

# W CONRAN DESIGN

---

## RAPPORT RSE 2024

---

W CONRAN DESIGN

PARIS

---

Avril 2025

---

La démarche RSE de W Conran Design a pris sa source au cœur d'une conviction simple : nous sommes, en tant qu'entreprise, un acteur sociétal majeur, au même titre qu'un acteur business. Nous sommes des agents du changement et du progrès au cœur de la vie de la cité, autant que des experts de nos métiers.

Il paraît donc évident d'intégrer à nos métiers les enjeux climatiques et sociétaux sur lesquels les entreprises doivent aujourd'hui se positionner pour répondre aux fortes attentes des consommateurs, des salariés et des actionnaires. Avant de prétendre vendre, conquérir et fidéliser, les marques doivent désormais s'assurer de leur acceptabilité en apportant la preuve de leurs contributions positives à la société.

W Conran Design, en tant qu'agence, n'échappe pas à la règle. Comme vous pourrez le constater dans **ce Rapport RSE, nous accordons une large place aux points de vue des collaboratrices et collaborateurs de l'agence. Car notre démarche relève plus d'un dialogue positif avec l'ensemble de nos parties prenantes que de la seule application de normes extérieures.**

**Nous sommes heureux de vous partager nos nombreuses initiatives et avancées : qu'il s'agisse de nos campagnes Pro Bono, de nos différentes certifications...**

Tout cela témoigne d'une volonté partagée, mais aussi et surtout de nouveaux gestes et comportements dont les effets positifs immédiats et tangibles nous motivent pour faire toujours mieux.

Fabrice et Gilles, Janvier 2025.

# NOTRE RAISON D'ÊTRE ET DÉMARCHE RSE



AIDER LES ENTREPRISES,  
PAR LA MARQUE,  
À SE DÉVELOPPER ET  
À SE TRANSFORMER AU  
SERVICE DU BIEN COMMUN.  
L'AGENCE CONTRIBUE AINSI  
À GÉNÉRER UN IMPACT  
ÉCONOMIQUE, SOCIAL,  
SOCIÉTAL  
ET ENVIRONNEMENTAL  
POSITIF ET SIGNIFICATIF  
DANS L'EXERCICE DE SON  
ACTIVITÉ. »

## LA RSE AU CŒUR

La démarche RSE de W Conran Design est matérialisée au sein de notre raison d'être, ce qui la place au centre de la stratégie globale de l'entreprise. Cette approche se veut incrémentale afin que, peu à peu, nos exigences se diffusent à toutes les échelles de notre écosystème économique, social et environnemental. C'est une méthode qui nous est propre, mais qui suit une trajectoire et des objectifs communs à tous les secteurs et toutes les entreprises ; celui d'être plus vertueux et de réduire notre impact environnemental et carbone.

LES 3 PILIERS  
DE NOTRE DÉMARCHE RSE :

### **AXE 1**

FAIRE DE NOTRE AGENCE  
UN MODÈLE DE DURABILITÉ

### **AXE 2**

TRANSFORMER LA  
PRATIQUE DE NOS MÉTIERS

### **AXE 3**

ACCOMPAGNER L'ENSEMBLE  
DE NOS PARTIES PRENANTES

# UNE CONTRIBUTION EN ACTIONS DEPUIS 2019

W Conran Design est l'agence française de branding du Groupe Havas. Elle est co-fondatrice du réseau Conran Design Group également présent à Londres, Mumbai et New York. Forte à Paris d'une centaine de collaborateurs, elle poursuit auprès des marques qu'elle accompagne son travail de conseil stratégique et créatif. Convaincus que le design est un vecteur de progrès durable, nous voyons dans les marques, le moteur d'une contribution positive capable de ré-enchanter le monde autrement. Celles-ci sont plus que jamais des leviers de changement et de fierté pour l'interne, des liens émotionnels et des repères pour leurs publics, elles sont porteuses de croissance pour les marchés et les actionnaires. Les marques nous entourent, nous font réfléchir, rire, vibrer, rêver, et ouvrent parfois de nouveaux chemins. Commerciales et citoyennes à la fois, nous sommes à leurs côtés pour les guider et les aider à s'inscrire dans leur époque au cœur des enjeux de responsabilité sociétale.

Implanté à Londres, Mumbai, New York et Paris, le nouveau réseau Conran Design Group compte 250 personnes engagées pour un design qui inspire le progrès. En septembre 2019, l'agence crée le Contributing, une initiative qui vise à refonder le marketing. Il s'agit de concevoir une nouvelle science marchande, dans une démarche itérative de réinvention. Le Contributing propose un nouveau contrat de marque. Sans jamais renoncer à la créativité et au plaisir de consommer, il développe une approche fondée sur le respect, la relation côte à côte, la conversation et une plus grande liberté de choix laissée aux consommateurs et consommatrices. Aujourd'hui, à travers sa démarche RSE, W Conran Design poursuit ses engagements pour aider les marques à s'inscrire dans leur époque, tout en contribuant à générer un impact positif pour la société.

**2019**  
22 MAI

**2019**  
SEPTEMBRE

**2020 & 2021**

**2021**  
DÉCEMBRE

**2022**

**2023**

La loi Pacte redéfinit l'entreprise et pousse les sociétés à s'engager dans le domaine de l'intérêt général.

L'agence W Conran Design crée le Contributing.

Première et deuxième édition du baromètre Contributing dans le contexte de la crise Covid-19.

Les deux fondateurs de W Conran Design, accompagnés de collaborateurs et collaboratrices, publient un livre intitulé « Lettres d'adieux au marketing » qui inscrit le Contributing dans un monde post-marketing.

Le groupe Conran Design définit la politique RSE de W & Cie.

W Conran Design souscrit volontairement au Contrat Climat.

# NOTRE DÉMARCHE RSE INSCRIT DANS LES ENJEUX DE SON TEMPS



La politique RSE de W Conran Design se matérialise autour de 3 piliers définis sur les différents scopes de nos activités, qui se déclinent en plusieurs engagements concrets.

L'ensemble de ces engagements fait l'objet d'un suivi régulier via le Comité RSE, qui regroupe les composantes RSE, opérations, RH, et Communication de l'agence, et qui, tous les mois, s'assure de la bonne mise en œuvre de la stratégie pour améliorer notre impact sur l'ensemble de la chaîne de création.

## 3 PILIERS D'ENGAGEMENT :

### AXE 1 - FAIRE DE NOTRE AGENCE UN MODÈLE DE DURABILITÉ

- **Engagement 1** : Assurer la compliance de nos activités
- **Engagement 2** : Réduire l'impact de nos consommations sur l'environnement
- **Engagement 3** : Améliorer le bien-être et valoriser l'altérité de l'ensemble des collaborateurs

### AXE 2 - TRANSFORMER LA PRATIQUE DE NOS MÉTIERS

- **Engagement 4** : Développer les connaissances de notre collectif
- **Engagement 5** : Mesurer l'impact de nos campagnes et assurer l'éco-conception de nos services

### AXE 3 - ACCOMPAGNER L'ENSEMBLE DE NOS PARTIES PRENANTES

- **Engagement 6** : Mettre en place une politique d'achats responsables et responsabiliser notre réseau de prestataire
- **Engagement 7** : Accompagner nos clients vers des projets plus durables
- **Engagement 8** : Renforcer nos actions de solidarité locale

PARTIE #1

# FAIRE DE NOTRE AGENCE UN MODÈLE DE DURABILITÉ



### Label RSE Agences Actives (AACC)

Au cours de l'année 2023 l'agence obtient deux étoiles sur trois pour le label RSE Agence Active. Soit une étoile de plus que l'année précédente. Atteignant ainsi un niveau de maturité « confirmé » dans sa démarche RSE.

# 80 /100



### EcoVadis Médaille d'or

Score de 80/100

Plateforme d'évaluation mondialement reconnue dans l'évaluation de la durabilité des entreprises, Ecovadis nous place dans les 5% supérieurs des entreprises évaluées. Notre score gagne 4 points par rapport à 2023, grâce à des améliorations notables en impact environnemental. L'objectif pour 2025 est d'améliorer les pratiques d'achats responsables.

# 95/100

C'EST NOTRE SCORE EGAPRO 2024, INDEX DE L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE FEMMES HOMMES.

# 100%

C'EST LA PART D'ÉNERGIE RENOUELEBLE DANS NOTRE APPROVISIONNEMENT ÉLECTRIQUE.

# ISO 14001



### Certification ISO 14001

Renouvelée pour trois ans

Nous avons renouvelé la certification ISO 14 001 en 2023 pour les trois prochaines années, confirmant notre engagement dans un management environnemental rigoureux et une culture d'entreprise centrée sur la durabilité. Des audits ont mis en évidence des forces telles que la gouvernance, la formation et l'investissement dans la durabilité. En 2025, nous aspirons à partager ces pratiques au sein du groupe Havas.



ENGAGEMENT #2

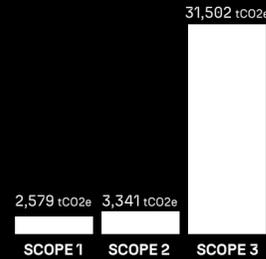
# RÉDUIRE L'IMPACT DE NOS CONSOMMATIONS SUR L'ENVIRONNEMENT

## NOS OBJECTIFS DE RÉDUCTION DES ÉMISSIONS GES

Pour mieux identifier les principaux postes d'émissions et agir à leur rencontre, nous avons procédé au calcul de notre empreinte carbone sur les 3 scopes, c'est-à-dire nos émissions directes, celles liées à notre consommation en énergie, et toutes les émissions indirectes liées aux activités de W Conran Design. Ces calculs ont été effectués au niveau du Groupe Havas, dans le cadre de la certification ISO 14 001, notamment via le Havas Carbon Impact Calculator.

Afin de réduire ces émissions, nous suivons des objectifs fixés par le Groupe Havas, alignés avec les Accords de Paris.

## L'INVENTAIRE DES INDICATEURS ENVIRONNEMENTAUX EST PRÉSENTÉ EN TONNE ÉQUIVALENT CO2 (TCO2E)



**SCOPE 1** 2,579 tCO2e (-43% vs 2018)

**SCOPE 2** 3,341 tCO2e (-55% vs 2018)

**SCOPE 3** 31,502 tCO2e (-30% vs 2018)

Total Scope 1&2 (market-based) et Scope 3 partiel : 37, 422 tCO2e (-35% vs 2018)

(2024 – HAVAS GROUPE)

## ET EN 2025 ?

- Nous allons mesurer directement le Bilan Carbone de W Conran Design, afin d'avoir un bilan complet et propre à notre agence.
- Notre trajectoire de réduction des émissions des GES niveau Groupe sera validée par SBTi : si notre trajectoire est déjà SBTi committed (au niveau d'Havas France), nous souhaitons qu'elle soit validée par SBTi, afin de nous assurer d'avoir des objectifs de réduction des GES alignés avec les Accords de Paris.
- Nous identifierons les catégories les plus émettrices pour les cibler dans notre plan d'action global de réduction de notre empreinte carbone.



ENGAGEMENT #2

# RÉDUIRE L'IMPACT DE NOS CONSOMMATIONS SUR L'ENVIRONNEMENT

## NOTRE POLITIQUE MOBILITÉ RESPONSABLE POUR NOS COLLABORATEURS

La **mobilité responsable** est au cœur de notre action en faveur de la réduction des émissions liées au transport de nos collaborateurs. Avec en 2024 le maintien d'un forfait mobilité de 500 € par salarié ou le remboursement des deux tiers du forfait Navigo, nous avons pris le parti de l'incitation à la mobilité durable.

C'est dans cette logique que nous avons réalisé un certain nombre d'aménagements pour améliorer le confort des cyclistes au sein de l'agence :

- ♥ Un parking vélo sécurisé a été aménagé au sein de l'immeuble ;
- ♥ Des vestiaires et des cabines de douche ont été installés à proximité du parking vélo ;
- ♥ Des prises de recharge pour vélos électriques sont mises à disposition de tous ;
- ♥ Des casiers sont disponibles pour que les collaborateurs puissent déposer leur équipement en toute sécurité.

La responsabilité en matière de mobilité consiste également à limiter les déplacements professionnels. Pour cela, nous avons réussi à équiper 95 % des collaborateurs d'un ordinateur portable, ce qui permet le développement du travail hybride au sein de l'agence.



## ET EN 2025 ?

- Nous consoliderons nos offres de **mobilité verte** et mettrons en place des aménagements à disposition de nos collaborateurs dans notre nouvel immeuble, pour continuer à encourager un maximum de collaborateurs à franchir le pas.

ENGAGEMENT #3

# AMÉLIORER LE BIEN-ÊTRE ET VALORISER L'ALTÉRITÉ DE L'ENSEMBLE DES COLLABORATEURS

## VALORISER LA DIVERSITÉ POUR DÉFENDRE L'ÉGALITÉ

Défendre l'égalité au sein de nos équipes est indispensable. Notre plan égalité femmes-hommes est basé sur trois axes : articulation entre vie privée et vie professionnelle, conditions de travail et rémunération. Un des marqueurs de réussite de cet engagement : nous avons obtenu un score remarquable de 95/100 à l'index de l'égalité femmes-hommes au travail Egapro en 2024. Défendre l'égalité c'est aussi refuser les actes qui la remettent en cause. C'est pourquoi nous avons dispensé en 2024 une formation pour sensibiliser l'ensemble de

l'agence au harcèlement moral et sexuel et aux agissements sexistes. Cette formation a également été l'occasion de rappeler les différents dispositifs d'alerte qui ont déjà été mis en place. Valoriser la diversité consiste aussi à favoriser l'inclusion de personnes en situation de handicap. C'est pourquoi nous avons renouvelé en 2024 notre partenariat avec Tremplin, une plateforme qui met en relation des entreprises avec des personnes en situation de handicap en recherche d'emploi. Nous avons également choisi d'établir un partenariat avec un Établissement et Service d'Aide par le Travail (ESAT) pour l'entretien de notre terrasse et la collecte des mégots.

# 95/100

C'EST NOTRE SCORE EGAPRO 2024, INDEX DE L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE FEMMES-HOMMES

# 1076<sup>H</sup>

C'EST LE TOTAL DES FORMATIONS QUI ONT ÉTÉ DÉLIVRÉES, SOIT PLUS DE 12H DE FORMATION PAR COLLABORATEUR DANS L'ANNÉE.

# 67%

C'EST LA PART DES FEMMES AU SEIN DE NOS ÉQUIPES.

# 81%

C'EST LA PART DES FEMMES AU SEIN DES PERSONNES QUI ONT REÇU DES PROMOTIONS CETTE ANNÉE.

## ET EN 2025 ?

- Nous allons maintenir notre score à l'index Egapro au moins à 95/100.
- Nous souhaitons, renforcer le partenariat avec des structures d'insertion professionnelle de personnes en situation de handicap comme Tremplin ou les ESAT.

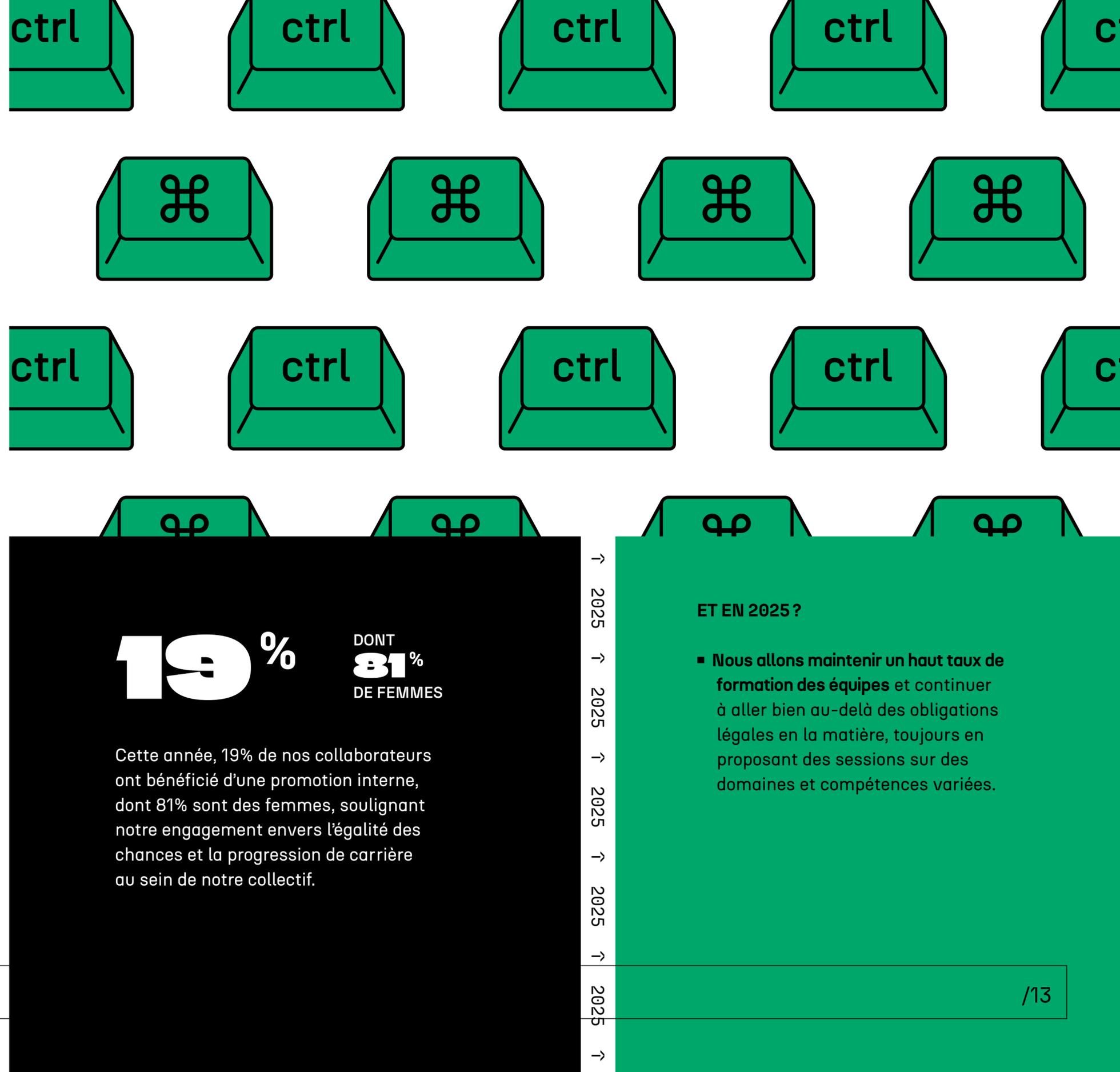


ENGAGEMENT #3

# AMÉLIORER LE BIEN-ÊTRE ET VALORISER L'ALTÉRITÉ DE L'ENSEMBLE DES COLLABORATEURS

## DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES DE NOTRE COLLECTIF

Nous sommes convaincus que l'évolution des compétences de chacune et chacun est un levier de bien-être au travail. C'est pourquoi nous avons continué à déployer un vaste plan de formation en 2024. Il a permis la réalisation de 1076 heures de formation, soit environ 12 heures de formation par collaborateur sur l'année. Elles ont couvert divers sujets, incluant l'art oratoire, le management, la prévention du harcèlement moral et sexuel, la sensibilisation aux enjeux climatiques et la sécurité des personnes. Avec l'« École de la Marque », nous allons plus loin dans cette démarche en proposant des formations continues qui innovent en adoptant une approche hybride, stratégique et créative.



19%

DONT 81% DE FEMMES

Cette année, 19% de nos collaborateurs ont bénéficié d'une promotion interne, dont 81% sont des femmes, soulignant notre engagement envers l'égalité des chances et la progression de carrière au sein de notre collectif.

## ET EN 2025 ?

- Nous allons maintenir un haut taux de formation des équipes et continuer à aller bien au-delà des obligations légales en la matière, toujours en proposant des sessions sur des domaines et compétences variées.

PARTIE #2

# TRANSFORMER LA PRATIQUE DE NOS MÉTIERS



**100**%

DE NOS PREMIERS  
DEVIS POUR DES  
TOURNAGES VIDÉO ONT  
ÉTÉ VOLONTAIREMENT  
PROPOSÉS EN FRANCE.

**79**%

DE NOS COLLABORATEURS  
DISPOSENT DE GUIDES  
D'ÉCO-CONCEPTION,  
ET ONT DÉJÀ PARTICIPÉ À  
UNE FRESQUE DU CLIMAT.

ENGAGEMENT #4

# DÉVELOPPER LES CONNAISSANCES DE NOTRE COLLECTIF

## DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES DE NOTRE COLLECTIF

L'implication des salariés dans la transformation de la pratique des métiers et la diminution de l'empreinte environnementale collective dépasse la mobilité ou la valorisation des déchets. Elle passe par la montée en compétences et en connaissances des collaborateurs.

En 2024, 79 % de nos collaborateurs ont à leur disposition des guides d'éco-conception pour donner suite à leur participation aux Fresques du climat. Les guides abordent les sujets suivants : print, média, numérique, architecture... De plus, 15% de nos collaborateurs, soit l'ensemble des collaborateurs travaillant dans la branche architecture de W Conran Design, ont participé à la formation HILOH éco-conception.

79 %

Parallèlement, la sensibilisation aux enjeux environnementaux est renforcée par des ateliers de Fresque du Climat, menés au niveau du Groupe Havas, par des animateurs certifiés. En 2023, 79% des employés ont participé à des sessions éducatives animées par deux de nos collaboratrices devenues animatrices certifiées. Nos collaborateurs ont été impliqués activement dans la compréhension du changement climatique et de la durabilité, ce qui souligne notre engagement envers la formation continue et la responsabilité environnementale.



## ET EN 2025 ?

- Nous allons renouveler la formation à la communication responsable pour l'ensemble des collaborateurs. Nous allons également développer l'évaluation de l'application de la formation par les collaborateurs dans leurs projets.



PARTIE #3

# ACCOMPAGNER L'ENSEMBLE DE NOS PARTIES-PRENANTES



1

CAMPAGNE DE MÉCÉNAT  
DE COMPÉTENCES.

25%

DES COLLABORATEURS ONT ÉTÉ  
IMPLIQUÉS DANS DES ACTIONS  
SOLIDAIRES ET DE MÉCÉNAT DE  
COMPÉTENCES.

ENGAGEMENT #6

# METTRE EN PLACE UNE POLITIQUE D'ACHATS RESPONSABLES ET RESPONSABILISER NOTRE RÉSEAU DE PRESTATAIRES

**Nous sommes avant tout une agence « créative »**  
c'est pourquoi une grande partie de notre production est externalisée, notamment en matière de production audio, visuelle et audiovisuelle. La responsabilisation de notre réseau de fournisseurs et de prestataires pour limiter l'impact environnemental des productions et la maîtrise de leurs émissions de GES passe par une amélioration dans leur sélection en fixant de nouveaux critères.

Pour cela nous avons établi en 2023 notre Charte d'achats responsables qui détaille les principes destinés à garantir des relations commerciales équitables et pérennes avec nos fournisseurs et sous-traitants. L'objectif majeur de cette charte est de communiquer les engagements de W Conran Design à nos partenaires et de veiller à leur participation active dans ces initiatives.

## ET EN 2025 ?

- **Notre chantier principal** sera la systématisation de l'évaluation des fournisseurs :
- Évaluation de leur empreinte carbone, en cohérence avec les Accords de Paris.
- Évaluation de leurs pratiques environnementales et sociales.



ENGAGEMENT #7

# ACCOMPAGNER NOS CLIENTS VERS DES PROJETS PLUS DURABLES



## PROMOUVOIR DE NOUVEAUX IMAGINAIRES

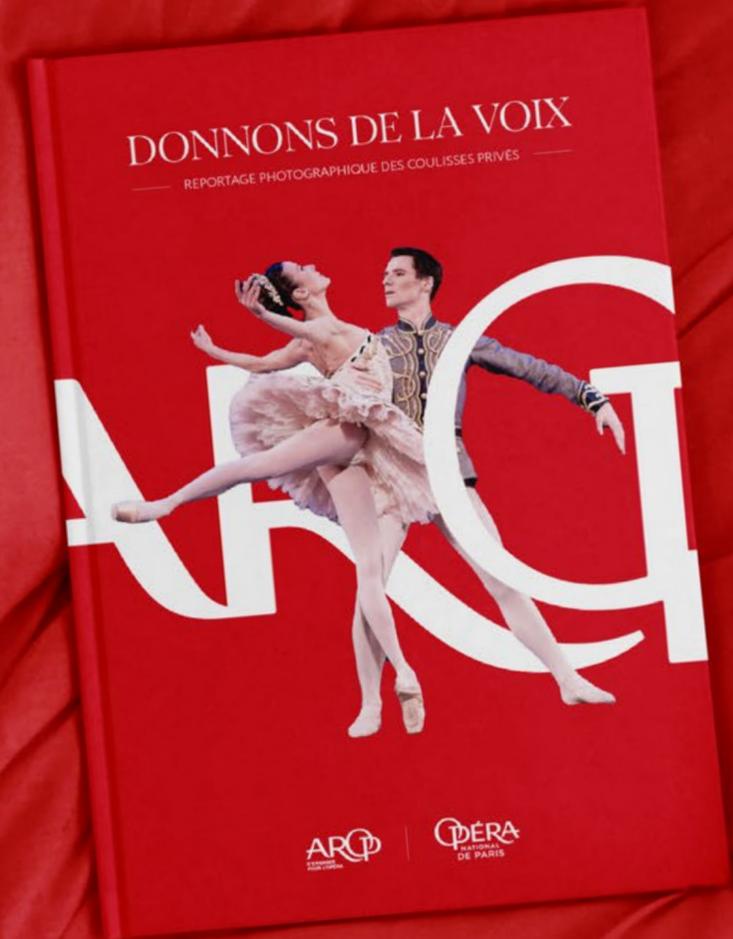
Pour répondre au défi du dérèglement climatique, il est impératif d'impulser et d'accompagner un changement des comportements pour encourager des modes de vie et de consommation moins préjudiciables pour l'environnement, contribuant ainsi à la réduction des impacts négatifs sur le climat, les ressources naturelles et la biodiversité. En tant que producteurs de communication commerciale, nous avons un rôle crucial à jouer dans ce changement, en véhiculant des comportements et styles de vie qui évoluent pour soutenir la transition vers une société et des modèles économiques plus durables.

**1**

CAMPAGNE DE MÉCÉNAT  
DE COMPÉTENCES.

**25%**

DES COLLABORATEURS ONT ÉTÉ  
IMPLIQUÉS DANS DES ACTIONS  
SOLIDAIRES ET DE MÉCÉNAT DE  
COMPÉTENCES.



## RÉFÉRENCE AGENCE

# L'AROP. CRÉER DES CODES COMMUNS POUR ÉMERGER.

### LE CHALLENGE

L'AROP est l'association pour le rayonnement et le développement de l'Opéra de Paris. Elle apporte à l'Opéra un soutien financier nécessaire à la poursuite de ses missions.

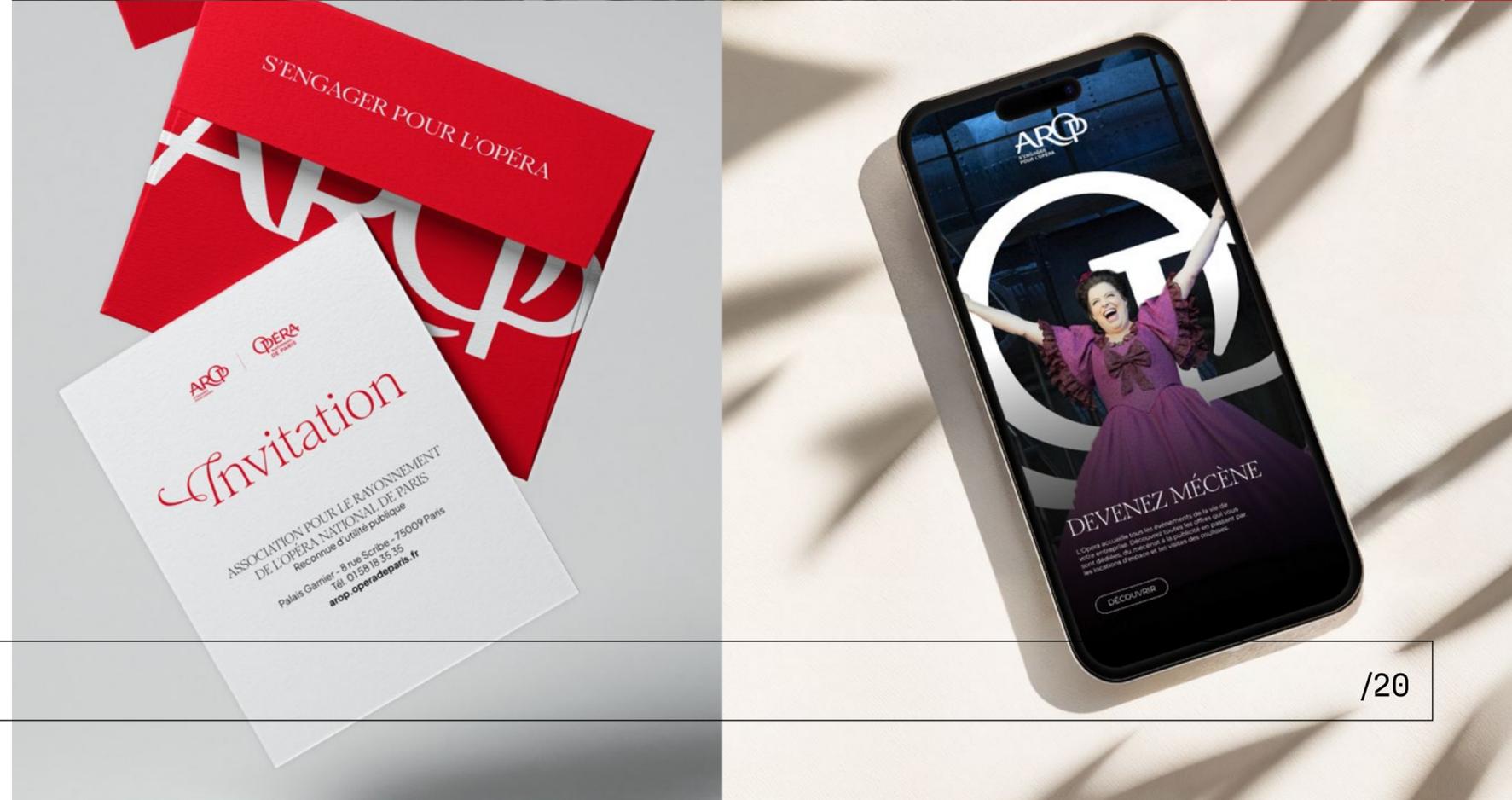
Comment faire émerger la marque « AROP » ? Comment rendre visible son rôle pour l'Opéra de Paris et s'harmoniser avec lui ?

### LA SOLUTION

L'agence accompagne ainsi l'AROP dans la refonte de son identité pour assoir sa notoriété par des codes communs forts et un territoire propriétaire.

### L'IMPACT

Une meilleure identification de l'AROP et de son rôle pour l'Opéra de Paris. Des codes harmonisés qui profitent de la notoriété de l'Opéra de Paris tout en asseyant celle de l'AROP. Un territoire propriétaire qui permet une identité propre.



ENGAGEMENT #8

# RENFORCER NOS ACTIONS DE SOLIDARITÉ LOCALE

Notre démarche RSE, c'est aussi engager notre créativité et notre énergie dans l'accompagnement et la création d'initiatives qui essaient autour de nous, localement. En 2024, dans le cadre de campagnes pro bono, nous avons accompagné l'association « Faire Face ». Nous avons également accompagné l'Association pour le Rayonnement de l'Opéra de Paris (AROP) dans une mission de mécénat de compétences.

Ces actions dépassent la pratique de nos métiers et l'engagement de nos collaborateurs et collaboratrices, et font la part belle aux initiatives en collectif. Nous avons participé localement à l'opération Boîtes Solidaires de Noël avec La Fabrique de la Solidarité basée à Paris, et nous participons chaque année à la course Havas Solidaire.

Nous menons également des actions qui renforcent notre lien aux associations et structures locales, à travers l'accueil de stagiaires de 3ème en situation de handicap, ou encore l'organisation d'un goûter végétal préparé par un artisan local pour sensibiliser à l'alimentation durable.



---

**SEE**

**YOU**

**NEAR**

**YEAR**

---