

RAPPORT

RSE

2025



Agence conseil
en communication
responsable

4 outils structurants

Notre conception des engagements de l'agence repose sur l'idée que nous devons être dans une démarche de progrès permanente. Pour la piloter aux mieux et nous assurer de ne pas rester statiques nous nous appuyons sur 4 outils répondant chacun à une fonction distincte et complémentaire.

Charte d'engagement

Ce document de référence, partagé à l'ensemble de l'équipe, pose le socle des engagements pris par l'agence. Celle-ci a été élaborée dès la création de l'agence puis a été révisée en 2020.

Comité d'éthique

Nous nous sommes dotés, dès 2010, d'un comité d'éthique : le « Cometh LIMITE ». Composé de huit personnalités qualifiées et indépendantes, son rôle est d'accompagner l'agence en nous orientant dans nos choix et nos engagements. Une fois par an, les membres se réunissent pour discuter de notre activité et de nos projets, et nous faire part de leurs recommandations. Tout au long de l'année, chaque membre de l'équipe peut également décider de saisir le Cometh sur des questions éthiques plus spécifiques. Les avis du Cometh sont collectifs, consultatifs et ont pour but de nous aider dans nos choix.

La « palabre »

Une palabre est une coutume africaine permettant le règlement de conflit. Les membres d'une communauté se réunissent dans un lieu dédié (« arbres à palabre », maison...) afin de discuter et de prendre des décisions sur la vie de la communauté. Les décisions sont prises collectivement, des compromis étant établis pour ne léser aucun membre de la communauté. Ce principe de « palabre », c'est justement le mode de prise de décision que nous utilisons lorsque se pose une question d'éthique, un point « qui ne va pas de soi ». Tous les membres de l'équipe de l'agence peuvent, s'ils le souhaitent, déclencher une palabre sur un sujet de leur choix.

Label RSE Agences Actives

Pour formaliser et suivre la progression de ses engagements RSE, l'agence a mis en place depuis 2021 une évaluation via le label « RSE Agences Actives ». Développé par l'AACC - Association des Agences-Conseils en Communication et le Groupe AFNOR, ce e-label évalue le niveau de maturité des agences de communication en matière de RSE. Après une première obtention du label en 2021, il a été renouvelé en 2022 avec une note en hausse.

Responsable en tant qu'entreprise :

les engagements de l'agence

Nous avons intégré les principes de développement durable et de responsabilité sociétale au cœur de notre fonctionnement interne, afin de limiter notre impact environnemental et de favoriser l'épanouissement de chaque membre de l'équipe.

Engagement social et bien-être des collaborateurs

Droit à la déconnexion

Nous veillons à ce que les collaborateurs de l'agence ne reçoivent pas de sollicitations professionnelles en dehors de leur temps de travail, entre 20h et 8h du matin la semaine, ainsi que tout le week-end.

Diversité et égalité des chances

L'agence veille à l'emploi des jeunes et des seniors, et à la prise en compte de la diversité. Les managers sont sensibilisés à ces questions et tenus au courant des travaux en cours sur le sujet dans le cadre de la commission RSE de l'AACC. Nous sommes également sensibles à l'égalité professionnelle et à la parité hommes / femmes. L'équipe de l'agence est composée à 2/3 de femmes et 1/3 d'hommes. Nous agissons aussi pour favoriser l'insertion professionnelle des jeunes issus de tous milieux dans les métiers de la communication : Miguel de Oliveira, Directeur Associé de l'agence, intervient régulièrement bénévolement auprès du lycée Jacques Brel à la Courneuve, pour coacher des élèves en BTS Communication dans le cadre de travaux pratiques.

Par ailleurs, nous nous impliquons ponctuellement dans des initiatives du secteur associatif qui permettent de promouvoir la diversité et l'égalité des chances. A titre d'exemple, l'agence a noué en 2022 un partenariat avec Make.org sur la Grande Cause « Lutter contre toutes les inégalités subies par les femmes ». L'objectif de Make.org était de permettre à des citoyens de faire leurs propositions et de voter sur celles des autres participants, pour faire émerger des solutions concrètes afin de lutter contre toutes les inégalités subies par les femmes. Dans le cadre de cette consultation, l'agence a participé à des journées d'ateliers de réflexion et de co-construction pour transformer les idées prioritaires issues de la consultation en pistes d'actions concrètes, le but final étant d'aboutir à un plan national de 5 à 10 actions.

En 2025, dans le cadre du partenariat entre l'AACC avec le rectorat de Paris, l'agence a accueilli un élève en situation de handicap pour son stage d'observation de troisième.

Enfin, l'agence est particulièrement vigilante sur les questions de harcèlement. Nous sommes signataires de l'accord de branche de l'AACC sur le harcèlement au travail et les violences sexistes, et disposons de dispositifs de prévention et de signalement du harcèlement en interne (affichage, questionnaire, etc.).

Formation des collaborateurs

Nous offrons à chaque membre de l'équipe la possibilité de monter en compétences, en étant particulièrement à l'écoute des souhaits de formation : chacun peut à tout moment de l'année faire une demande de formation auprès de son manager.

Nous avons également mis en place des temps de formation collectifs tout au long de l'année, les « LIMEET'UP » : chaque mois, une personne extérieure issue du réseau de l'agence vient nous partager son expertise sur une thématique en lien avec nos enjeux et ceux de nos clients : le marketing d'influence, l'accessibilité web, l'intelligence artificielle... Les supports de formation sont ensuite partagés à toute l'équipe de l'agence afin que chacun puisse se les approprier.

Management et prévention aux différents risques

Chaque membre de l'équipe est managé et accompagné tout au long de sa carrière et de ses missions. Dans cette optique, chaque manager veille à adopter un mode de management adapté à chaque salarié, en mettant l'accent sur l'écoute, la reconnaissance, le soutien à l'autonomie, le dialogue sur le travail et la valorisation de la coopération.

Dès leur arrivée et régulièrement, chaque membre de l'équipe est sensibilisé aux enjeux du bien-être et de l'épanouissement au travail. Dans une démarche préventive et d'accompagnement, divers documents d'informations et d'outils sont mis à disposition pour éveiller aux risques de burn-out, de harcèlement, etc.

Nous veillons également à instaurer un climat propice à l'écoute et à la bienveillance, afin que chaque collaborateur puisse se sentir libre de partager et d'exprimer ses ressentis, ses besoins et d'éventuelles difficultés, si une situation venait à ne pas leur convenir.

Engagements environnementaux

Gestion des déchets

L'agence sensibilise régulièrement l'équipe à l'enjeu de réduction des déchets (en particulier le papier). Un suivi mensuel du nombre d'impressions a été mis en place, et nous réutilisons systématiquement les papiers en brouillons. Nous avons également pros crit la vaisselle à usage unique, et pratiquons le tri sélectif. Certains déchets (piles, ampoules, etc.) font aussi l'objet d'une collecte spécifique. Chaque personne occupant les locaux a été formée à ce mode de tri, et une signalétique a été mise en place.

Réduction de la consommation énergétique

Au cours des dernières années, l'agence a pris plusieurs mesures qui ont permis de réduire considérablement sa consommation énergétique :

- Prolongement de la durée de vie du matériel informatique.
- Chauffages systématiquement éteints du vendredi soir au lundi matin et thermostat programmé à 19°C conformément aux directives gouvernementales.
- Équipement de chaque poste de travail avec une multiprise à interrupteur. Celles-ci sont éteintes tous les soirs pour limiter la consommation électrique liée aux appareils en veille.

Éco-conception du site LIIMITE

L'équipe « digital » de l'agence est sensibilisée aux bonnes pratiques en matière d'éco-conception de sites web, que nous prenons en compte dans nos productions. Lors de la phase de conception d'un site web, nous évoquons systématiquement cette question avec nos clients afin de les y sensibiliser. Début 2024, nous avons également opéré la refonte du site de l'agence, en mettant l'éco-conception au point de départ de notre réflexion, pour concevoir un site efficace avec un impact sur l'environnement réduit.

Valorisation des modes de transport collectifs

Les collaborateurs de l'agence sont encouragés à privilégier le vélo, les transports en commun et la marche à pied pour leurs trajets domicile-travail ou leurs rendez-vous professionnels, et l'usage de véhicules personnels est proscrit. La mise à disposition de tout véhicule de fonction est également interdite. L'agence prend en charge 50% des titres de transport en commun. En outre, l'agence encourage les collaborateurs à se déplacer à pied, en participant au challenge inter-entreprises Treely, qui consiste à faire le plus de pas possible sur une durée de 12 jours. Et pour les trajets longues distances : le train !

Télétravail

Pour concilier vie professionnelle et vie personnelle, tous les collaborateurs, sans condition d'ancienneté, ont la possibilité de faire du télétravail plusieurs jours par semaine s'ils le souhaitent. Le télétravail se fait sur la base du volontariat. Toute l'équipe de l'agence est équipée en conséquence : postes de travail mobiles, logiciels de travail installés, forfaits de téléphonie mobile remboursés. Nous sommes dotés d'une charte sur le télétravail, afin que les collaborateurs aient connaissance de leurs droits.

Le bilan carbone agence

L'agence réalise chaque année son bilan carbone. Nous utilisons pour cela le calculateur développé par EY et l'AACC spécifiquement pour les agences de communication. Ce calculateur, validé par l'ADEME, prend en compte non seulement l'impact lié au fonctionnement interne de l'agence, mais également celui lié à ses métiers et productions, ainsi que l'impact de diffusion des campagnes.

Au cours des dernières années, nous avons pris plusieurs mesures qui ont permis de réduire notre bilan carbone :

- Prolongement de la durée de vie du matériel informatique (plus de politique de renouvellement régulier, mais remplacement au cas par cas quand le matériel arrive en fin de vie).
- Utilisation systématique des transports en commun pour se rendre à des rendez-vous.
- Équipement des bureaux avec des multiprises à interrupteurs.

Dans une logique de progression continue, nous souhaitons faire encore mieux ! Notre objectif d'ici 2027 est de réduire de 15 % notre bilan carbone.

Éthique des affaires

Transparence financière

Nous veillons à adopter une attitude respectueuse et exemplaire vis-à-vis de nos interlocuteurs, qu'il s'agisse de nos clients, nos prospects ou nos fournisseurs. Nous favorisons la transparence budgétaire et respectons les règles en vigueur concernant les appels d'offre, les cadeaux et avantages, etc. Tous nos prestataires sont réglés dans des délais courts (30 jours au plus).

Droits d'auteur

L'agence respecte les créations et les créateurs. Nous apportons une attention particulière au respect des droits d'auteur, imposant à tout utilisateur d'une œuvre d'obtenir l'autorisation du détenteur des droits pour l'utiliser. Nous nous attachons à proposer des créations originales à nos clients et à les informer lorsque celles-ci intègrent les œuvres d'un tiers. Par ailleurs, dans une logique de valorisation des travaux des créatifs, nous n'avons pas recours à l'intelligence artificielle pour les créations de l'agence.

Lignes de conduite pour des consultations plus responsables

LIMITE est également signataire de la charte AACC « La Belle Compétition ». Elle rappelle les critères, communs à tous les métiers du conseil en communication, qui permettent aux agences et aux annonceurs de témoigner de leur engagement à mener des compétitions à la fois transparentes, responsables et sincères.

Prévention corruption

L'agence adopte une politique de tolérance zéro face à la corruption sous toutes ses formes. Nous nous engageons à mener nos activités avec intégrité, transparence et responsabilité, en veillant à ce que nos collaborateurs, partenaires et parties prenantes respectent les réglementations en vigueur. Afin de prévenir ces risques, nous sensibilisons nos équipes aux bonnes pratiques éthiques et mettons en place des dispositifs de signalement pour garantir un environnement de travail intègre et exemplaire.

Mode de gouvernance ouverte

Nous veillons à instaurer une véritable transparence au sein de l'agence afin que chacun se sente libre d'interpeller quiconque pour rendre compte de l'état d'avancement, de la trajectoire empruntée et des orientations prises.

Responsable dans notre façon de faire notre métier :

communiquer de manière plus responsable

Être une entreprise responsable implique également, selon nous, de ne pas se limiter à traiter les impacts liés à notre fonctionnement, mais d'intégrer également dans nos réflexions ceux liés à notre activité.

La copie stratégie responsable

LIMITE est consciente des impacts de la communication. Notre pratique de la communication responsable, appliquée au quotidien, repose sur 4 piliers, formalisés dans notre « copie stratégie responsable » :

L'imaginaire vrai

Nous aimons vous challenger en se basant sur la réalité de l'activité de nos clients. Nous construisons une communication juste.

La personne multidimensionnelle

Nous veillons à interagir avec chaque personne dans sa globalité tout en respectant ses sensibilités, ses subtilités mais aussi ses fragilités. Nous considérons chacun.

L'empreinte immatérielle positive

Nous encourageons nos clients à mettre en scène des représentations qui font évoluer positivement les mentalités et les pratiques liées à l'environnement, la diversité, les droits humains, le bien-être... Nous visons le progrès pour tous.

L'éco-conception des actions

Nous mobilisons notre expertise en matière d'outils et de bonnes pratiques qui permettent à nos clients de construire une communication éco-socio-responsable.

L'ensemble de l'équipe de l'agence est formé à cette méthode, que nous appliquons pour l'ensemble de nos missions. Concrètement, cela se traduit à plusieurs niveaux :

Impact des messages :

Afin de garantir la responsabilité des messages que nous élaborons pour nos clients, nous mettons en place plusieurs méthodes et dispositifs :

- nous interrogeons des acteurs de la société civile sur les sujets sur lesquels nous travaillons.
- nous veillons à la juste représentation (non-stéréotypée) de personnes des "minorités visibles".
- nous veillons à ce que les représentations de la femme ne soient pas dévalorisantes et/ou stéréotypées.
- nous veillons à ce que certains comportements individualistes et inciviques ne soient pas valorisés.
- nous veillons à ce que la répétition des messages de chaque campagne réalisée ne soit pas excessive (intrusion, pollution visuelle et/ou sonore).
- nous ne produisons aucune campagne pour des produits dont la promotion peut générer des addictions, entraîner des problèmes de santé, d'exclusion sociale ou de pollution.

Impact de la diffusion :

Pour nous permettre d'évaluer au mieux l'impact de nos recommandations dans le cadre des missions qui nous sont confiées, nous nous sommes dotés d'un calculateur carbone. Nous adaptions ainsi nos recommandations, afin de réduire l'impact de diffusion des supports que nous produisons pour nos clients. Nous limitons notamment le recours à l'affichage et aux impressions.

Impact de la production des outils/supports (éco-conception) :

Dans le cadre de la production de supports de nos clients, nous respectons les principes suivants :

Édition :

- Concevoir des produits recyclables : utilisation des fibres recyclées ou vierges issues de forêts gérées durablement (labels FSC ou PEFC).
- Utiliser des encres plus écologiques (végétales ou à l'eau) ainsi que des technologies permettant de limiter le recours aux substances chimiques (gestion des déchets) ;
- Optimiser le transport, les formats (tailles standards), la chromie (mono/bichromie).

Digital :

- Concevoir des sites et applications qui respectent les principes d'éco-conception (cf. recommandation de GreenIT).

Télévision, cinéma et presse écrite :

- Veiller à limiter l'impact environnemental de la conception des messages publicitaires en agissant sur différents leviers (distance du lieu de tournage, mode de déplacement, gestion des déchets, etc.).

D'ailleurs, notre premier levier d'action s'active dès nos premières discussions avec les clients. Nous les sensibilisons à l'éco-conception en privilégiant des solutions économes en ressources et en encourageant le recyclage des éléments existants. Cette démarche permet de limiter l'empreinte environnementale de chaque projet tout en valorisant l'ingéniosité et la durabilité.

Pour mener à bien ses missions, l'agence s'entoure et travaille avec des pairs partageant la même vision et dont les actions s'inscrivent aussi dans cette démarche de communication responsable.



**ALLIANCE COM
RESPONSABLE**

LIMITE est un des membres fondateurs de l'Alliance Com Responsable : un consortium composé de 3 agences partenaires : Smart Agence, By Benoît et LIMITE. Nous sommes toutes liées par des valeurs communes et des expertises complémentaires et nous partageons la même approche de la communication responsable. Dans ce cadre, nous nous réunissons pour travailler en synergie, en respectant les bonnes pratiques, afin de répondre aux attentes des clients.

FOCUS Les pratiques « web responsable »

Un volet important de l'activité de l'agence repose désormais sur le digital avec un pôle dédié au *social media management*. Dans cette optique, nous adoptons une approche de communication responsable qui s'étend également au web. Nous sommes ainsi particulièrement attentifs aux trois piliers qui fondent le web responsable : l'accessibilité, l'éco-conception et la protection des données personnelles.

L'agence a également de respecter l'ensemble des points de la Charte d'éthique du marketing d'influence soutenue par l'ARPP.

Accessibilité

Parce que nous parlons à l'ensemble de la population française et que nous sommes conscients des inégalités d'accès à l'information (ou de l'impact des inégalités sociales), nous veillons à répondre aux enjeux d'accessibilité et d'inclusivité dans la production de nos supports. Ainsi, nos équipes ont l'habitude d'intégrer ces contraintes et nous prenons en compte les différents handicaps pour satisfaire les critères AA (tels que définis en annexe du RGAA). Nous avons ainsi intégré les principes de la Charte d'accessibilité de la communication de l'État qui nous guide dans nos productions éditoriales. Grâce à notre accompagnement du Fonds de dotation Kilema, nous sommes au fait de la méthode Facile à lire et à comprendre (FALC), conçue pour permettre l'accès aux informations écrites et audio. Celui-ci se base sur des règles précises, qui favorisent une meilleure lisibilité et compréhension des choses.

Nous travaillons régulièrement sur les sujets d'accessibilité web avec notre partenaire Smart Agence, une agence digitale experte en la matière, avec qui des temps de formation de l'équipe de l'agence sont organisés. Nous avons également activement contribué à l'élaboration du guide sur l'accessibilité web de l'AACC dans le cadre de la commission RSE.

RGPD

L'agence s'engage, conformément à la loi et aux exigences du RGPD, à respecter la confidentialité des données personnelles qui lui sont confiées, à garantir leur sécurité et à les traiter conformément à leur usage initial. Nous avons nommé un référent RGPD dédié : Miguel de Oliveira, associé. Les équipes de l'agence sont également sensibilisées aux questions RGPD via des supports dédiés, fournis par le groupe Domplus, actionnaire majoritaire de l'agence.

Moteur de réflexions et contributeur d'innovation sur nos sujets

Outre notre implication au sein du collectif pour une communication responsable, nous veillons à contribuer à nourrir les débats et réflexions de notre secteur à travers différentes contributions :

- Commissions RSE & Corporate de l'AACC, dont nous avons été membres, jusqu'en juin 2025.
- NG'Ad, le club des dircoms associatifs qui aiment la pub, créé en 2009 par l'agence, avec ACT Responsable. Il a pour objet de favoriser les échanges entre le monde de la communication marchande et celui de la communication caritative pour développer une création publicitaire de qualité au service de l'intérêt général.

Depuis sa création, l'agence apporte par ailleurs régulièrement son soutien en *pro bono* à des projets solidaires qui ne disposent pas de suffisamment de moyens pour financer un accompagnement par une agence. Cette année encore LIMITE a accompagné gracieusement le blog « Chroniques Philanthropiques » de Francis Charhon, ex-DG de la Fondation de France), dans le pilotage éditorial.

Nous avons également animé un cycle de formation sur la communication, pour le compte du Philanthro-Lab, à destination de mécènes. Le Philanthro-Lab est un lieu dédié à l'innovation et à l'accompagnement des acteurs de la philanthropie. Il favorise la mise en réseau, l'échange de bonnes pratiques et le développement de projets à impact positif.