

# 1<sup>ER</sup> RAPPORT DE MISSION

2022  
2023



## [ SOMMAIRE ]

**page 3** ..... **Qui sommes-nous**

**page 17** ..... **Objectifs statutaires**

**page 33** ..... **Trajectoires**



# 01

[ QUI SOMMES-NOUS ? ]

## [ NOTRE HISTOIRE ]

[ MAP | EMULSION ] agence de marketing et communication  
née de la fusion de l'agence MAP et de l'agence EMULSION

1985

2007

2018

2021



### Agence Emulsion

Studio photo  
Visual art

### Agence [MAP]

Digital  
Event

### Agence [MAP | EMULSION]

Conseil  
Retail experience

Entreprise à mission  
depuis le 31/12/2021



NOUS

[MAP | EMULSION]



**développons des créations & des solutions innovantes**

en adéquation avec nos valeurs d'excellence,  
pour préparer un futur plus responsable.

[ L'ÉQUIPE PRÉSENTE SUR LA PÉRIODE 2022/2023 ]



Elodie



Emilie



Agnès



Bart



Coline



Cédric



Carla



Kevin



Fériel



Philippe



Prescillia



Lydie



Aurélie



Louis



Pauline



Benjamin



Andréa



Gaëlle



Karim



Cécile

## [ NOS EXPERTISES ]



### 1 | CONSEIL & STRATÉGIE

Storytelling, écosystème de communication, positionnement de marque.



### 2 | BRANDING & PACKAGING

Création d'univers graphique de la marque, branding, identité visuelle, packaging, coffrets, éditions limitées.



### 3 | PRINT

Shooting, packshots, retouches visuels, PLV, catalogues, magazines, dossiers de presse.



### 4 | SHOPPING EXPERIENCE

Animation commerciale, street marketing, PLV & scénarisation point de vente GD et Hors domicile.



### 5 | DIGITAL

Applications, web, community management, serious game, trafic, référencement, site de marque ou événementiel, landing page, display, mobile learning.



### 6 | INFLUENCE

Coffrets VIP, advocacy retail.

## [ NOS CLIENTS ]



## [ NOTRE ACTIVITÉ ]

La réalisation de prestations de **services et de conseils** en technique de **communication** ;

Toutes activités d'agence de communication, activités de conseil, formation et création dans le domaines du marketing et de la **communication écrite et visuelle** au moyen de tous supports, notamment par internet et tout média interactif ;

La conception, le développement ou l'utilisation de produits digitaux.

L'édition de **tous supports de communication et de promotion** tous moyens et média confondus.

Greffé du Tribunal de Commerce de Marseille  
2 RUE EMILE POLLAK  
13200 MARSEILLE CEDEX 06  
N° de gestion 2007B01098

Code de vérification : d68mE6fg  
<https://comsocio.info/greffes/fr/comsocio>



Extrait Kbis

EXTRAIT D'IMMATRICULATION PRINCIPALE AU REGISTRE DU COMMERCE ET DES SOCIÉTÉS  
à jour au 4 avril 2023

### IDENTIFICATION DE LA PERSONNE MORALE

Immatriculation au RCS, numéro	495 031 643 R.C.S. Marseille
Date d'immatriculation	21/03/2007
Dénomination ou raison sociale	<b>AGENCE MAP</b>
Forme juridique	Société par actions simplifiée (Société à associé unique)
Capital social	100 000,00 Euros
Adresse du siège	37 Rue Guibal 13003 Marseille 3e Arrondissement
Activités principales	La réalisation de prestations de services et de conseils en technique de communication ; toutes activités d'agence de communication, activités de conseil, formation et création dans le domaines du marketing et de la communication écrite et visuelle au moyen de tous supports, notamment par internet et tout média interactif ; La conception, le développement ou l'utilisation de produits digitaux ; L'édition de tous supports de communication et de promotion tous moyens et média confondus.

Durée de la personne morale  
Date de clôture de l'exercice social

Jusqu'au 21/03/2106  
31 décembre

### GESTION, DIRECTION, ADMINISTRATION, CONTROL, ASSOCIÉS OU MEMBRES

#### Président

Nom, prénoms	GLUGUEN Philippe
Date et lieu de naissance	Le 20/08/1978 à Dinard (35)
Nationalité	Française
Domicile personnel	Chemin de la Calèche 13190 Allauch

### RENSEIGNEMENTS RELATIFS A L'ACTIVITE ET A L'ETABLISSEMENT PRINCIPAL

Adresse de l'établissement	37 Rue Guibal 13003 Marseille 3e Arrondissement
Nom commercial	MAP EMULSION

La réalisation de prestations de services et de conseils en technique de communication ; toutes activités d'agence de communication, activités de conseil, formation et création dans le domaines du marketing et de la communication écrite et visuelle au moyen de tous supports, notamment par internet et tout média interactif ; La conception, le développement ou l'utilisation de produits digitaux ; L'édition de tous supports de communication et de promotion tous moyens et média confondus.

Date de commencement d'activité

01/03/2007

Origine du fonds ou de l'activité

Création

Mode d'exploitation

Exploitation directe

Le Greffier



FIN DE L'EXTRAIT



## Pourquoi

[ MAP | EMULSION ] société à mission ?

**Philippe Guguen**

Président fondateur de l'agence

MAP EMULSION répond à notre question :

“

**La loi Pacte** a donné un cadre juridique à un état de fait pour nous depuis la création de l'agence, qu'on peut résumer en 3 points :

1. on ne peut ignorer **l'impact de nos activités** sur la planète et ceux qui l'habitent
2. on ne peut promouvoir le consommateur plus si **nos ressources sont limitées, nos déchets encombrants, notre énergie disponible limitée**
3. on ne travaille **pas que pour l'argent** : c'est nécessaire à la survie de l'entreprise mais pas suffisant pour se lever le matin

Ainsi, **développer la consommation responsable** pour consommer mieux, doit être compatible avec nos activités de créations et de solutions innovantes. C'est une autre façon d'exercer notre métier de communicants, spécialistes du produit, spécialistes du consommateur.

Elle met fin à un siècle de publicité commerciale où l'autoproclamation des vertus du produit suffisait à développer les ventes par la répétition du message ou sa créativité. Notre vision du marketing et de la communication de marques retail doit être au service de la consommation responsable.

Avant de prétendre donner quelque leçon que ce soit, il nous fallait **nous imposer cet exercice à nous-même** et ancrer dans nos statuts notre raison d'être et des objectifs extra financiers.

Je suis ravi que MAP EMULSION soit **une des 500 premières entreprises à mission en France** et vive ce nouveau statut au quotidien.

”

## [ NOTRE RAISON D'ÊTRE ]

**Nous, MAP EMULSION, développons des créations  
& des solutions innovantes  
en adéquation avec nos valeurs d'excellence,  
pour préparer un futur plus responsable.**



## LE COMITÉ DE MISSION DE L'AGENCE [ MAP | EMULSION ]

Dans le cadre de cette démarche, l'équipe de l'Agence [ MAP | EMULSION ] a composé son comité de mission dédié au suivi des objectifs fixés par l'Agence. Son regard est précieux et vient mettre en lumière des questionnements, des doutes et challenger la démarche menée.

Nous avons ainsi identifié les profils qui le composent, représentatifs de notre équipe et de nos activités. Ce comité de mission est ainsi porté par 5 membres bénévoles et volontaires :



**PHILIPPE GUGUEN**  
Direction



**AGNÈS CROIZEAU FORISSIER**  
Manager de la mission



**LYDIE  
VANNSON-ROCHE**



**PAULINE  
TACCINI**



**ÉMILIE LUCIEN**  
Référent de mission (Responsable CSE)



**PHILIPPE GUGUEN**  
Direction



**AGNÈS CROIZEAU FORISSIER**  
Manager de la mission



**LYDIE  
VANNSON-ROCHE**



**PAULINE  
TACCINI**



**ÉMILIE LUCIEN**  
Référént de mission (Responsable CSE)

## LE COMITÉ DE MISSION DE L'AGENCE [ MAP | EMULSION ]

**Rythme de réunions du comité**                      Mensuelles

**Rythme de confrontations avec le référént**      Semestrielle

### Objections du référénts

Rejet de prise en compte d'actions RSE dans le rapport de mission:

- politique d'achat du parc informatique
- politique d'ouverture aux stagiaires 3e de quartier défavorisés
- achats responsables des consommables (café, papeterie)
- politique de mobilité douce aux salariés
- politique de compensation carbone

# Excellence



Nous entendons par "valeurs d'excellence", **les critères qui qualifient les meilleures pratiques de notre métier.**

Ces critères peuvent être aussi bien sur le **fond** de la pratique des agences de marketing et de communication, que sur la **forme** dont elle l'exerce.

Valeurs relatives à l'excellence sur le **fond** de la pratique de notre métier telles que nous les percevons :

## **La transparence**

Le métier de développer des créations et des solutions innovantes en marketing et communication fait appel à des compétences de séniorité différentes, des internes comme des consultants.

La transparence est d'informer clairement le client des compétences mises à sa disposition pour la réalisation de son projet.

Toutes nos prestations sont devisées, expliquées et rien n'est facturé sans totale approbation de nos clients.

Cette transparence s'applique aussi à nos fournisseurs partenaires ainsi qu'à la direction sur la communication interne. Un point trimestriel de la direction est réalisé avec toutes les équipes (stagiaires et alternants compris) pour partager le bilan financier des activités de MAP EMULSION ainsi que les réalisations des différentes équipes en toute transparence.

## **L'honnêteté**

La technicité de nos développements de solutions innovantes ne doit jamais prendre le client en otage : il est libre d'accéder à ses données, de mettre fin à notre collaboration quand il l'entend.

Par ailleurs, le respect des droits de propriété intellectuelle, droits patrimoniaux, droits d'exploitation d'un code informatique font partie intégrante de nos usages.

Enfin, nous pratiquons un juste rapport qualité/prix au regard de nos compétences et du temps passé : pas de facturation abusive, quel que soit le client.

# Excellence



## La qualité

En termes de solutions innovantes informatiques comme de créations visuelles, nous sommes en veille permanente des meilleures pratiques et tendances pour garantir une prestation de qualité.

En ce qui concerne la **forme** de la pratique de notre métier, les valeurs d'excellence se caractérisent par:

## Le respect

Pour nos relations avec nos clients, comme avec nos partenaires extérieurs, la patience, l'écoute sont notre quotidien : nous ne jugeons pas un client à ses moyens financiers, nous y répondons en le respectant s'il permet d'atteindre ses objectifs, ou l'en informons sans reproche.

Cette valeur d'excellence à nos yeux est aussi indispensable à notre fonctionnement interne.

## La bienveillance

Dans le cadre de nos recommandations et réalisations, nous ne pratiquons pas le dénigrement de concurrents du client ou de prise de position polémique. Une des techniques de communication prône la provocation, l'irrévérence : ce ne sont pas nos valeurs.

En interne, notre charte commune de comportement que chaque collaborateur s'engage à respecter par sa signature, fait état d'entre-aide et collaboration bienveillante entre nous.

Par ailleurs, se soucier de l'évolution des compétences de nos équipes se traduit par un accès à des formations de leur choix en tout temps.

## La réactivité

Parmi les attentes de notre profession, un effort particulier sur la réactivité pour répondre aux clients (chiffrage, temps de réalisation, maintien d'informations de l'évolution du projet, délais de fabrication, etc.) illustre notre volonté d'excellence.

## Futur plus responsable



### QU'ENTENDONS-NOUS PAR "UN FUTUR PLUS RESPONSABLE" ?

Nous entendons par "futur" les périodes directement impactées par nos activités actuelles : il s'agit donc d'un futur proche comme celui que vivront les générations pas encore nées, mais impactées des **conséquences sociales, environnementales et humaines de notre passage** sur Terre.

Un futur plus responsable peut s'appuyer sur plusieurs axes clés, tels que **l'environnement, l'éthique, la durabilité et le progrès social**

La mise en **fabrication** de nos créations, mais aussi le **conseil** apporté doivent intégrer les notions d'impacts sociaux et environnementaux.

Nous intégrons dans notre réflexion sur le futur plus responsable, les éléments de nos activités qui impactent :

- la préservation de l'environnement
- la responsabilité sociale
- l'économie durable
- l'éducation et sensibilisation

# 02

**[ OBJECTIFS STATUTAIRES ]**

# Nos objectifs statutaires de missions

**01a** **Sensibiliser** nos **équipes** aux impacts de nos activités.

**01b** **Sensibiliser** nos **partenaires** et nos **clients** aux impacts de nos activités.

**02** **Ouvrir aux jeunes talents sans réseau** la découverte de nos métiers.  
(favoriser leur employabilité en leur partageant un savoir être et savoir faire d'excellence)

# Nos objectifs statutaires de missions

## Les spécificités des missions statutaires de [ MAP | EMULSION ] par rapport aux enjeux de son secteur.

- Les enjeux du secteurs du marketing et de la communication  
Développer l'image et l'activité des marques  
Proposer des créations originales

En cohérence logique de ces enjeux, les agences font briller leur propre image par une domiciliation dans les plus belles adresses

- Les spécificités de MAP EMULSION :  
Conseiller et fabriquer nos créations dans une logique de consommer **mieux** au lieu de consommer **plus**, alerter sur l'impact de nos recommandations et mises en production.

MAP EMULSION assume d'être au cœur d'un quartier défavorisé et aide les jeunes talents de ce dernier à accéder à ses expertises d'excellence.



## Objectif statutaire

# Ola

## “Sensibiliser nos équipes, aux impacts de nos activités”

### Objectif opérationnel

Chaque année, impliquer nos équipes lors d'une formation dédiée aux impacts de nos activités. Idéalement réaliser des ateliers intra entreprise mixant plusieurs collaborateurs de profils différents.

## Actions menées

### 6 & 7 Avril 2022

Lors d'un **séminaire** regroupant l'ensemble des collaborateurs, animation interne sur les enjeux extra financiers

- 1/ Atelier ludique sous forme de quizz animé par une collaboratrice du comité de mission (Aurélie).
- 2/ Atelier d'intelligence collective sous forme de forums ouverts animé par le dirigeant.

### 21 Novembre 2022

**Formation** en interne  
**Fresque du Climat**

100% des effectifs participent à cet atelier de 3h.

### 5 Décembre 2022

**Formation** en interne  
**Fresque du Numérique**

100% des effectifs participent à cet atelier de 3h.

### Septembre 2023

Conception et réalisation d'une illustration de notre raison d'être affichée dans l'open space.

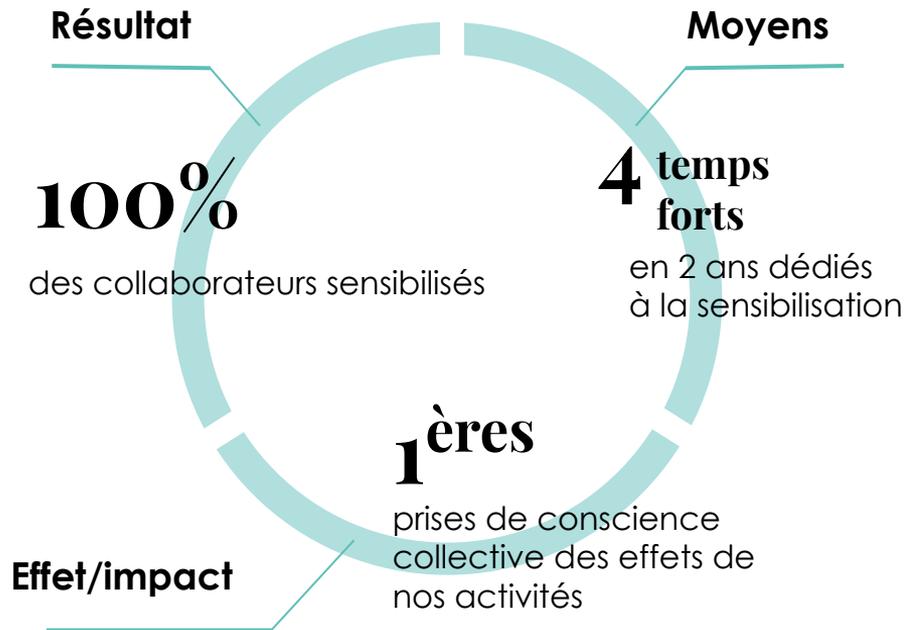
Lors de la pose de cette illustration, nous avons **expliqué notre raison d'être**, et nos objectifs statutaires, puis échangé entre les collaborateurs.

Clôture des échanges par un atelier ludique et collectif issu du jeu Carboniq.



“Sensibiliser nos équipes, aux impacts de nos activités”

Indicateurs



## Actions de sensibilisation en interne



**6 Avril 2022**

Atelier d'intelligence collective sous forme de forums ouverts animé par le dirigeant



**21 Novembre 2022**

Fresque du Climat



**5 Décembre 2022**

Fresque du Numérique



**Septembre 2023**

Raison d'être affichée dans l'open space de l'agence



## Objectif statutaire

# “Sensibiliser nos partenaires et nos clients aux impacts de nos activités.”

### Objectif opérationnel

Présence et prise de parole sur des salons pour promouvoir la consommation responsable et l'innovation

Conseiller, chiffrer la fabrication et l'achat auprès de fournisseurs locaux (Made in France).

## Actions

### SENSIBILISER À L'ACHAT LOCAL Production d'un book des cavistes pour Pernod Ricard

Demande client pour couverture cuir (prod à l'étranger) => proposition pour du cuir en stock et production en IDF proche du client. Finalement production en carton uniquement sans cuir.

### Coffret 90 ans RICARD

Conseil sur cale en carton (vs mousse délocalisée) et production proches du lieu de livraison (Paris).

### Coffrets PROSPECT LUXE

Chiffrage de prestataires à proximité du client et MADE IN FRANCE.

### SUSTAINABLE COSMETIC SUMMIT Paris, le 7 novembre 2022

Prise de parole pour présenter nos innovations pour développer la consommation responsable en cosmétique.

### DIGITALISATION DES RETAILS HANDBOOKS YSL

L'impression et l'envoi de bibles de consignes pour chaque boutique YSL à travers le monde est remplacée par la solution "Tell [ME]" de l'agence.

Meilleur impact environnemental sur la production et l'expédition des supports de communication.

### PRISES DE PAROLE (liste non exhaustive)

10/10/2022	Swiss SCC Eau & Eco conception
05-08/01/2023	CES Las Vegas
15/02/2023	Demo days SAP
23/03/2023	Indies Awards Cosmétiquemag
05-07/06/2023	GS1 US National convention
20/06/2023	Shiseido start up contest for sustainability
21/06/2023	Forum RSE de la cosmétique
29/06/2023	Médaille d'or aux Cas d'or du digital sur la traçabilité et l'innovation
28/09/2023	GS1 Cosmetic Day
12/10/2023	Indies Awards Cosmétiquemag
30/11/2023	Journée du Pôle Innov Alliance

Objectif statutaire

01b

Indicateurs

“Sensibiliser nos partenaires et nos clients aux impacts de nos activités.”

Résultat

70%

évangélisation de clients, partenaires et fournisseurs en France et à l'étranger

Moyens

26 interventions

en 2 ans + diverses présences aux événements

informer

éduquer, changer les habitudes sur l'éco-conception et la production de biens de consommation

Effet/impact

## Actions de sensibilisation aux partenaires



**Paris, le 29 juin 2023**

Participation aux concours de meilleures innovations pour défendre la consommation responsable auprès des directions marketing. La solution SORGA Technology développée par MAP EMULSION remporte le 1er prix d'innovation et le 1er prix de traçabilité.



**Las Vegas, du 8 au 13 janvier 2023**

MAP EMULSION a participé au CES de Las Vegas pour promouvoir le passeport numérique SORGA et accélérer la consommation responsable auprès du public américain de la tech, ainsi que des membres de la délégation française. (Ci-contre, J.L. Chauvin, président de la CCI Aix Marseille et D. Parakian, député 1er conseil de la Métropole aux affaires économiques)



**Denver, 6 juin 2023**

MAP EMULSION a participé au concours de l'organisation mondiale GS1 pour promouvoir le passeport numérique SORGA et accélérer la consommation responsable auprès des fabricants et distributeurs de biens de consommation américains.

## Actions de sensibilisation aux partenaires

**Paris, 21 et 22 juin 2023**  
 MAP EMULSION a participé aux Journées de la RSE en cosmétique pour sensibiliser l'industrie sur les nouvelles solutions durables qui permettent d'accélérer la consommation responsable.



### Lausanne, 14 octobre 2022

MAP EMULSION a participé à la Journée "Eau et éco-conception : des sujets porteurs d'innovation et de durabilité" organisée par la Société Suisse de Cosmétique pour promouvoir les innovations du Digital Product Passport pour futur plus responsable

12h45-14h30  
 Pause déjeuner.

**Les start-up, moteurs de l'innovation, pour trouver de nouvelles solutions.**

14h30-15h15 Table ronde  
 • Avec Laure-Anne De Tastes (Cultiv), Philippe Guguen (SORGA), Valérie Brouchoud (Ulule) et Lucas Nanini (The Good Face Project).

**Éco-conception: les enjeux du scoring.**

15h15-16h00  
 Interview croisée  
 • Avec Christophe Mangalte (TechnicoFlor), Cyril Lemoine et Margaux Bihare (Cargill Beauty).

**Invité d'honneur, Jean-Louis Étienne,**  
 premier homme à atteindre en solitaire le Pôle nord, un des plus grands explorateurs de notre ère au service de la lutte contre le réchauffement climatique porte son prochain projet: Polar POD, une station océanographique internationale.

17h00-18h00



**INVITÉ D'HONNEUR**

**Jean-Louis Étienne,**  
 explorateur polaire.  
 Le 22 juin de 17 à 18h.



### Paris, le 7 novembre 2022

Prise de parole pour présenter nos innovations pour développer la consommation responsable en cosmétique : Sustainable Cosmetics Summit.

## Actions de sensibilisation aux clients et fournisseurs



### SENSIBILISER À L'ACHAT LOCAL

Exemple : Production du livre des cavistes pour Pernod Ricard

Fin des réalisations en couverture cuir, passage au carton

Demande client pour une couverture cuir (prod à l'étranger) => proposition pour du cuir en stock et production en IDF proche du client. Finalement production en carton uniquement sans cuir.

### Coffrets PROSPECT LUXE

Chiffrage de prestataires à proximité du client et MADE IN FRANCE



### Coffret 90 ans RICARD

Conseil sur cale en carton (vs mousse délocalisée) et production proches du lieu de livraison (Paris).

Actions de  
sensibilisation  
aux clients et  
fournisseurs



**DIGITALISATION DES RETAILS HANDBOOKS YSL**

L'impression et l'envoi de bibles de consignes pour chaque boutique YSL à travers le monde est remplacée par la solution "Tell [ME]" de l'agence.

Meilleur impact environnemental sur la production et l'expédition des supports de communication.



## Objectif statutaire

# 02

## “Ouvrir aux jeunes talents sans réseau la découverte de nos métiers & favoriser leur employabilité”

### Objectif opérationnel

Partager un savoir-faire et un savoir-être d'excellence.  
Temps d'homme / Création graphique / Conseil.

## Actions

### 1 parrain 1 emploi

Depuis 2020 participation au dispositif "1 parrain 1 emploi" avec la Région Sud et Pôle emploi de la Belle de Mai (Marseille).

1 Parrain 1 Emploi offre aux chercheurs d'emploi un accompagnement individuel et gratuit pouvant aller jusqu'à 6 mois. Les marraines et parrains bénévoles ont une parfaite connaissance des secteurs visés, apportent un soutien moral au filleul et valorisent ses compétences.

Ce partage d'expériences s'effectue dans un cadre bienveillant, organisé par le Pôle Emploi de la Belle de Mai.

« 1 Parrain, 1 Emploi » a permis, depuis son lancement en 2018, d'accompagner près de 3000 jeunes dans la région Sud. Plus de 75% d'entre eux ont trouvé un emploi à l'issue de leur parcours de parrainage.

### 28 Avril 2023

#### Soirée des 3e Rencontres de l'Excellence

Répétition & animation par Philippe, Agnès, Kevin (Agence [ MAP | EMULSION ] ).

Lors des rencontres de l'Excellence de Marseille, les élèves les plus méritants et les bacheliers de l'Institut Louis Germain reçoivent leurs diplômes et prix d'excellence. cette année, la troupe de théâtre de l'Institut Louis Germain a interprété des scènes de grands dramaturges classiques.

Nous accompagnons l'Institut dans la communication de cette événement dont la création graphique, l'organisation de la soirée et l'habillage vidéo pour écran géant lors de la soirée.

### RaiSE [ME] up

Ce programme d'aide aux jeunes talents entrepreneurs n'ayant pas les moyens de financer des expertises marketing & communication mais dont nous identifions le potentiel d'impact sur un futur plus responsable sont gracieusement aidé par MAP EMULSION.

#### Lauréate 2022 : Clever Beauty

Premier vernis à ongles recyclable et anti-gaspi. MAP EMULSION a réalisé sa vidéo pour sa campagne Ullule.

#### Lauréate 2023 : Calanque Swimwear

Recyclage de bouteilles plastiques et filets de pêches extraits de la mer pour la confection de maillots de bain en Europe. MAP EMULSION a réalisé des contenus pour réseaux sociaux.

Objectif statutaire

02

Indicateurs

“Ouvrir aux jeunes talents sans réseau la découverte de nos métiers & favoriser leur employabilité”

Résultat

**2 ans**

- Accompagnement
- 2 jeunes marques engagées
- 2 événements auprès de jeunes
- 3 filleuls de -26ans

Moyens

**80%** des salariés

ont participé à l'accompagnement (création graphique & conseil stratégique)

Effet/impact

**Partager**

nos savoirs et accompagner dans le respect de l'humain malgré les différences.

## Ouverture aux jeunes sans réseau



### UN PARRAIN 1 EMPLOI

Partenariat depuis 2020 avec la Région sud et Pôle emploi de la Belle de Mai (Marseille).

Chaque année l'agence accompagne 1 ou 2 jeunes de moins de 26 ans dans sa recherche d'emploi.

**1er trimestre 2022** : Yacia Bouquard

**Le 26 Septembre 2022** : Djilloul Somia

**Le 2 août 2023** : Mohamed Jason

### INSTITUT LOUIS GERMAIN 28 Avril 2023

Soirée des 3<sup>es</sup> Rencontres de l'Excellence  
Répétition & animation  
avec 3 personnes de l'équipe  
[MAP | EMULSION] Philippe, Agnès et Kevin

Création graphique du programme  
et habillage vidéo



## Ouverture aux jeunes sans réseau



### CLEVER BEAUTY

Lauréate 2023 du programme de soutien RaiSE [ME] up

### CALANQUES SWIMWEAR

Lauréate 2023 du programme de soutien RaiSE [ME] up  
Contenus pour réseaux sociaux



### Le Corail, Gardien de Vie Sous-Marine : Enjeux ...

13 AOÛT 2023

Le 11 Mai, journée mondiale dédiée à la préservation des espèces menacées, CALANQUE saisit l'opportunité pour mettre en lumière un organisme vivant d'une grande importance : le corail. Présent dans...

# 03

[ TRAJECTOIRES ]

# Trajectoires d'objectifs statutaires



# Trajectoires d'objectifs statutaires



**D'ici 2025, tout collaborateur**  
ayant 12 mois d'ancienneté  
devra avoir fait au moins **1 fresque.**

## Trajectoires d'objectifs statutaires



**D'ici 2025**, tout rendez-vous avec un partenaire ou présentation client devra débuter ou se terminer par une **sensibilisation ludique** de l'impact de 3 activités courantes à classer par ordre d'impact (issues du jeu Carboniq).

## Trajectoires d'objectifs statutaires



D'ici 2025, [MAP I EMULSION] s'engage à sélectionner **4 projets** de son programme **RaiSE [ME]** up pour faire grandir des initiatives à **impacts environnementaux ou sociaux** en leur apportant bénévolement ses prestations marketing & communication.

## [ PROCHAINES ÉTAPES ]



