

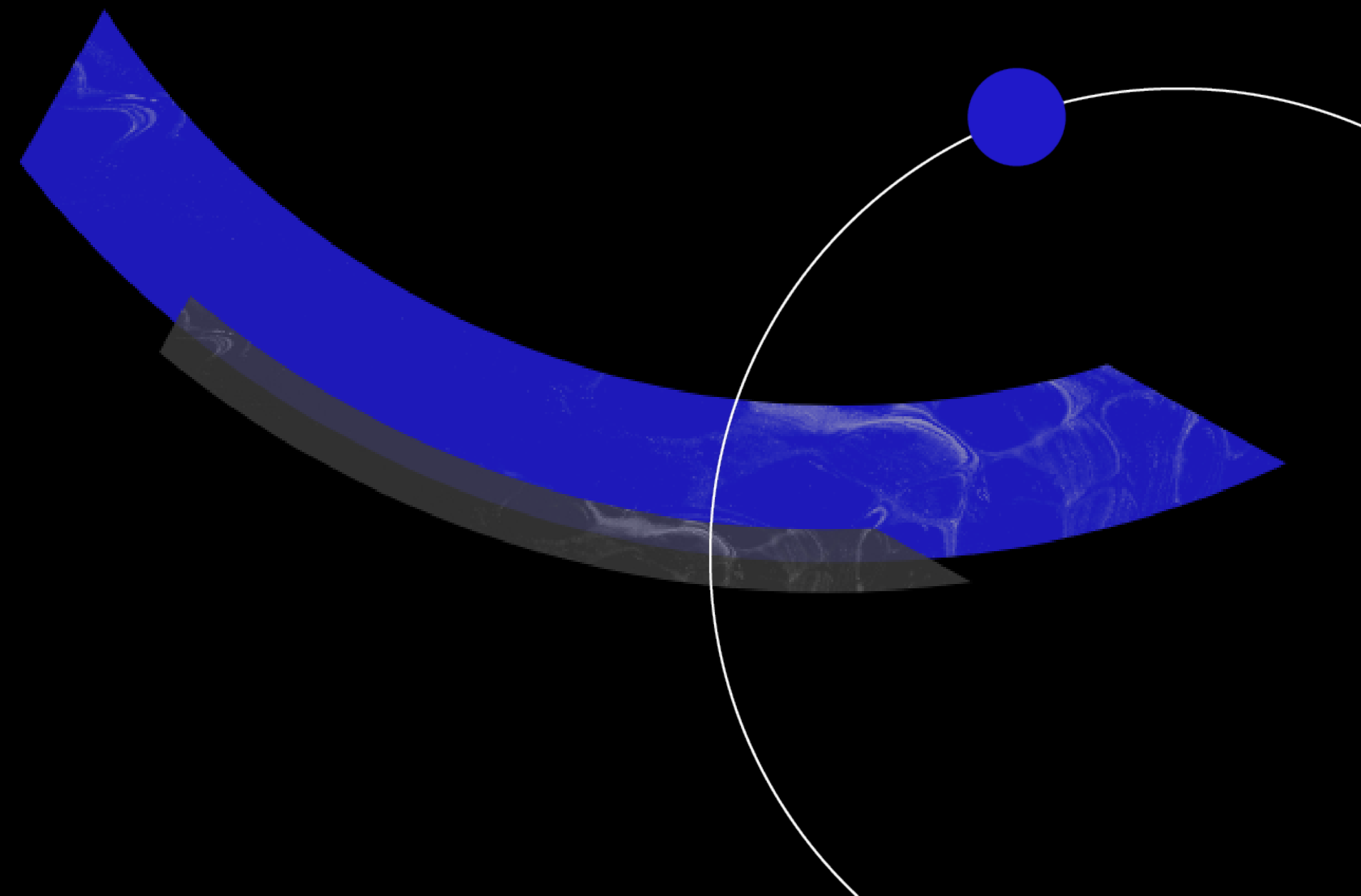
COMEBACK^{af}

—

2024 - 2025

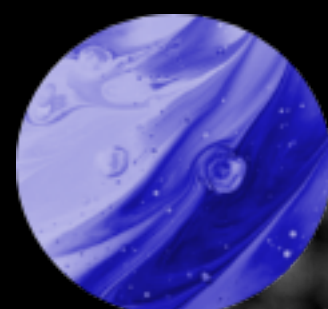
RAPPORT RSE

—



SOMMAIRE

- Interview de Fabienne Filliole p. 3
- Présentation et engagements p. 4
- Collaborateurs p. 5 à 7
- Marketing durable p. 8 à 10
- Impact environnemental p. 11 à 12
- Interview de Claudia Courtois p. 13
- Comeback 2030, nos grands objectifs p. 14



INTERVIEW FABIENNE FILLIOLE

DIRECTRICE GÉNÉRALE

1. POURQUOI AVOIR ENGAGÉ UNE DÉMARCHE RSE ?

Nos engagements RSE ne sont pas nouveaux. Ils font partie de l'identité de **ComeBack**, et plus largement du **Groupe Afluens**, depuis toujours, parce qu'en tant qu'agence, nous avons un rôle crucial à jouer pour accompagner la transformation positive des marques et des entreprises.

2. QUELLES SONT LES GRANDES AMBITIONS DE VOTRE DÉMARCHE ?

Trois grandes priorités guident nos actions au quotidien : **réduire durablement notre impact environnemental, développer des solutions marketing plus responsables pour nos clients et favoriser l'épanouissement de nos collaborateur.ices**, qui sont tous.tes très attaché.es à nos engagements RSE.



3. COMEBACK A RÉCEMMENT ÉTÉ LABELLISÉE ENGAGÉ RSE. CONCRÈTEMENT, QU'EST-CE QUE CELA CHANGE ?

C'est une très grande fierté d'avoir obtenu ce label, une belle récompense collective. Cette certification renforce la crédibilité de notre démarche et valide le travail accompli depuis plusieurs années pour devenir une agence exemplaire. Elle nous permet également de prendre du recul et d'affiner nos plans d'action pour continuer à progresser. **J'aimerais notamment que l'on puisse aller plus loin sur le handicap, un sujet qui me tient à cœur.**

4. QUEL EST L'OBJECTIF DE CE PREMIER RAPPORT RSE ?

Il marque un cap dans la structuration de notre démarche : **nous agissons et nous le faisons savoir !** C'est essentiel pour embarquer nos collaborateur.ices, nos client.es, nos fournisseurs et devenir les ambassadeur.ices d'une communication à impact positif.

COMEBACK

AGENCE DE PRODUCTION MARKETING

Nous sommes une agence de **production d'outils marketing digitaux et print**, dédiée aux marques et aux enseignes à réseaux.

● **Nous appartenons au groupe Afluens**, groupe indépendant qui aide les marques à créer des campagnes pertinentes et performantes, alliant créativité, expertise opérationnelle et production cross-média.

● **Nous centralisons toutes les expertises** : du conseil à l'étude de faisabilité, du prépresse à la fabrication, de l'exécution à la digitalisation des assets marketing.



+ de 20 ans d'existence.

+ de 47 collaborateurs.

4 PÔLES

- print factory, studio de création print.
- digital et IA factory, studio de création digitale.
- print management, équipe dédiée aux solutions print.
- Afluo, plateforme collaborative de services intégrés.



+ de 50 marques et enseignes accompagnées (assurance, entertainment, voyage, santé, bricolage, cosmétique, luxe...) avec des réseaux de distribution variés (intégrés, franchisés, partenaires distributeurs).

● **Nous sommes une agence engagée**. Leader du marketing opérationnel, nous avons le pouvoir d'accélérer la transition de nos clients en impulsant une communication plus responsable. Tel est l'objectif de notre démarche RSE.

● **Nous avons adhéré au Pacte Mondial** des Nations Unies, en 2018, pour aligner nos pratiques avec les grands enjeux du développement durable.

● **Nos engagements sont reconnus** par des tiers indépendants. C'est une grande fierté pour nos équipes et une marque de confiance pour nos clients et fournisseurs.





COLLABORATEUR.ICES

S'ENGAGER ENSEMBLE

Réduire nos impacts, c'est avant tout une **AVENTURE COLLECTIVE** ! Éthique, qualité de vie, inclusion...

La RSE réaffirme nos valeurs et permet à chacun.e de monter en compétences pour faire de **ComeBack** une agence exemplaire.

GOVERNANCE

Grâce au **comité RSE** réunissant des représentants de nos 4 pôles d'activité, la RSE est au cœur de toutes nos prises de décision. Sa mission : être à l'écoute de nos parties prenantes, co-construire des plans d'action et suivre leur déploiement pour **mettre notre savoir-faire au service d'une production marketing plus responsable.**

Une nouvelle instance stratégique

→ Création d'un comité RSE en 2025.

Un dialogue renforcé avec nos parties prenantes

→ 1 réunion RSE semestrielle.

→ 1 consultation annuelle.

ÉTHIQUE



Transparence, intégrité, bienveillance et durabilité sont les fondamentaux du savoir-être chez **ComeBack**. Inscrits dans la Charte éthique et le Code de conduite du groupe Afluens, ils sont le ciment de nos relations en interne, avec nos client.es et nos fournisseurs. Attachés à l'amélioration continue de nos pratiques, nous avons récemment élaboré une cartographie des risques, basée sur le référentiel de l'Agence Française Anti-corruption.

Next step : produire un reporting de nos actions en matière d'éthique, accessible à l'ensemble de nos parties prenantes.

→ **100%** de nos managers formé.es à la lutte contre la corruption et à la sécurité de l'information.

→ **76%** de nos collaborateur.ices sensibilisé.es à la cybermalveillance.

SENSIBILISATION

La RSE suscite un réel intérêt chez nos collaborateur.ices ! Pour répondre à leurs attentes, nous organisons régulièrement des événements autour des grands enjeux de notre démarche : ateliers sur l'éco-conception, témoignage d'un apiculteur, opération de ramassage des déchets, journée vélo, actions solidaires (épreuves sportives, collectes de dons...). Autant de temps forts qui nous permettent d'échanger sur l'avancée de nos feuilles de route, tout en renforçant la cohésion d'équipe.

→ **15** actions depuis 2024.

→ **50%** de collaborateur.ices mobilisé.es.

ONBOARDING

Plus qu'une démarche, la RSE est un pilier de notre culture d'entreprise. Elle est donc désormais intégrée dans notre parcours d'intégration, avec un module dédié. Et pour que chacun prenne ses marques rapidement, nous avons mis en place un programme de parrainage interne. Welcome !

→ **100%** des nouveaux arrivants formés à la RSE.

FORMATION

Bien comprendre les enjeux du développement durable pour agir plus efficacement, c'est l'esprit du parcours PME durable, lancé par le Réseau France du Pacte Mondial des Nations Unies, en janvier 2025. **Une ressource utile pour passer à l'action !**

→ **55%** de collaborateur.ices déjà formé.es.

QUALITÉ DE VIE

Que chacun.e se sente bien chez ComeBack est une priorité.

Pour accompagner nos équipes, nous avons mis en place un programme de 11 ateliers sur des thématiques qui peuvent impacter la qualité de vie au travail : diversité et inclusion, égalité femmes-hommes, harcèlement, prévention des risques psycho-sociaux, communication non-violente, gestion des conflits, gestes et postures, alimentation, organisation du télétravail, procrastination et digital detox, cela contribue à améliorer. **Un format pédagogique avec des solutions concrètes pour changer nos habitudes.**

→ **55%** de collaborateur.ices en moyenne par atelier.

INCLUSION

C'est un axe fort de notre politique de ressources humaines. Signataire de la Charte de la diversité, nous avons renouvelé notre engagement en 2024 et lancé de nouvelles actions :

● Nous participons au DuoDay, journée nationale pour l'inclusion des personnes en situation de handicap. Un très beau moment de partage pour faire découvrir les coulisses de nos métiers et porter un autre regard sur le handicap.

→ 5 stagiaires depuis 2023.

● Partenaire des associations Rura et Viens voir mon taf, nous prenons en stage des jeunes issus des territoires ruraux ou sans réseau.

→ 2 stagiaires depuis 2024.

SANTÉ

Nos managers ont été formés à la prévention des risques psychosociaux. Une première étape vers la définition de notre politique de santé mentale.

→ 0 accident du travail.



ET AUSSI

A l'occasion d'Octobre Rose 2025, Enora Lass-Faron, docteure à l'Institut Curie a animé un webinaire sur le dépistage du cancer du sein et une collecte de dons a été organisée.

→ 1 570€ pour soutenir la recherche contre le cancer. Well done !





MARKETING DURABLE

DÉVELOPPER UN MARKETING DURABLE

Devenir les **AMBASSADEURS D'UNE COMMUNICATION PLUS RESPONSABLE**, cela passe par la sensibilisation de nos clients, la sélection exigeante de nos fournisseurs et l'éco-conception de nos solutions, en print comme en digital.

ACHATS

Aligner les pratiques de nos fournisseurs avec nos engagements et ceux de nos clients est un enjeu majeur.

C'est pourquoi :

- **NOUS AVONS ADOPTÉ UNE CHARTE RSE** et achats responsables qui définit nos critères de durabilité en matière de respect des droits de l'homme, de préservation de l'environnement, d'éthique des affaires et de protection des données.
- **NOUS SOMMES SIGNATAIRES DE LA CHARTE RELATIONS FOURNISSEURS ET ACHATS RESPONSABLES** du Conseil National des Achats et membre de la Communauté French Fab.
- **NOUS PRIVILÉGIONS DES FOURNISSEURS LOCAUX**, certifiés ou labellisés.

Nos fournisseurs

- **100%** ont adhéré à notre Charte RSE et achats responsables.
- **76%** ont formalisé des engagements RSE clairs.
- **90%** sont français et la majorité des 10 % restant européens.



STÉPHANE LORTHOIR

DIRECTEUR ACHATS & PRODUCTION

LA RSE EST UN CRITÈRE D'ACHATS À PART ENTIÈRE.

"En 2025, nous avons lancé un **audit indépendant sur un panel de fournisseurs**. Une initiative qui nous permet de mesurer l'avancement de leurs engagements et de co-construire avec eux des plans d'action, qui répondent à nos objectifs et à ceux de nos client.es. Ce travail se poursuivra en 2026. Une année qui sera également marquée par de nouveaux challenges : **préparer notre prochain bilan carbone**, pour affiner la traçabilité de nos achats de papier ; collecter auprès de nos fournisseurs les données nécessaires à notre prochain bilan carbone, avec des niveaux de maturité différents selon les secteurs ; **donner davantage de poids aux critères sociaux dans notre pilotage des achats**".

PAPIER / CARTON



Leader du print management, ComeBack est certifié **FSC® et PEFC** depuis **mars 2009**. Renouvelées en mars 2026 par ces deux organismes indépendants, nos certifications garantissent à nos clients l'utilisation de papiers majoritairement composés de fibres vierges issues de forêts gérées durablement et/ou de fibres recyclées.



Un gage de confiance à l'heure où le papier reste un levier puissant d'engagement : 50% des Français sont attentifs à la publicité en boîte aux lettres et plus de 80% feuilletent les prospectus reçus¹!

Nous accompagnons également nos client.es dans la réalisation de leur déclaration annuelle Citéo papiers graphiques, contribuant ainsi au financement de la fin de vie des imprimés.

¹ "Le rapport des Français à la publicité, par Toluna Harris Interactive pour Pub Audit et relayé par Stratégies le 9 octobre 2025.

² Donnée publiée par la plateforme Circul'R.

Le papier

- **60%** de nos productions.
- **30 client.es accompagné.es dans leur déclaration annuelle Citéo.**

PLASTIQUE



Signalétique, panneaux, goodies... Le plastique reste très utilisé dans nos métiers. Pour aider nos équipes à mieux comprendre ses impacts et à identifier des alternatives qui répondent aux attentes

de nos client.es, nous avons organisé un atelier dédié, début 2025.

→ **Le plastique représente 40% de nos productions dont 20% de PVC.**

→ **Objectif d'ici 2030 : consommation totale inférieure à 5% de PVC.**

SCORE PLV

Outil clé pour capter l'attention des consommateur.ices, la Publicité sur le Lieu de Vente (PLV) génère plus de 100 000 tonnes de déchets par an, bien souvent non recyclables. Attentifs à l'impact de nos productions, nous proposons désormais à nos client.es le score PLV.

Créé en 2024, par Circul'R et une coalition de 14 grandes entreprises, cet indicateur évalue le niveau de circularité des supports pour mieux les optimiser. Et nous sommes experts en la matière !

INFO-TRI



Depuis 2022, apposer une consigne de tri sur les emballages et les papiers graphiques est obligatoire. En tant qu'agence de production marketing, nous sommes les garants de cette réglementation.

Un rappel des règles d'usage du logo Info-Tri a ainsi été réalisé au printemps 2025 auprès de nos équipes, afin de garantir la conformité de nos productions et de favoriser leur recyclage.

→ Logo info-tri présent sur **100%** des productions concernées.

ÉCO-CONCEPTION

Nous mettons notre expertise au service des plans de prévention et d'éco-conception de nos client.es en recherchant systématiquement des solutions à faible impact.



Et parce qu'avoir les bonnes informations peut faire changer la donne, l'éco-conception est au centre des nombreux événements que nous leur proposons, chaque année,

en collaboration avec **Bee Happy**, agence de communication responsable du Groupe Afluens.

● 3 conférences sur la communication responsable dans le cadre des Matinales 2024.

● 1 conférence sur l'éco-design lors du ComeBack Festival 2025.

→ **+ 100 client.es sensibilisé.es.**





IMPACT ENVIRONNEMENTAL

RÉDUIRE NOTRE IMPACT ENVIRONNEMENTAL

S'engager dans la lutte contre le réchauffement climatique, c'est une évidence chez **ComeBack**. Trajectoire carbone, sobriété énergétique et numérique, valorisation de nos déchets... **NOUS AGISSONS SIMULTANÉMENT SUR TOUS LES FRONTS POUR AMÉLIORER NOS PERFORMANCES.**

EMPREINTE CARBONE

En réalisant notre premier bilan carbone, en 2022, nous nous sommes fixé **un objectif de réduction des émissions, cohérent avec la trajectoire de la filière papier-carton**, définie par la Stratégie nationale bas carbone. Cette première mesure nous a permis d'identifier plusieurs leviers, pour agir en priorité sur le scope 3, notre plus gros poste d'émissions :

- **Sélectionner des fournisseurs engagés** dans la réduction de leur empreinte carbone et les encourager à partager leurs données.
- **Intégrer de nouvelles fonctionnalités sur notre plateforme Afluo®** pour automatiser la collecte des données carbone et affiner nos plans d'action.
- **Proposer à nos clients des solutions éco-conçues** qui répondent à leurs besoins et les inciter à nous transmettre davantage de données sur le cycle de vie des produits (transport en point de vente, usage, traitement en fin de vie).

NEXT STEP : LA RÉALISATION D'UN NOUVEAU BILAN CARBONE EN 2027.

Notre impact en 2022

- **6 135 tonnes Co2 eq.**
- **+ de 90%** de nos émissions carbone sur le scope 3 (émissions indirectes liées à nos achats : impression, papier, transport de marchandises).

ENERGIE



Notre activité augmente, et pourtant nos consommations diminuent. Rien de magique dans tout ça ! Simplement le résultat de choix stratégiques : notre éclairage est 100% LED ; nous stockons nos données sur le cloud plutôt que sur des serveurs individuels énergivores ; nous sensibilisons régulièrement nos équipes aux bons gestes (éteindre son ordinateur et son deuxième écran tous les soirs, par exemple) et nous avons fait le choix d'un contrat d'énergie verte.

Notre objectif 2026

- **-9,63%** d'émissions par rapport à 2022.

NUMÉRIQUE



Le numérique est partout dans notre métier. Si son impact n'est plus à démontrer, c'est aussi un véritable levier pour améliorer nos performances sur tous les volets de la RSE. A une condition : lui donner sa juste place et **adopter les bonnes pratiques recommandées par l'Institut du Numérique Responsable.**

- **2024**
Signature de la Charte numérique responsable.

DÉCHETS

Au-delà de l'éco-conception de nos solutions, nous mettons en place diverses actions pour limiter la production de déchets dans nos bureaux :

- Nous **trions nos déchets** pour favoriser le recyclage du papier, du carton, du plastique, du verre, des piles.

→ **100%** de cartouches recyclées, grâce à un partenariat avec l'entreprise spécialisée Conibi.

- Nous **avons installé des fontaines à eau et utilisons de la vaisselle durable.**

- Nous **donnons régulièrement du matériel** à des acteurs locaux qui le reconditionnent pour réemploi : téléphones mobiles, lunettes, machines à café, accessoires d'ameublement...

→ **32 téléphones portables recyclés.**

- Nous **participons chaque année au Clean Up Day** organisé par la Ville de Saint-Cloud, grande opération de ramassage des déchets dans l'espace public.

→ **10 collaborateur.ices volontaires.**



MOBILITÉ

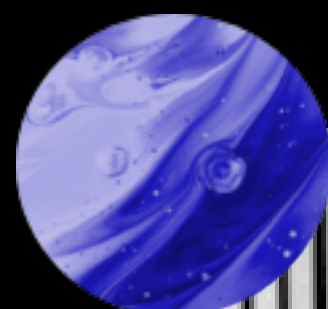
Nous **privilégions les rendez-vous en visio** pour limiter les impacts liés aux déplacements et collectons auprès des visiteurs qui viennent dans nos locaux des **informations sur le mode de transport utilisé et la provenance**, pour alimenter notre bilan carbone. Une question simple qui nous permet de les sensibiliser.

BIODIVERSITÉ



Au printemps 2024, nous avons invité un apiculteur d'Eure-et-Loir à nous présenter son métier ainsi que les **impacts du changement climatique sur les abeilles**. Une action symbolique, appréciée par nos collaborateur.ices.

→ **35 participant.es.**



KEEP GOING !

CLAUDIA COURTOIS

RESPONSABLE RSE

1. QUELLES SONT VOS PRIORITÉS POUR LES ANNÉES À VENIR ?

Notre démarche RSE se structure progressivement. L'audit de labellisation Engagé RSE ainsi que la consultation de nos parties prenantes, nous ont permis d'identifier **3 priorités fondamentales pour les années 2026-2030** :

- **Défendre une production bas-carbone** en encourageant nos clients à privilégier l'éco-conception et en optimisant l'ensemble de notre chaîne logistique.
- **Favoriser un environnement de travail** stimulant, inclusif et formateur pour nos équipes et veiller à ce que notre panel fournisseurs soit respectueux des conditions de travail.
- **Assurer la transparence de nos pratiques** et une communication intègre, tout en renforçant l'éthique de nos achats pour garantir une chaîne de valeur toujours plus responsable.

Trois axes sur lesquels nous nous mobiliserons collectivement, avec l'objectif d'améliorer notre score sur **les labels EcoVadis et Engagé RSE**.

2. POUR Y PARVENIR, QUELLES ACTIONS CONCRÈTES ALLEZ-VOUS MENER EN 2026 ?



Nous allons réaliser un nouveau bilan carbone pour mesurer notre progression et mettre à jour notre feuille de route. L'évaluation de nos fournisseurs va se poursuivre pour vérifier la conformité de leurs

pratiques avec nos critères de durabilité.

Nous allons également nous saisir de la **norme VSME³, conçue au niveau européen pour faciliter le reporting RSE des PME**. Un nouvel outil pour donner plus de visibilité à nos engagements et valoriser nos performances auprès de l'ensemble de nos parties prenantes.

Nous allons **partager, avec nos fournisseurs, les outils les plus adaptés à l'analyse de cycle de vie des produits** que nous réalisons et former les équipes à l'éco-conception.

³ Voluntary Standard for non-listed micro-, small- and medium-sized undertakings



COMEBACK

2030, NOS GRANDS OBJECTIFS

COLLABORATEUR.ICES

GOUVERNANCE

- **+50% de parties prenantes mobilisées** lors de nos réunions RSE semestrielles.
- **Organiser un atelier Boîte à Impact** avec nos parties prenantes.

ÉTHIQUE

- **Développer la formation** et mettre en place un dispositif de contrôle interne.

SENSIBILISATION

- **100% des nouveaux arrivants** formés aux fondamentaux de la RSE.
- **100% de collaborateur.ices** ayant participé à au moins une action sur les 12 propositions annuelles.
- **+20% de collaborateur.ices sensibilisé.es** sur la diversité et l'inclusion, l'égalité femmes-hommes et le harcèlement.

FORMATION

- **100% de collaborateur.ices formé.es à la RSE** pour intégrer les enjeux sociaux et environnementaux dans tous les métiers de l'entreprise.
- **Développer la formation** aux outils associés aux reportings RSE (empreinte carbone, analyse du cycle de vie..).

QUALITÉ DE VIE

- **Évaluer ComeBack selon le niveau d'engagement** et de recommandation de ses collaborateur.ices : Net Promoter Quality Score.
- **Mesurer la Culture Qualité** perçue par les salariés pour orienter les managers et influencer positivement leurs équipes.

INCLUSION

- **3 collaborateur.ices en situation de handicap** dans nos équipes intégrés.es dans notre effectif.
- **Développer nos achats** auprès de travailleurs indépendants en situation de handicap.

SANTÉ

- **Définir une politique de santé mentale** et de prévention du stress.
- **Adopter une approche transversale** pour prévenir les risques multi-facteurs : physiques, mentaux, environnementaux..

MARKETING DURABLE

ACHATS

- **Mesure de l'impact environnemental** de 50% de nos produits.
- **Un panel de fournisseurs** qui multiplient leurs engagements RSE, suivis et encouragés chaque année.

PAPIER / CARTON

- **Réduire de moitié l'impact environnemental des PLV** par la durée d'usage, le réemploi ou la réutilisation.
- **100% d'imprimés publicitaires** recyclables sans perturbateurs de recyclage.
- **20% d'achats de matières recyclées.**
- **5% d'imprimés sur du papier** à base de fibres alternatives, comme le chanvre.
- **Promouvoir les conditionnements réemployables** afin de réduire les volumes à usage unique.

PLASTIQUE

- **+ de 95% des produits plastiques** durables, sinon d'origine renouvelable.
- **+50% de produits à base de matière** synthétique recyclée.

ECO-CONCEPTION

- **Généraliser l'éco-conception** de nos produits.
- **Actualisation de notre guide** sur l'économie circulaire à destination de nos clients.

IMPACT ENVIRONNEMENTAL

EMPREINTE CARBONE

- **- 9,63% d'émissions** en 2026 par rapport à 2022.
- **Réaliser un nouveau bilan** de nos émissions de gaz à effet serre.

NUMÉRIQUE

- **Adopter une charte sur l'usage** de l'intelligence artificielle et la protection des données.
- **Favoriser l'éco-design** de nos productions digitales.

DÉCHETS

- **Réduire l'impact des produits** grâce à l'éco-conception.

* L'objectif 2030 sera défini sur la base du bilan carbone qui sera réalisé prochainement.

MERCI.

• PARIS

224, les bureaux de la Colline
Bât D – 1 rue Royale
92210 Saint Cloud – France

• LYON

66, cours Charlemagne
Immeuble Le Factory
69002 Lyon – France

• UN PROJET ?

comeback.fr

