

# sobery

---

## RAPPORT RSE

ANNÉE  
2025



# Sommaire

<b>Sommaire</b>	<b>1</b>
<b>Edito</b>	<b>2</b>
<b>Présentation synthétique de Sobery</b>	<b>3</b>
<b>Notre responsabilité environnementale</b>	<b>4</b>
Nos gestes climat	4
Nos actions au-delà du carbone	5
<i>Synthèse environnement : réduire l'impact au coeur de l'activité</i>	8
<b>Notre responsabilité sociale</b>	<b>9</b>
Travailler chez Sobery : une terre fertile	9
Protéger les parties prenantes	11
<i>Synthèse social : cultiver une terre fertile</i>	11
<b>Nos achats responsables</b>	<b>13</b>
Nos partenaires	13
Nos choix de supports	14
<i>Synthèse achats responsables : des achats guidés par la RSE</i>	15
<b>Notre responsabilité économique</b>	<b>17</b>
Transparence	17
Coopération	18
<i>Synthèse économie &amp; gouvernance</i>	20
<b>Conclusion</b>	<b>21</b>
<b>Annexe</b>	<b>22</b>



# Edito

---

C'est l'heure de la relocalisation ! Ce que nous identifions hier comme un signal faible est devenu un véritable mouvement de fond. Les pouvoirs publics soutiennent les grands investissements, les acheteurs s'alignent enfin, et la fabrication française et européenne est en passe de devenir dominante sur le marché de l'objet de communication.

Si nous avons vécu un véritable "backlash" écologique en 2024, nous ressentons un recentrage des achats sur l'essentiel. Dans une période de contrainte budgétaire forte, c'est la précision qui prime. Ce constat nous ramène aux racines mêmes de notre nom : Sobery. La sobriété n'est pas une privation. Elle est véritablement au service de la performance de nos clients et de leur engagement, voire parfois de leur militantisme. Questionner le besoin, en interrogeant d'abord l'intention et l'usage, est le seul moyen de générer des campagnes efficaces et des achats réellement responsables.

C'est fort de cette vision, et dans l'alignement logique de notre mission de décarbonation, que nous avons pris un tournant décisif. Nous ne sommes plus seulement prescripteurs. **Nous sommes désormais également fabricants.**

Notre modèle d'entreprise à mission nous a permis d'accélérer la relocalisation de nos achats de manière rapide et cohérente. En partenariat avec des acteurs du territoire européen, nous maîtrisons aujourd'hui totalement nos matériaux, nos processus, et notre impact environnemental et social.

Notre gamme "Les Essentiels" incarne parfaitement cette démarche intégrale. De l'éco-conception en amont à la production issue du travail en insertion, chaque produit est le fruit de partenariats avec des artisans et des industriels locaux. Nous accompagnons cela d'une communication engagée, sincère et radicalement opposée au *greenwashing* ou au *socialwashing*. Pour nous, la transparence n'est pas une option, c'est le socle de notre relation de confiance avec nos clients.

Pour 2026, nous avons défini un motto qui guidera chacune de nos actions : **servir l'intention, questionner l'usage, économiser la matière.**

Mais pour que ce mouvement de relocalisation et de sobriété réussisse à grande échelle, le moment est à la coopération. En interne, nos décisions collaboratives nous poussent déjà à innover vers de nouvelles solutions sociales et environnementales, visant l'excellence RSE. Aujourd'hui, nous voulons ouvrir notre "laboratoire RSE". Nous voulons partager notre expérience, nous enrichir de celle des autres, et fédérer autour de nos valeurs. C'est en coopérant avec tous les acteurs de notre écosystème que nous transformerons l'essai de la relocalisation en une norme durable.

# 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**.

Bien avant de choisir l'objet, nous définissons l'intention de la campagne de communication, dont les objectifs peuvent être différents : faire connaître, faire aimer ou faire agir ; ou de la campagne d'équipement. Nous questionnons ensuite l'usage pour proposer l'objet qui matche. **Pas d'objet sans usage, pas de superflu.**

Nos conseillers établissent la correspondance entre les besoins et un **catalogue d'environ 450 objets éco-conçus**. Cette sélection des meilleurs produits repose sur plus de 900 analyses de cycle de vie. Pour les projets spécifiques ou de grande ampleur, nous ouvrons notre fabrique et proposons une **production sur-mesure**. La garantie de réduction de l'impact environnemental sur les objets et la garantie sociale sur la production s'effectue dans une approche de durabilité complémentaire à l'approche initiale de la sobriété.

Pour faire simple, nous existons pour créer l'adéquation parfaite entre un besoin et une ressource, afin de maximiser l'impact métier tout en minimisant l'empreinte environnementale.

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. Elle s'entrecroise avec les principes fondamentaux de notre **gouvernance saine et engageante pour une performance globale**.

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. Ce rapport de responsabilité met en avant les actions engagées et les résultats, fruits du travail de tous·tes les collaborateur·ices depuis 2019.



# 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).

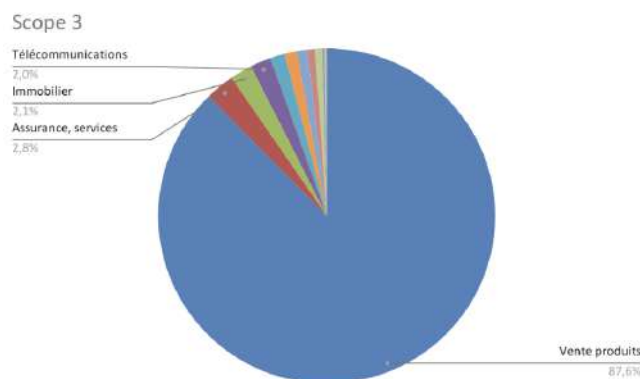
En 2025, Sobery a émis **139,9 TCO<sub>2</sub>e<sup>1</sup>**, soit une baisse de **15,6%** par rapport à 2023.

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 TCO<sub>2</sub>** 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 <sub>2</sub> 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%
<b>Total (T CO<sub>2</sub>e)</b>	<b>139,67</b>	<b>100,00%</b>

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



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 2025<sup>2</sup>, 78,2% des produits bénéficient d'une diminution de l'empreinte carbone par rapport au produit standard identifié dans sa catégorie. Après un gain de 10 points en 2024, cet indicateur en perd 2, mais nous maintenons notre objectif de porter cette part à 90% en 2027.

Grâce aux efforts des conseiller-es pour proposer de meilleurs supports et à la volonté

<sup>2</sup> Il s'agit de la première année où nous prenons en compte l'intégralité des ventes, print compris, grâce à l'extension de la méthodologie de comparaison.

de nos clients, chaque produit vendu en 2025 a permis une **réduction des émissions GES de 48,6%** 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
2023	28%	35,7%
2024	36%	39,8%
2025	<b>37%</b>	<b>48,6%</b>
2026	38%	
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 collaborateurs.

## 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, l'écotoxicité d'eau douce), la **santé humaine** (radiation ionisante, appauvrissement de la couche d'ozone, émissions de particules fines, formation d'ozone photochimique, la toxicité humaine cancérigène et non-cancérigène), et l'**épuiement des ressources** (usage des terres, épuiement des ressources minérales, utilisation des ressources fossiles, la consommation d'eau).

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 site<sup>3</sup>, 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). Les standards ont été modifiés début 2025 et l'analyse approfondie du changement a conclu à un léger impact négatif sur les objectifs de mission, reflétant une faible amélioration du marché.

L'apport principal de cette année est l'intégration de l'activité print à la méthodologie PEF et au système de comparaison à un standard. Désormais, toute l'activité de vente de l'entreprise est prise en compte dans les indicateurs de performance environnementale. Cette avancée est issue d'un travail sur la mesure d'impact du print, par la compréhension des meilleures pratiques en termes d'éco-conception des imprimés suite à une formation et à l'expérimentation de l'ACV en intégrant les données des Paper Profile.

Seuls les produits éco-conçus sont accessibles au public sur le site de Sobery, de sorte qu'il ne peut pas être attiré par un produit à fort impact environnemental, relativement à sa catégorie.

Parmi les actions qui favorisent la vente de produits éco-conçus, 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 leur vente et rendre plus difficile celle 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 (exemple en page suivante) ont été créés pour faciliter la communication des clients sur l'impact de leurs achats. Chaque année, l'ensemble de nos clients reçoivent aussi un reporting d'impact annuel de leurs achats chez Sobery.

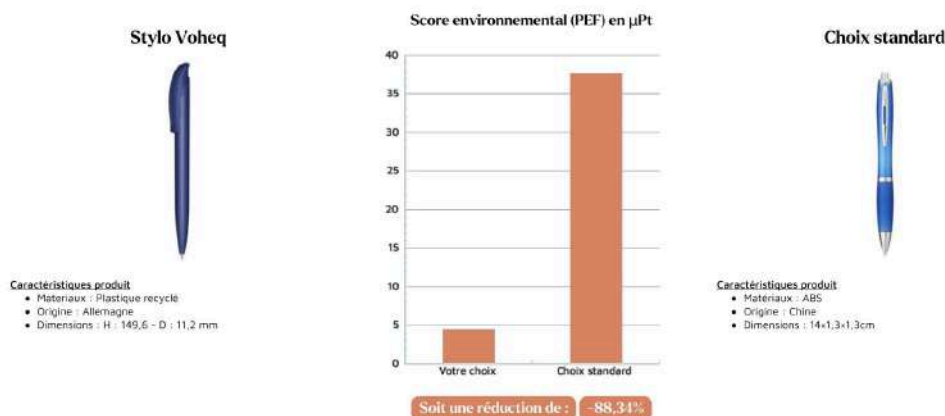
---

3

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

## 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](https://docs.sobery.eu)



Sur 2025, **67,8% des produits vendus étaient éco-conçus**, en augmentation de plus de 5 points. Notre objectif de mission est fixé à la vente de 80% de supports de communication éco-conçus en 2030.

Année	Objectif de mission	Résultat
2023		63,8%
2024	66%	62,6%
2025	<b>66%</b>	<b>67,8%</b>
2026	68%	
2030	80%	

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 collaborateurs et dans les ressourceries proches, leur donnant une seconde vie.

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

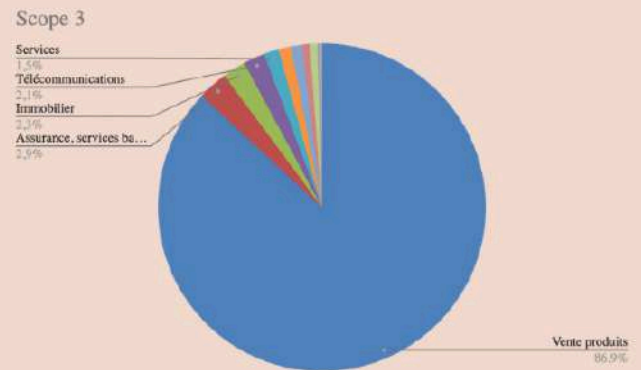
EN QUELQUES MOTS...

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

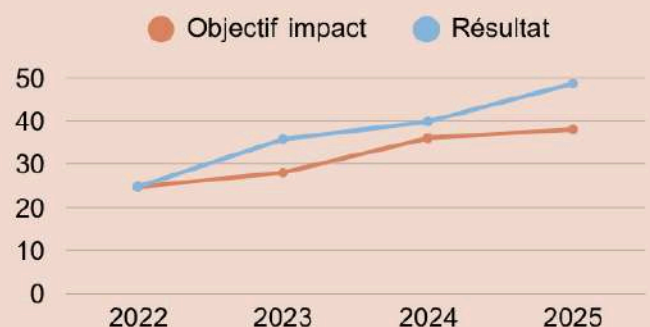
1. Des objectifs de missions qui nous poussent à réduire notre impact
2. Un catalogue de supports dont 100% suivent notre ligne d'éco-socio-conception

3

## RÉSULTATS

- 67,8% de produits éco-conçus vendus
- Baisse de 48,6% des émissions GES et de 35% 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. Depuis de nombreuses années, Sobery ne suit pas le modèle classique de management et promeut une **gouvernance partagée** avec un **cadre décisionnel basé sur la participation et la responsabilisation des travailleur·euses sachant·es**. La confiance est inhérente à ce modèle, qui favorise l'autonomie et la responsabilité. La redéfinition de la gouvernance<sup>4</sup> établie fin 2025 en est un prolongement.

Cette confiance a été ressentie dans 100% des cas d'après le questionnaire QVT 2025, tout comme le fait d'oser demander de l'aide ou des conseils aux collègues.

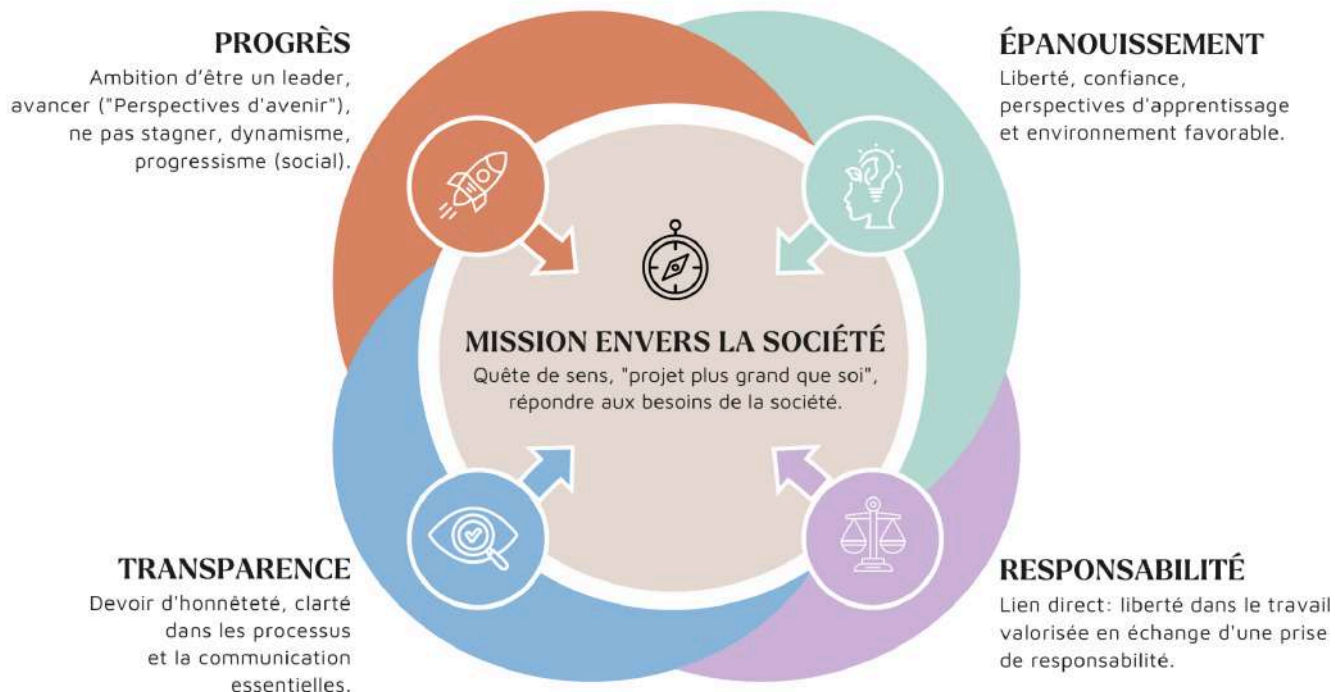
La santé des collaborateur·ices est une priorité chez Sobery. Lors de l'établissement des valeurs de l'entreprise en 2020, nous avons ancré le fait de "cultiver une terre fertile". Nous

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 (renouvelées en session collaboratives début 2026, voir en page suivante), ainsi que par un processus d'onboarding favorisant les échanges. 86% des collaborateur·ices ont suivi une sensibilisation aux sujets de la diversité, de la discrimination et du harcèlement, sous forme de formation interne.

---

<sup>4</sup> Détails à retrouver dans la section "responsabilité économique > coopération"

## HIERARCHISATION DU SYSTÈME DE VALEURS: LA MISSION AU COEUR DE NOTRE CADRE



**sobery**

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 (Viamedis et Swiss Life) sont disponibles 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 2025, cet écart était de **1,45**. Suite à un désir d'une meilleure reconnaissance financière, nous avons travaillé

sur un nouveau modèle de salaires et de primes convenant à tous·tes lors de sessions collaboratives fin 2025 et jusqu'à début 2026. Un article du magazine Le Nouvel Obs<sup>5</sup> raconte cette quête de nouvelle politique salariale basée sur la transparence.

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'élaboration de la stratégie annuelle, de l'entretien professionnel et du questionnaire QVT. Il s'agit en moyenne

<sup>5</sup>

<https://www.nouvelobs.com/social/20260216.OBS112416/transparence-des-salaires-cela-cree-une-culture-saine-dans-laquelle-on-parle-d-argent-sans-tabou.html>

de **16,3 heures de formation par collaborateur** en 2025.

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. 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](mailto: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...



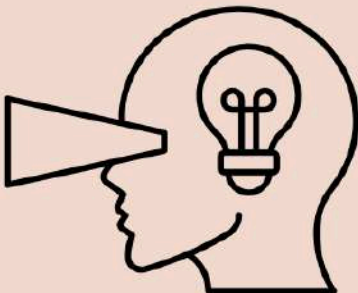
### **Gouvernance partagée et fonctionnement coopératif**

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. Cette charte a été améliorée cette année pour y intégrer de nouveaux objectifs et de meilleurs suivis des procédures.

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 vigilance<sup>6</sup>. 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 2026, qui nous alerte de l'expiration des documents et permet une mise à jour régulière. Nous souhaitons recueillir dès 2026 une conformité organisationnelle à hauteur de 80% des achats.

Lors du référencement d'un fournisseur, une évaluation qualitative de l'offre du candidat est effectuée en fonction de sa capacité à répondre aux objectifs de Sobery, à savoir la réduction d'impact, la garantie sociale et la proximité de production. Nous nous permettons de refuser tout référencement n'allant pas dans le sens de ces objectifs.

Nous proposons ensuite à nos fournisseurs une charte d'engagement, assimilable à un code de conduite spécifique aux enjeux RSE. Elle est

<sup>6</sup> Loi Sapin 2.

basée sur nos attentes quant à la transparence sur les produits, en particulier dans l'objectif de calcul de l'impact environnemental, ainsi que sur nos attentes notifiées dans la charte éthique de Sobery et ayant trait 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 67,8% de nos achats sur les 3 dernières années, ont signé cet engagement. Nous avons fait le choix de ne pas solliciter nos partenaires sur ce sujet cette année car une mise à jour importante de la charte est en construction. Nous souhaitons avoir un taux de couverture de 80% en 2026.

Année	Objectif	Résultat
2024	65%	69,8%
2025	<b>75%</b>	<b>67,8%</b>
2026	80%	

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 auditons exclusivement les entreprises productrices, car l'essentiel des risques se situe au niveau de la production<sup>7</sup>. Sur la période 2023-2025, 3 fournisseurs ont passé l'audit, représentant 15,4% de nos achats<sup>8</sup>.

Année	Objectif	Résultat
2024	10%	14,1%
2025	<b>15%</b>	<b>15,4%</b>

<sup>7</sup> Estimation des risques issue de notre charte achats responsables.

<sup>8</sup> Toujours sur les 3 dernières années, 2023-2025.

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.

D'autre part, une évaluation en continue nous permet de sonner l'alerte à un potentiel fournisseur en situation de défaut majeur, et de lui proposer une solution rectificative, ou à défaut un déréférencement, afin d'accomplir nos objectifs et de protéger nos clients.

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).

## 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 Progress Index (SPI)*<sup>9</sup> qui classe les pays selon leur niveau d'accomplissement des besoins sociaux et environnementaux des populations. Les usines dont les produits sont issus de pays à moyen et fort risque social (SPI < 75) doivent obtenir une certification BSCI, SMETA ou un équivalent. Il s'agit d'une ligne très

conservatrice puisqu'elle permet d'y placer 74% des pays du monde, y compris certains pays européens. 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 cette garantie sociale 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 celle de la sobriété d'usage. **Nos conseiller·es questionnent toujours le brief client.** L'objectif est double : servir l'intention derrière la demande d'objets, et obtenir un usage optimal des ressources physiques employées. Cette méthode conduit à éviter le gaspillage tout en réalisant les objectifs du client. Elle permet notamment d'empêcher la production d'objets gadgets ou encore de produits à usage unique (hors papier et consommables).

Lors d'une proposition commerciale, matérialisée par un devis, nos conseiller·es soumettent des produits issus de notre catalogue, pour les produits existants, ou passant notre test d'éco-conception interne, pour les nouveaux référencements. Nous avons en effet 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. Dans le cas où un produit non éco-conçu est proposé à un client, il est **obligatoirement "mis au défi" par un produit alternatif éco-conçu ou passant notre test interne.**

L'entrée d'un produit au catalogue de supports éco-conçus constitue la dernière étape de la

<sup>9</sup>

<https://www.socialprogress.org/social-progress-index>

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, 32% sont fabriqués en France et 59% en Europe.

Désormais, nos objectifs d'achats intègrent la proximité de la production. En 2025, une part déjà importante de la production est réalisée plus proche de nos clients. Il s'agit de **40% de fabrication française et 75% de fabrication européenne.**

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. Pour chaque information pertinente récoltée sur le produit, sa qualité intrinsèque et la qualité du marquage, nous mettons à jour une note interne spécifique à chaque produit. En cas de défaut majeur, nous évaluons avec notre fournisseur les perspectives de résolution et mettons en place une procédure de déréférencement en cas d'impossibilité de résolution.

# 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.

95% de nos achats bénéficient d'un indice de progrès social élevé ou d'une usine auditée et certifiée. 68% sont éco-conçus. 40% sont fabriqués en France et 75% en Europe.

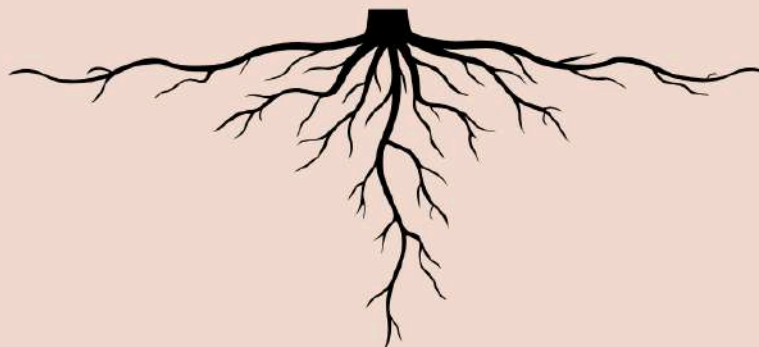
## **Le tronc : les conseillers experts**

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 soucis de l'impact environnemental, social et local.

68% des achats proviennent de fournisseurs ayant signé notre charte d'engagement et 15% 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 suit un modèle de gouvernance partagée, dans laquelle « les interactions entre collaborateurs sont régies par une gouvernance connue et transparente ; où les règles implicites s'effacent au profit de règles explicites »<sup>10</sup>. La **culture de la transparence, valeur de l'entreprise**, est 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 utilisés<sup>11</sup>. 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**

<sup>10</sup> Van Ditzhuyzen, L. (2019). La gouvernance partagée, une autre aventure. Alternatives Non-Violentes, 191(2), 2-6. <https://doi.org/10.3917/anv.191.0002>.

<sup>11</sup> Lorsque l'information ne relève pas du secret industriel.

**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 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.

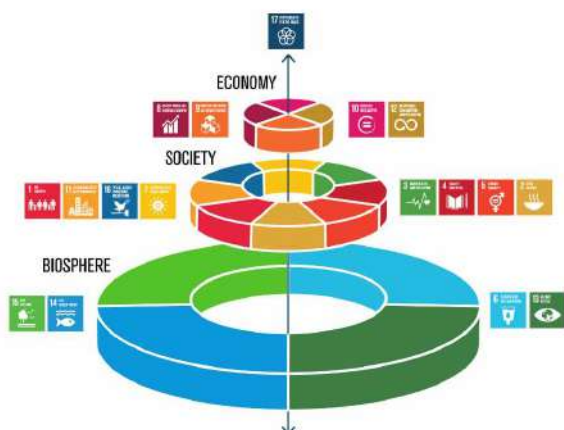
Le site Internet de Sobery est une source d'informations disponibles au public, à la fois sur notre organisation et sur nos produits et services. Notre démarche globale y est présentée à travers ce rapport RSE et un rapport de mission annuel avec l'avis de l'audit. Sur le catalogue de supports éco-conçus, 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 2025. 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		<b>4,8/5 - 98,9%</b>
2026+		

## 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 Center<sup>12</sup>.



Sobery applique cette coopération dans sa gouvernance, que nous avons redéfinie en profondeur récemment. L'ancien comité stratégique est en cours de transformation vers un **conseil de surveillance**, dont les objectifs sont de conseiller la direction générale dans ses décisions, de contrôler ses actions et de **protéger les intérêts de l'entreprise et de ses parties prenantes**. Ce conseil, inscrit dans les statuts de l'entreprise, est une opportunité d'élargissement de la base décisionnelle. La

<sup>12</sup>

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

composition de cet organe reste à définir pour l'année à venir.

Le second organe stratégique est le **comité de direction**. Il définit la stratégie annuelle en co-construction avec tous·tes les collaborateur·ices, mais en porte seul la responsabilité. L'équipe participe donc à la stratégie de l'entreprise. La définition des moyens mis en œuvre est entièrement collaborative et s'effectue lors d'un séminaire annuel nommé "All-hands". L'intelligence collective permet d'écrire une feuille de route opérationnelle chiffrée. Une revue trimestrielle est organisée sur le même format. Ainsi, **tous les salarié·es sont impliqué·es dans la gouvernance de Sobery**.

Les collaborateur·ices sont aussi régulièrement sollicité·es pour participer aux autres décisions stratégiques. Nous avons définis ensemble un processus décisionnel délimitant ce qui relève du collaboratif, du participatif et du directif. Les décisions collaboratives sont celles qui impactent le travail de plusieurs personnes. Il s'agit des décisions de structures commerciales (stratégie et tactique), de redéfinition des missions des collaborateur·ices, de définition des feuilles de route des pôles, de changements majeurs dans le discours ou l'image de l'entreprise. Elles sont prises à l'unanimité de la non-objection. Les décisions directives sont celles qui concernent les compétences spécifiques d'un pôle particulier, sans que cela n'impacte le travail d'autres membres du pôle ou d'autres pôles. Le participatif est le processus décisionnel par défaut. Ce nouveau partage des décisions s'inscrit parfaitement dans le dispositif de gouvernance partagée, combinant participation et clarté des arbitrages. Le système fonctionne car les responsabilités opérationnelles ont été données à des pôles, dont le coordinateur est désigné par vote majoritaire et dont les missions sont reconnues par la direction.

Les salarié-es sont aussi incités à s'intéresser davantage à la stratégie de l'entreprise avec la délivrance de BSPCE. Fin 2025, 71% des salarié-es 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. Spécialisés dans la lutte contre le greenwashing, Axel Denis et Wilfrid De Conti, respectivement analyste RSE et Président de Sobery, interviennent régulièrement en public et auprès des clients sur ce sujet suite à la sortie du livre *Alerte Greenwashing*.

Nous prenons aussi du temps pour fournir notre expertise sur le domaine de la responsabilité des entreprises, lors d'interventions publiques comme sur des 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, blog dédié à la communication responsable.

# Economie & gouvernance

---

## EN QUELQUES MOTS...

Décisions stratégiques collaboratives

Création de gamme éco-conçue en économie locale et travail en insertion

Appui à l'économie sociale et solidaire par le don

### **Coopération**

Influence responsable sur le greenwashing et d'autres sujets d'expertise

Accompagnement des clients dans leur stratégie RSE

Accessibilité des informations financières aux collaborateur-ices

Charte d'engagement des fournisseurs sur l'origine et les matériaux des objets

### **Transparence**

Affichage des impacts sociaux, environnementaux et locaux

Publication en ligne de tous nos rapports et nos méthodologies

# Conclusion

---

La responsabilité sociale de Sobery s'est illustrée par l'obtention d'une médaille Platinum d'Ecovadis en octobre 2025. C'est une reconnaissance majeure, que nous recevons avec fierté. Elle reflète le travail des membres de l'entreprise et la volonté de ses parties prenantes de suivre l'engagement complet vers une communication plus responsable.

Le cadre de l'entreprise à mission est précieux pour construire et tenir des objectifs ambitieux sur les impacts sociaux et environnementaux. Les changements que nous apportons touchent directement au modèle d'affaires et impactent le travail de tous·tes. Nous savons que nous ne pouvons espérer atteindre un modèle d'entreprise juste sans une profonde transformation de la gouvernance, du rapport à la performance financière sans prise en compte de la performance extra-financière, de la question de la consommation superflue de matière et d'objet.

C'est pour viser à une entreprise plus juste que nous avançons, cette année encore, dans ce chemin. Sobery a établi une nouvelle gouvernance, toujours basée sur la prise de décision collaborative. Un cadre a été posé pour ancrer les pratiques et partager les responsabilités. Les objectifs annuels, alignés sur notre mission, sont discutés et déterminés par les collaborateur·ices. Nous nous attelons à leur réussite tous les jours.

Notre cœur d'activité est toujours notre priorité. Une nouvelle charte sur les achats responsables émerge, impliquant pleinement nos acheteurs, nos fournisseurs et nos clients. Nous avons déjà amorcé un virage vers la relocalisation de la production en 2025, avec 75% de made in Europe et 40% de made in France. Cette charte permet de maintenir le cap.

Sobery poursuit ses ambitions en termes de RSE et continue à réduire son empreinte environnementale, à favoriser les bonnes conditions sociales de ses collaborateur·ices et de sa chaîne de valeur, à promouvoir une communication qui tend vers la sobriété. Une nouvelle stratégie RSE doit être inscrite en 2026 pour les trois années à venir. Vous, lecteur·ice de ce rapport, pouvez apporter votre contribution pour élargir et renforcer nos objectifs, proposer les actions nous permettant de les atteindre. Votre retour est toujours le bienvenu.

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 2023	Valeur 2024	Valeur 2025	Objectif 2026
Empreinte carbone (en T CO <sub>2</sub> e)	188,8	139,9		-
Taux de réduction des émissions GES (en %)	16,4	30,1		-
Taux de vente de produits avec baisse de l'empreinte carbone (en %)	73,6	83,6	78,2	85
Taux d'émissions GES réduites sur les produits vendus (en %)	35,7	39,8	48,6	38
Taux de vente de produits éco-conçus (en %)	63,8	62,6	67,8	68
Taux de réduction de l'impact environnemental sur les produits vendus (en %)	27,2	28,8	35	31
Nombre d'impressions papier	305	148		< 250
Écart de rémunération horaire brut	1,43	1,58	1,45	< 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 %)	4,9	0,05	0,84	< 3
Taux de salariés recevant des avantages sociaux (en %)	100	100	100	100
Taux de collaborateurs ayant bénéficié d'une formation (en %)	100	100	46	48
Taux de collaborateurs formés à la lutte contre les discriminations et le harcèlement (en %)	0	100	86	-
Taux de collaborateurs formés sur les questions d'éthique (en %)	0	29	14	-
Nombre moyen d'heures de formation par employé	16,87	12,13	16,3	> 7

Taux de salariés ayant bénéficié d'une augmentation de salaire (en %)	80	0	15	50
Taux de satisfaction des missions et de la charge mentale pour les collaborateurs (en %)	86	86	86	83
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)	3,7	3,7	3,86	3,5
Nombre de fournisseurs ayant signé la charte d'engagement fournisseur	9	15	15	30
Taux de couverture des achats par la charte d'engagement fournisseur (en %)	38	69,8	67,81	80
Nombre de fournisseurs audités	1	3	3	-
Taux de couverture des achats par un audit de sobery sur la production (en %)	3,9	14,1	15,4	-
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 %)	31	34	32	35
Taux de produits fabriqués en Europe dans le catalogue (en %)	57	60	59	62
Taux de ventes de produits fabriqués en France (en %)	-	33	40	40
Taux de ventes de produits fabriqués en Europe (en %)	-	53,7	75	75
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 %)	98,8	98,8	98,9	> 97