

besight

**Rapport RSE
2021-2022**

Sommaire



Edito	3
Présentation synthétique de Besight	4
Notre mission	
// pourquoi besight existe / notre philosophie	6
Socle social	
// l'indispensable pour atteindre notre mission	7
Responsabilité intégrale	
// la RSE doit s'appliquer sur tous les tableaux	9
Avancées & Plan d'action	10
Notre mission	
// cadeaux utiles	11
// réduction d'impact	14
Socle social	17
Responsabilité intégrale	19
Conclusion	21

Edito

Cette nouvelle édition du rapport RSE de Besight vous présente l'entreprise et son ADN, la mission qui nous guide et les moyens que nous mettons en œuvre pour atteindre nos objectifs.

Les deux dernières années ont été marquées par la crise du Covid-19, dont l'ampleur et la gravité ont mis en exergue les limites de notre mode de vie actuel. L'autre évènement marquant est la sortie du 6e rapport du GIEC, groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat. Si la conclusion factuelle de ce rapport est chaque année toujours plus inquiétante, elle devient désormais alarmante.

L'Homme et son activité détruisent les écosystèmes et mettent en péril la vie sur Terre telle que nous la connaissons. Nous devons impérativement nous réinventer et minimiser l'impact de nombreuses crises que nous savons aujourd'hui inévitables (climatiques, économiques, migratoires, etc...).

Prendre conscience de cette situation est un premier pas et nous observons chaque jour que de nombreuses entreprises agissent en conséquence. Nous avons à cœur d'encourager ce mouvement, d'y prendre part et d'assumer cette nécessaire responsabilité.

Le constat est simple. Le monde et ses ressources sont physiquement limitées. Chez Besight, 92% du bilan carbone correspond à la vente de produits. En identifiant le problème,

nous nous donnons les moyens d'agir. Et agir sur notre cœur d'activité, c'est faire face aux nombreuses incertitudes que subit et continuera à subir le secteur de la communication par l'objet.

Attendre que le marché soit prêt ? Non.

Faire de la réduction d'impact une option ? Non.

Changer le modèle d'affaires pour une activité compatible avec le respect des limites planétaires ? Nécessairement.

Nous avons décidé de devenir entreprise à mission.

Cela signifie que nous avons des objectifs précisément identifiés et nous serons régulièrement audités pour vérifier notre capacité à les tenir.

Afin de respecter ces engagements, un socle social est mis en place. Nous, collaborateur·rice·s de Besight, tenons la responsabilité de la réussite de notre mission. Ainsi, toutes les conditions organisationnelles et sociales nécessaires à ce dessein sont mises en place.

Vous l'aurez compris, Besight ambitionne fermement de répondre aux enjeux de la transition écologique en devenant dès aujourd'hui une entreprise d'après, où le bien-être des humains et le respect du vivant sont au cœur du modèle d'affaires.

La team besight



Présentation synthétique de besight

Présentation synthétique de Besight

Besight est une entreprise qui se veut contributive*.

***une entreprise qui concilie le monde des affaires
avec les limites planétaires.**

Nous traitons la responsabilité sociétale d'abord par l'activité, la communication responsable :

→ Nous répondons aux besoins de communication des organisations, dans une approche de sobriété.

→ Nous réduisons l'empreinte d'un canal de communication aujourd'hui largement utilisé par le choix de références éco-conçues, dans une approche de durabilité.

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

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



Notre mission : pourquoi besight existe // notre philosophie



En tant qu'entreprise à mission, notre mission est la priorité :
"Agir en partenaire de confiance auprès des entreprises
pour leur conseiller des cadeaux utiles et à l'impact
environnemental limité".

// Volet 1 : des cadeaux utiles

→ Un cadeau utile doit servir à l'utilisateur, qui fait l'objet d'un besoin identifié. Alors que l'objectif de l'annonceur est bien souvent la mémorisation de la marque (commerciale ou employeur), son intérêt est dans la satisfaction de l'utilisateur par rapport au produit offert.

Un annonceur satisfait est associé à un utilisateur satisfait.

→ Nous assurons un conseil complet, c'est-à-dire être disponible, apporter un suivi personnalisé, déceler la juste quantité de cadeaux, proposer un rapport qualité-prix cohérent, un support et un message de communication ciblés, des couleurs harmonieuses, un marquage durable et de qualité, les meilleures options de fin de vie du cadeau.

→ Nous assurons un conseil honnête, en toute transparence et dans une logique de confiance.

// Volet 2 : des cadeaux à l'impact environnemental limité

→ Nous avons déterminé les impacts les plus importants de nos produits et nous avons choisi en conséquence l'indicateur le plus pertinent : le budscore. Il nous permet d'évaluer un objet par rapport à son impact sur le changement climatique et sur l'épuisement des ressources.

→ Dans l'idéal, le cadeau est composé d'un mono-matériau recyclé ou d'origine renouvelable, recyclable, en fabrication française, avec une quantité de matière optimale, c'est-à-dire sobre pour diminuer son empreinte carbone et suffisante pour augmenter sa durée d'utilisation.

Socle social : l'indispensable pour atteindre notre mission

Afin de remplir la mission, un socle social est nécessaire. Nous devons cultiver une terre fertile pour les collaborateur·rice·s de Besight. C'est une entreprise vivante qui favorise l'épanouissement et l'accomplissement.

// 1 // Bien-être

- Qualité de vie au travail
- Rémunérations justes
- Management sain
- Non-discrimination

Nous interrogeons annuellement la satisfaction des collaborateur·rice·s. Nous avons un maximum d'adaptabilité à la situation de chacun·e, avec une disponibilité de l'équipe à tout moment pour la moindre contrainte personnelle, une flexibilité de la part de l'entreprise sur les horaires, les congés, le télétravail. Nous favorisons aussi l'épanouissement sur le temps au travail et la déconnexion hors du travail. En 2021, l'écart maximal de rémunération horaire brute était de 1.54, ce qui signifie que l'écart de rémunération entre deux collaborateur·rice·s n'excèdent jamais plus de 54%. La santé et la sécurité des collaborateur·rice·s sont une réalité. Aucun accident du travail n'a eu lieu jusqu'à présent.



// 2 // Autonomie et responsabilité

- Monter en compétence
- Être décisionnaire sur son domaine

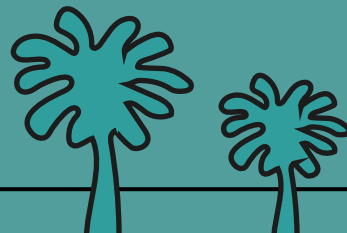
Besight est une entreprise libérée. Nous avons choisi un management en auto-gouvernance. La gouvernance n'est ni verticale, ni horizontale ; elle est plutôt interconnectée. Chacun·e a ses domaines de compétences qu'il ou elle fait fructifier en tant qu'initiateur·rice d'une task force. Ce modèle repose largement sur la confiance.

Socle social : l'indispensable pour atteindre notre mission

// 3 // Intégration

- Onboarding
- Valeurs communes
- Participation aux décisions
- Transparence de l'information

Le recrutement s'effectue sur la vision et les valeurs de l'entreprise. Les décisions sont prises collégalement, sauf quand elles ne concernent qu'un intérêt purement opérationnel. Les collaborateur·rice·s ont accès à 100% des informations financières et commerciales de l'entreprise. Le but étant d'avoir un maximum de transparence pour faciliter l'émergence de la créativité de chacun·e. Nous travaillons depuis la création de Besight avec des indépendant·e·s. Nous les avons intégré·e·s dans un comité stratégique qui est inscrit dans les statuts de l'entreprise. Il agit comme un organe de surveillance et d'administration qui prend des décisions générales et qui les soumet ensuite à l'approbation de l'équipe.



Responsabilité intégrale : la RSE doit s'appliquer sur tous les tableaux



Nous avons un devoir de responsabilité sociale en externe. Le devoir éthique sur l'approvisionnement est un prérequis. Nous nous inscrivons pour cela dans une vision d'économie dite du doughnut, concept de Kate Raworth. A quoi bon vouloir rendre une planète vivable si on n'y vit pas convenablement ?

Nous avons un devoir de responsabilité environnementale au-delà de notre activité. En interne, il s'agit avant tout d'être en cohérence avec notre mission. L'exigence factuelle et radicale que nous prônons dans notre activité se retrouve dans notre vie au bureau. C'est aussi pour développer une culture environnementale aux collaborateur·rice·s qui s'en imprègnent et sont d'autant plus qualifié·e·s pour apporter le conseil. En externe, la sensibilisation aux enjeux environnementaux est la clef d'un impact majeur.

Nous avons enfin un devoir de responsabilité locale. Nous souhaitons être en coopération avec les acteurs locaux engagés. Nous développons des liens forts avec nos parties prenantes, pour former une communauté influente.

Avancées & plans d'action



Notre mission :

// cadeaux utiles



Cadeaux utiles

// Avancées

→ Nous avons restreint notre catalogue. Nous sommes passés de plus de 400 références à 270 références à date de publication. L'objectif est d'éviter de vendre des objets qui ne sont qu'un pur effet wahou, sans utilité. C'est aussi une volonté de contrer la surconsommation, l'achat de gadgets et d'objets-fantaisie. Les clients doivent toujours passer par un-e conseiller-e Besight pour évaluer le besoin. Si le besoin est inexistant, nous pouvons refuser la vente, et apporter un conseil vers des besoins non-identifiés ou futurs.

→ L'apport principal de Besight réside aujourd'hui davantage dans le service de conseil que dans la délivrabilité du bien matériel. Cela s'est traduit en 2021 par une augmentation du taux de marge.

→ Nos conseiller-e-s sont formé-e-s à la personnalisation : choix du marquage, association des couleurs. Elles/Ils étudient le profil des utilisateurs pour faire correspondre au mieux le cadeau avec leurs besoins.

// Plan d'action

→ Si un objet n'est pas utile, alors il ne faut pas le vendre, mais il faut valoriser l'effort de sobriété, comme aujourd'hui nous valorisons les démarches RSE. L'objectif est de pérenniser l'activité de Besight lorsqu'il n'existe pas de cadeau utile pour une entreprise et sa partie prenante. Une redirection écologique est donc à opérer, avec un renoncement aux goodies sans renoncer à la valorisation de la démarche.

→ Il y a une nécessité de changer de modèle d'affaires sur le long terme. La vente de produits ne doit plus être la source principale de revenus.

→ Pour une recherche au plus près des besoins de leurs parties prenantes, nous devons davantage accompagner les entreprises dans l'appariement produit-utilisateur.

LONG TERME

LONG TERME

MOYEN TERME

Cadeaux utiles

// Avancées

→ Conformément à la valeur "prendre soin de son client" de Besight et à son objectif de mission, la satisfaction client est au centre des préoccupations de l'entreprise. Cet engagement lui vaut de très bons retours sur son trust score (NPS). Ce score est calculé par Trustpilot et est envoyé automatiquement à tous les clients.

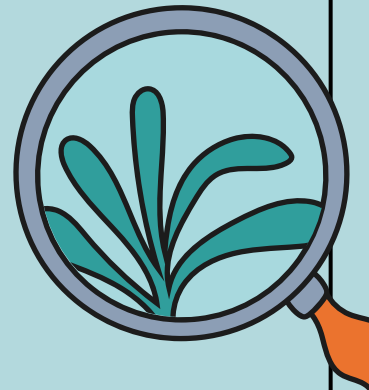
// Plan d'action

→ Pour détecter au mieux les besoins des entreprises, il faut mieux comprendre leur stratégie de communication, et donc travailler avec elles en amont de la définition du projet. Notre spécialisation doit être la valorisation des démarches RSE ; nous devons développer des messages de communication en lien avec ces démarches et avec les commandes, concernant la réduction d'impact.

COURT TERME

Notre mission :

// réduction d'impact



Réduction d'impact

// Avancées

→ Nous avons développé un outil d'analyse et d'aide à la décision juste, pour limiter l'impact environnemental : le budscore. Il a été co-développé avec l'aide de partenaires spécialisés (Crowe-Sustainable Metrics sur la comptabilité GES, Veolia sur le recyclage, l'EHESS sur la durée d'utilisation).

→ Sur le catalogue, la part de produits en matériaux recyclés est de 25% et celle de produits en matériaux biosourcés est de 50%.

// Plan d'action

→ Notre nouvel outil d'analyse d'impact va nous permettre de redéfinir le catalogue pour n'y trouver que des produits éco-conçus. Nous sommes en constante recherche de produits à faible impact et de nouveaux fournisseurs pour élargir la gamme de produits made in France. Nous devons prochainement fixer une règle pour l'arrêt de la vente d'objets non éco-conçus.

→ Nous devons développer une gamme de produits en réutilisation, voire en réemploi. Ce sont les produits qui ont le moins d'impact. Pour la réutilisation, il faut favoriser les acteurs de la filière et la création d'une chaîne de valeur. Pour minimiser notre impact environnemental, il faut instaurer un système de réemploi et de partage d'objets dans les entreprises. Alors, Besight aura un rôle de gestionnaire d'objets dans son modèle d'affaires.

MOYEN TERME

LONG TERME

Réduction d'impact

// Avancées

→ Avec chacun de nos clients, nous plaidons pour des produits au plus faible impact. Pour pousser cette décision, la stratégie et les objectifs RSE de l'entreprise sont un atout dont nous nous servons.

→ Nous avons déjà accompagné un fournisseur sur une gamme entière de produits. Un rapport d'éco-conception a été livré, et les principales recommandations ont été appliquées ou sont en recherche de solutions concrètes.

// Plan d'action

→ Pour placer l'impact environnemental au cœur de la décision d'achats de goodies, nous devons influencer les entreprises bien plus fréquemment, et cela en passant notamment par les instances RSE. C'est surtout par notre expertise et par la confiance que les décideurs nous écouteront dans leurs choix.

→ Nous devons accompagner davantage les fournisseurs dans l'éco-conception.

MOYEN TERME

MOYEN TERME

Socle Social



Socle social

// Avancées

→ La libération de l'entreprise a eu lieu fin 2020. L'année qui a suivi nous a permis de tester différents modèles. Avant d'établir le système de task force, nous étions organisés en pôles, pilotés par des capitaines. Il est désormais plus simple d'ouvrir et de refermer un sujet en interne, peu importe sa nature.

→ Nous avons préparé des guides écrits pour l'onboarding des collaborateurs, afin qu'ils montent en compétence rapidement et soient autonomes.

// Plan d'action

→ Ce que nous avons mis en place pour le socle social est une base organisationnelle et managériale suffisante pour permettre toute amélioration sociale dans l'entreprise. Des sujets nouveaux peuvent alors apparaître et seront pris en compte dans l'optique de l'accomplissement de chacun-e dans l'équipe. Il nous faut donc maintenir le socle social défini précédemment. Nous avons néanmoins déjà identifié des axes d'amélioration, en termes de parité et de structuration des task force de l'entreprise libérée.

→ Nous devons aussi renforcer l'onboarding avec une offre de e-learning interne.

COURT TERME

COURT TERME

Responsabilité Intégrale

Responsabilité intégrale

// Avancées

→ Responsabilité sociale :

Nous avons mis en place une charte éthique avec les devoirs de Besight envers ses parties prenantes et les devoirs des fournisseurs sur les grands principes éthiques.

→ Responsabilité environnementale :

Nous avons publié notre Bilan Carbone avec 92% des émissions GES liées à la vente de produits. Le reste des émissions est géré grâce à notre charte d'écologie au bureau, pour la réduction des déchets, les économies d'énergie, un transport décarboné et des achats responsables. La sensibilisation à l'écologie et aux problématiques environnementales est centrale en interne (partage de contenus, formations) et de plus en plus présente en externe (interventions publiques et privées, communication anti-greenwashing).

→ Responsabilité locale :

Aujourd'hui, la part de produits fabriqués en France dans le catalogue est de 25%.

// Plan d'action

→ Responsabilité sociale :

Pour aller plus loin, il nous faut encore formaliser la politique d'achats responsables, et la rendre plus stricte sur les questions de travail forcé, de rémunération, de santé-sécurité, de droits sociaux, de travail des enfants, de temps de travail.

→ Responsabilité environnementale :

Pour aller plus loin, nous souhaitons développer du mécénat de compétences sur ces sujets.

→ Responsabilité locale :

Nous avons l'objectif de monter cette part à 50% d'ici 2024. Le développement du made in France est essentiel pour insuffler une culture du local.

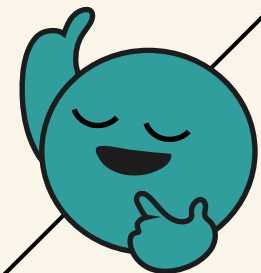
Nous souhaitons aussi davantage d'entraide avec les acteurs locaux avec qui nous avons des valeurs communes. Dans cette voie, nous créerons un comité des parties prenantes de Besight, organe consultatif sur les grandes orientations.

COURT TERME

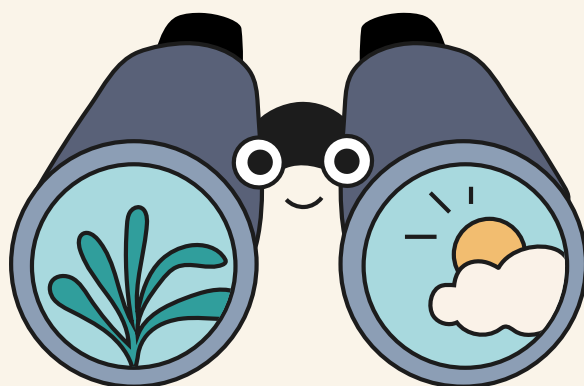
MOYEN TERME

MOYEN TERME

Conclusion



Conclusion



La structuration de nos engagements RSE nous a naturellement conduit au passage à la qualité d'entreprise à mission. Initialement symbolique, cette transformation a, dans les faits, été bien plus profonde que nous l'avions anticipée.

Nous avons notamment modifié notre modèle d'affaires pour pouvoir systématiquement calculer l'empreinte des commandes, première étape avant la réduction.

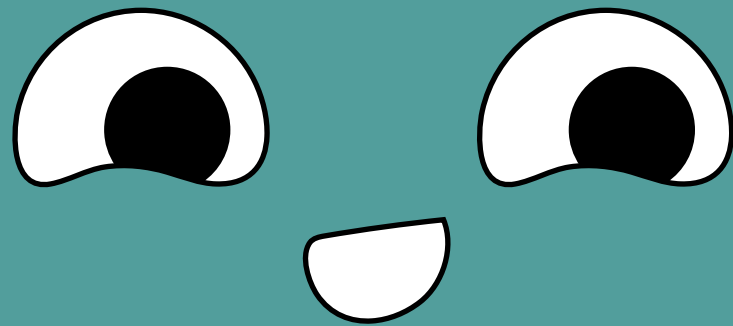
Par la suite, nous avons développé des méthodes pour accompagner les clients dans le choix des produits les moins impactants.

Enfin, nous avons rendu disponible toute cette information chiffrée directement à nos clients, afin qu'ils puissent en tirer de la valeur.

Le focus de 2022 sera sur l'exploitation des données pour la communication responsable, dans l'optique d'aider nos clients à atteindre leurs objectifs de communication tout en intégrant une approche soutenable.

Enfin, nous communiquerons régulièrement nos inspirations, résultats, etc. pour motiver d'autres entreprises à prendre la direction de "l'entreprise d'après".

La team besight



besight