



Rétrospectives & Perspectives RSE • 2020/21

hysso



Et encore moins des couleuvres.

Notre rapport d'engagement qui dit tout mais jamais son contraire sur notre première année d'activité.

lyssop

Rapport d'engagement sincère & transparent



L'hysope est une plante

résiliente, stimulante, essaimante.

Et hyssop est une agence RSE

aux mêmes vertus.

Nous accompagnons les entreprises à amorcer, challenger, pousser leur transition responsable avec une obsession tenace : en maximiser les impacts.

Nous pouvons couvrir pour cela l'ensemble des étapes logiques de ce processus, selon le degré de maturité et d'avancement de la démarche : structuration d'une stratégie RSE, identifications des risques & opportunités, alignement des faits & dire de l'entreprise, communication sincère et cohérente sur l'ensemble des actions afin de sensibiliser et faire porter cette dynamique par l'ensemble de leurs publics...

Nous prenons avec nos clients de la hauteur sur leurs contraintes, leurs enjeux, leurs réalités, leurs publics, pour agir avec le plus d'efficacité.

Après une année d'activité, nous avons souhaité faire un bilan de nos actions et rendre compte de notre engagement et faire mentir l'adage du cordonnier*.

Nous nous appliquons cependant les mêmes règles que celles que nous donnons à nos clients : **c'est un chemin d'amélioration continue**, un cheminement qui tient compte de nos réalités & contraintes, un devoir de transparence.

Bref. L'exemplarité se construit en permanence.

En tant qu'acteur

RSE native,

l'engagement est au cœur même de notre métier.

« RSE NATIVE » car HYSSOP n'est créée que pour accompagner les entreprises et les organisations dans leur volonté de réduire leurs impacts environnementaux et d'optimiser leurs impacts sociaux et sociétaux. Partant de là, nous suivons des principes naturellement inhérents à notre secteur, notre personnalité, et bien sûr nos convictions.



Voies de progrès

- > Créer un outil de mesure d'impact à partager avec nos clients
- > Industrialiser nos parutions d'évangélisation sur des sujets que nous identifions chauds ou critiques comme nous l'avons fait pour le [Digest Numérique](#)

1

ESSAIMER AU PLUS GRAND NOMBRE.

Pour chaque dossier, nous envisageons le plus vite possible comment le faire porter par le plus grand nombre en interne mais également sensibiliser les clients sur les sujets de RSE.

👉 3 programmes internes d'engagement ont ainsi été déployés.

2

LES SALADES, ON PRÉFÈRE EN MANGER QU'EN RACONTER.

Nous sommes garants de la cohérence entre COM & ACTIONS, bannissons les effets d'annonces, réinterrogeons les propositions de communication avec ce prisme de la RSE, et préférons dire NON à un dossier plutôt que greenwasher.

👉 2 prospects ont été refusés cette année

3

NOUS SOMMES ENGAGÉS, PAS ENRAGÉS.

Nous faisons en sorte d'être accessibles à toutes les organisations qu'elles soient matures ou non, quels que soient leurs produits ou leurs services, pour que tous puissent entrer dans cette démarche d'amélioration continue.

👉 30% de nos clients sont des PME/start-up

4

RIEN NE SERT DE COURIR IL FAUT AGIR À POINT.

Tournés vers l'impact, nous faisons en sorte que nos recommandations ne servent pas de cale-porte, mais bien tournées vers des actions concrètes qui vont permettre de participer à relever cet énorme challenge que nous portons tous, collectivement, puisqu'il ne nous reste plus que 10 ans pour agir

5

PARTAGER EN OPEN SOURCE.

Certains sujets nous paraissent critiques : nous dégageons des ressources pour en faire de la sensibilisation. En open source.

👉 Un digest du numérique pour en comprendre ses enjeux durables et des pistes d'actions. Disponible [ici](#).

Last but not least.

Nous serons heureux de disparaître un jour

car cela signifiera que la RSE est définitivement infusée dans toutes les fonctions de l'entreprise et qu'elles n'ont plus besoin de nous.

Nous irons alors vendre des fromages et cultiver des fleurs.

Comme pour nos clients, nous vous présentons nos engagements RSE selon les référentiels ISO2600 et GRI.

Bonne lecture à vous



Point Lexique

ISO 26000. Au-delà d'être une norme, ISO 26000 donne des lignes directrices pour ceux qui savent qu'un comportement socialement et environnementalement responsable est un facteur clé de réussite. Une ligne de conduite à suivre qui évalue l'engagement des organisations en faveur du développement durable ainsi que leur performance globale. Elle ne garantit en rien le niveau d'excellence RSE d'une entreprise, mais valide une voie de progrès.

GRI (Global Reporting Initiative) est une ONG qui a édicté des exigences et lignes directrices pour la déclaration annuelle (reporting) des activités d'une organisation en matière de développement durable. Sa dernière version est le GRI 4



On a finalement opté pour Enercoop

1 ENVIRONNEMENT & CLIMAT : faire plus avec moins.

Nous sommes une petite agence frugale : nous produisons principalement du jus de cerveau (très faiblement émetteur de CO₂) et appliquons professionnellement les mêmes principes responsables que nous portons personnellement.

Nos principaux postes sont :

- les déchets
- les transports
- la restauration
- le tri de déchets

CO₂

Nous avons identifié nos principaux facteurs d'émission GES. Notre **ÉNERGIE** provient d'Enercoop (fournisseur français d'électricité d'origine renouvelable). Nos **TRANSPORTS** suivent une charte déplacement qui nous balade en train, métro, vélo. L'avion ne nous a pas vus cette année. Nos locaux regorgent d'**ÉQUIPEMENTS À ÉCONOMIE D'ÉNERGIE** (LED, réducteur d'eau, chasse double débit...). Notre site web eco-conçu (EcoIndex 94/100, outil qui mesure la performance environnementale) est géré par l'hébergeur suisse Infomaniak (PUE de 1,11 en moyenne : voir encadré). Notre matériel informatique et téléphonie est reconditionné (BackMarket).

Numérique

Nous nous appliquons l'ensemble des recommandations édictées dans le Digest du Numérique Responsable que nous avons écrit. Nous partageons nos documents via notre serveur ou par serveur d'envoi (SwissTransfer, outil développé par Infomaniak) car moins impactant que par mail. Nous veillons dans les communications que nous réalisons à limiter les impacts en choisissant parfois d'imprimer quand cela est considéré comme plus efficace d'un point de vue environnemental que le digital

Politique d'achats responsables

Notre cahier des charges fournisseur intègre des critères RSE et nos achats privilégient les produits les moins impactants depuis nos meubles de bureau (chiné chez Emmaüs) jusqu'à nos produits de nettoyage (EcoLabel) en passant par le papier FSC (97 pages imprimées cette année)

94/100

Le score EcoIndex de notre site Web

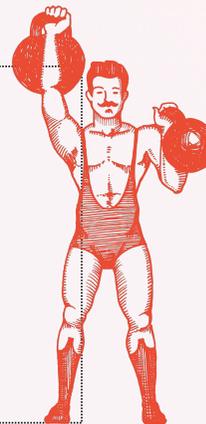
Jusqu'à
76%

de l'impact numérique provient de la fabrication de l'équipement. Faisons durer, réparons, recyclons si défectueux.

Chez Hyssop, 75% de nos téléphones proviennent du marché reconditionné et la moyenne d'âge de nos ordinateurs est de 5 ans.

Point Lexique

Le **PUE** (on vous l'accorde : l'acronyme est malheureux, pour *Power Usage Effectiveness*) est un indicateur mis au point par le Green Grid qui mesure l'efficacité énergétique d'un datacenter. Il est calculé en divisant le total de l'énergie consommée par le datacenter par le total de l'énergie utilisée par les équipements informatiques (serveur, stockage, réseau). Plus le PUE se rapproche de 1, plus il est donc bon. Celui de notre hébergeur Infomaniak (Suisse) est de 1,11.



Biodiversité

Nous avons un chien qui n'a pas été maltraité lors des séances de shooting.

Nous verdissons nos locaux avec les plantes et les fleurs de notre succursale normande.

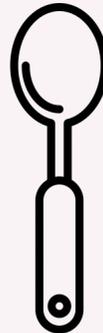
Restauration

Quand ils ne sont pas home-made, les repas sont commandés & livrés à vélo (97 cette année, pour 4 collaborateurs). Un événement (atelier d'intelligence collective pour le SIAL) a fait appel au traiteur Planète Sésame 92. L'eau provient du robinet, la vaisselle est réutilisable, les approvisionnements sont locaux & de saison (les collaborateurs cuistots se fournissent auprès de *La Ruche qui dit Oui*).

Les trucs de mamie HYSSOP contre le gaspillage alimentaire



Réutilisez l'huile qui conservent tomates séchées, sardines...
Réutilisez l'eau des pois chiche en bocaux pour faire une mousse au chocolat (ça monte en neige)
Faites des financiers (jaune d'œuf) et des meringues (blanc d'œuf)
Achetez des DLC courtes pour votre repas du jour : ça permet de ne pas se creuser la tête pour le fameux #OnMangeQuoiCeSoir, et permet au magasin de réduire son gaspillage.



Déchets

La majorité des nos déchets générés sont les quelques pistes créas non retenues. Nous ne les recyclons malheureusement pas. 100% de nos collaborateurs utilisent une gourde réutilisable **Gobi**. et boycottent le plastique à usage unique. Concernant le **tri des déchets**, nous utilisons les filières de recyclage classiques : carton-papier, compost, piles et batteries, plastique, ampoules.



Voies de progrès

- > Choisir un service de livraison de repas engagé
- > Diminuer de 50% nos déchets via des achats en vrac, notamment.
- > Troquer notre voiture thermique (véhicule essence d'occasion de 2010) contre une voiture électrique d'ici 2022... Si vous avez des recos : on prend.





Visuel non contractuel

2

SOCIAL : **à l'écoute proactive.**

Après un an d'existence, nous gérons déjà une (petite) masse salariale. La hiérarchie y est très horizontale, ce qui ne veut pas dire qu'il faut coucher pour réussir, mais que le dialogue est ouvert, l'écoute est sacrée, les liens hiérarchiques sont courts et directs, et les aspirations d'évolution sont prises en compte. Nous ne fouettons jamais, sauf si vous êtes un blanc en neige. Et tout le monde sait que vous ne l'êtes pas.

Entretien annuel, plan formation, flexibilité temps travail, gestion des compétences

Nous avons une vigilance particulière sur le sujet de la non discrimination y compris sur l'âge. Nous travaillons avec des jeunes que nous formons (nous avons privilégié l'embauche de notre alternant à la fin de son cursus) mais également avec des seniors dont l'expérience précieuse a parfois du mal à intégrer les entreprises (12% de nos partenaires freelance ont plus de 50 ans). Nous associons l'ensemble de nos collaborateurs (Freelance ou interne) à nos réflexions stratégiques et nous sommes transparents sur nos tableaux de bord budgétaires.

Télétravail & travail tout court

il est bien sûr exercé dans notre entreprise notamment en ces périodes de Covid mais notre enjeu est plutôt de pouvoir se retrouver en équipe et lutter contre l'isolement. Nous avons mis en place des **jours de travail en commun** que nous nous efforçons de respecter quelles que soient nos échéances et la pression du « rendu ». Nous avons créé une communauté de consultants, graphistes, créatifs autour de nous. Ils sont pour nous très importants et nous veillons à les rémunérer justement et rapidement (nos délais sont en moyenne de 17 jours), à leur donner des délais acceptables et à les respecter, à les intégrer en amont sur les dossiers pour qu'ils s'en sentent responsables au même titre que nous, à les nourrir d'informations pertinentes pour leurs métiers, à les réunir régulièrement pour qu'ils se sentent faire partie d'une communauté.

DES ALLIÉS CHOYÉS



« Une relation fluide, des contacts faciles, un projet bien huilé qui m'a donné à la fois des rails pour créer, et de la liberté pour m'exprimer »

Anaïs Profit
Artiste en paper art



« Nous avons co-écrit le digest du numérique responsable avec Hyssop. Du contenu utile, pratique, open source, pour orienter une meilleure consommation numérique... L'essence même de ce que je revendique . »

Bruno Della Mathia
Eco-Développeur Web





On y va



**SOCIÉTAL :
créer de l'impact**

Notre leitmotiv c'est l'action et l'impact. Nous les prônons auprès de nos clients, mais aussi pour nous-mêmes. Nous nous impliquons dans différentes initiatives et projets en qui nous croyons : nous collaborons, finançons, relayons, essayons pour et avec eux. On aime créer des ponts entre nos différents alliés.

Notre principal impact : c'est celui de nos clients

Nous plaçons finalement **notre mission** dans le volet sociétal de notre activité : **comment accompagner les entreprises à réduire leur impact environnemental et augmenter leur impact positif sur la société**. C'est là notre principal enjeu. Nous veillons à proposer une aide aux parties prenantes que nous sommes amenés à consulter pour les besoins de nos dossiers : ONG, experts, universitaire... soit en les accompagnant sur des sujets que nous connaissons (comme la communication) soit en mettant en avant leurs travaux.

Voies de progrès

> Dédier notre énergie à des projets (Pro Bono) une fois notre chiffre atteint.



Vive les clusters durables



Nous avons emménagé en Octobre 2021 avec Gobi avec qui nous n'allons pas seulement partager des locaux, mais aussi des projets dont nous allons optimiser impacts et rayonnements positifs. Une communauté d'expertises hétérogènes qui unit ses forces.



Nous accompagnons Pro Bono cette jeune start-up incubée par IONIS 360 qui développe une application accompagnant les femmes atteintes d'endométriose (outils de communication, formation de l'équipe sur les sujets marketing, développement & communication...)



Nous avons adhéré à la CPME car nous sommes convaincus que ces 1 300 000 PME ont un pouvoir de changement très important et peuvent faire preuve d'une grande réactivité. Nous espérons modestement pouvoir influencer ces entreprises.



Le **1%** s'est donné comme mission de développer la philanthropie environnementale à travers le monde et d'augmenter l'impact des actions terrain menées par les associations partenaires. **Le principe** : reverser 1% de son CA pour des projets portés par l'association de son choix. Nous soutenons EarthShip-Sisters, un accélérateur de leadership environnemental « sublimé par le féminin et la puissance du collectif ».



Partenaire de l'ECO RANDO PORQUEROLLES,

épreuve sportive du Top de Porquerolles qui fait courir, nager, pédaler et nettoyer l'île ses participants pendant 2 jours. .



Nous sommes engagés dans le collectif Impact France qui propose une économie différente en cohérence avec les enjeux sociétaux.

Et après ?

Nous avons fait du mieux que nous avons pu en cette 1^{er} année d'existence. Nous sommes loin d'être parfaits, et souhaitons aller plus loin avec notamment quelques chantiers importants.

L'amélioration de l'empreinte écologique de nos locaux.

Une cohésion et valeur ajoutée renforcées vis-à-vis de notre écosystème de consultants & créatifs.

Le développement des collaborations avec des personnes en situation de handicap.

De nouveaux avantages sociaux et la participation aux fruits de l'entreprise pour nos collaborateurs.

La mise en place d'indicateurs, éléments clefs pour mesurer et faire évoluer notre démarche.

Une certification BCorp qui ne peut être mise en place qu'après 1 an d'activité. Bougie que nous venons de souffler ici.

Et surtout...

Nous souhaitons nous dégager du temps pour nous impliquer sur des projets à impacts qui n'auraient pas les moyens de s'offrir du conseil strat RSE, un audit, un sustainable boost avec notre réseau d'alliés, des campagnes créa... Bref : ce que l'on fait au quotidien. Une fois nos objectifs atteints (car oui, nous sommes bel et bien une entreprise avec des tableaux excel, des seuils de rentabilité et la nécessité de payer chacun à sa juste valeur), nous leur consacrerons notre jus de cerveau et ferons un appel à projets en ce sens. Nous avons hâte. Entreprises : c'est grâce à vous que nous atteindrons notre objectif que nous avons fixé. Projets : tenez-vous prêts.

À très vite.

L'équipe Hyssop.

Un grand merci à

GUERLAIN
PARIS

 **PLANÈTE
VOYAGES**

**Renault
Group**




Société Forestière
Faire de la nature une valeur sûre


COSPIRIT **MEDIATRACK**

 **PROTIFLY**
Sustainable production of bioresources

 **MEDIAPOST**

GrandVision 

LE BHV / MARAIS

BRONSON.
WE LOVE BRANDS

RX

SFL
SOCIÉTÉ FONCIÈRE LYONNAISE

J A I C O S T
ACCÉLÉRATEUR DE RÉUSSITE

fff Fédération
Française
Franchise

de nous avoir confié leurs enjeux responsables,
programmes d'engagement interne, communication
responsable, campagne de mobilisation, roadmap RSE,
repositionnement stratégique... Bref : de nous avoir fait
confiance lors de notre 1e année d'existence.



hyssop

23 rue Blondel
75002 Paris
contact@hyssop.agency