement pour Sobery, mais aussi pour de nouveaux imaginaires dans les entreprises et dans la communication.

Annexe

Tableau récapitulatif des indicateurs de performance RSE

Indicateur	Valeur 2022	Valeur 2023	Valeur 2024	Objectif 2025
Empreinte carbone (en T CO ₂ e)	225,8	188,8	139,9	-
Taux de réduction des émissions GES (en %)	- 42,3	16,4	30,1	-
Taux de vente de produits avec baisse de l'empreinte carbone (en %)	75,2	73,6	83,6	80
Taux d'émissions GES réduites sur les produits vendus (en %)	24,7	35,7	39,8	36
Taux de vente de produits éco-conçus (en %)	60,7	63,8	62,6	66
Taux de réduction de l'impact environnemental sur les produits vendus (en %)	Non mesuré	27,2	28,8	30
Nombre d'impressions papier	Non mesuré	305	148	< 250
Écart de rémunération horaire brut	1,61	1,43	1,58	< 2,5
Taux de fréquence des accidents (en %)	0	0	0	0
Taux de gravité des accidents (en %)	0	0	0	0
Taux d'absentéisme (en %)	Non mesuré	4,9	0,05	< 3
Taux de salariés recevant des avantages sociaux (en %)	100	100	100	100
Taux de collaborateurs ayant bénéficié d'une formation (en %)	86	100	100	80
Taux de collaborateurs formés à la lutte contre les discriminations et le harcèlement (en %)	0	0	100	75
Taux de collaborateurs formés sur les questions d'éthique (en %)	0	0	29	20
Nombre moyen d'heures de formation par employé	15,9	16,87	12,13	> 10

Taux de salariés ayant bénéficié d'une augmentation de salaire (en %)	Non mesuré	80	0	80
Taux de satisfaction des missions et de la charge mentale pour les collaborateurs (en %)	100	86	86	90
Moyenne de l'intégration ressentie dans l'équipe (sur un échelle de 1 à 4)	4	4	4	4
Moyenne de l'équilibre ressenti entre la vie professionnelle et la vie personnelle (sur échelle de 1 à 4)	3,5	3,7	3,7	3,8
Nombre de fournisseurs ayant signé la charte d'engagement fournisseur	0	9	15	20
Taux de couverture des achats par la charte d'engagement fournisseur (en %)	0	38	69,8	75
Nombre de fournisseurs audités	0	1	3	4
Taux de couverture des achats par un audit de sobery sur la production (en %)	0	3,9	14,1	15
Taux de produits bénéficiant de la garantie sociale minimale des travailleurs dans le catalogue (en %)	100	100	100	100
Taux de produits fabriqués en France dans le catalogue (en %)	Non mesuré	31	34	35
Taux de produits fabriqués en Europe dans le catalogue (en %)	Non mesuré	57	60	62
Nombre de signalements liés à la corruption	0	0	0	-
Nombre d'incidents confirmés liés à la corruption	0	0	0	0
Taux de satisfaction clients (en %)	98,6	98,8	98,8	> 97