

BROS COMMUNICATION

Agence événementielle créative

RAPPORT RSE 2025

Responsabilité
Sociétale des
Entreprises



Sommaire

Mot des dirigeants	4
Bros communication	5
Démarche RSE	7
Pilier 1 — Réduction de notre impact environnemental	9
Pilier 2 — Qualité de vie et conditions de travail	10
Pilier 3 — Développement économique responsable	13
Pilier 4 — Gouvernance et transparence	15
Tableau de bord RSE 2025	17
Perspectives et objectifs 2026	20

Le mot des dirigeants

De par notre positionnement axé sur la qualité, nous avons toujours respecté naturellement certains engagements : conditions de travail exigeantes, choix de matériaux durables, gestion des déchets, réduction des produits chimiques. Mais ces actions, aussi sincères soient-elles, sont restées éparses, sans structuration ni valorisation particulière.

La crise sanitaire de 2020 a tout bousculé. Qualifiés d'« activité non essentielle », nous avons été contraints de nous interroger : notre métier a-t-il vraiment sa place ? Nous en sommes convaincus — l'événement crée la rencontre, l'échange direct, la multi-sensorialité. Il est essentiel. Mais son impact est lourd : la culture de l'éphémère nourrit celle du jetable. L'évènementiel tel qu'on l'a connu n'est plus en phase avec la réalité environnementale. Il est urgent de faire évoluer nos pratiques.

Nous avons également la conviction que ce changement doit être porté conjointement par les citoyens, les entreprises et les pouvoirs publics. Les entreprises ont un rôle fort à jouer — nous avons décidé de jouer le nôtre.

Enfin, la réalité économique s'impose : les appels d'offres intègrent de plus en plus un volet environnemental. Ce qui relevait de nos convictions devient aussi une nécessité commerciale. La menace se transforme en opportunité — opportunité de nous différencier, de nous positionner comme acteur du développement durable, de prendre nos responsabilités vis-à-vis de notre planète.

C'est cette double conviction — environnementale et économique — qui nous a conduits début 2024 à placer la RSE au cœur de nos priorités et à nous engager dans une démarche structurée et durable.

Julien & Baptiste Laurent,
associés — Bros Communication

Bros Communication

Fondée en 2008 par Julien et Baptiste Laurent, Bros Communication est une agence événementielle créative implantée à Olivet, en région Centre-Val de Loire. Depuis plus de quinze ans, elle accompagne les entreprises et collectivités dans la conception et la production d'événements sur mesure, intervenant sur l'ensemble du territoire national.

Notre activité

L'agence structure son offre autour de quatre expertises complémentaires :

- Événementiel : congrès, conventions, séminaires, inaugurations, expositions, rencontres professionnelles
- Design d'espace : stands, signalétique, décors, espaces thématiques, conception 3D
- Création graphique : identité visuelle, supports print et digital, imagerie 3D
- Roadshow : événements itinérants, tournées promotionnelles, logistique complète



Nos chiffres clés

INDICATEUR	SITUATION 2025	OBJECTIF / PERSPECTIVE
Création de l'agence	2008	—
Chiffre d'affaires annuel	900 000 à 1,5 M€	Croissance maîtrisée et durable
Collaborateurs permanents	4	—
Indépendants locaux mobilisés	15	100 % locaux
Événements produits / an	+40	—
Clients en France	+200	100 % du territoire couvert
Stands installés / an	+20	—
Partenariats associatifs locaux	4	OLB, Rugby, recycleries
Surface dépôt & bureaux	500 m ²	Site d'Olivet (45)
Véhicules utilitaires	4	Parc propre, optimisé selon les missions

Notre démarche RSE

Contexte et convictions

Consciente des enjeux environnementaux et sociaux de son secteur, l'agence Bros a engagé une réflexion RSE structurée dès 2024, avec l'appui d'IPAMA, agence conseil spécialisée dans la transition des organisations événementielles, et de Richard Thévenot, consultant en transition écologique.

Cette démarche s'appuie sur la conviction que performance économique et performance responsable ne sont pas antagonistes — elles se renforcent mutuellement. Bros s'inscrit dans une trajectoire de progrès continu.

Notre feuille de route 2024–2025

Indicateur	Situation 2025	Objectif / Perspective
2024	Engagement et sensibilisation	Signature des dirigeants, nomination du pilote RSE, audit déchets, outil de veille, formations équipe
2025	Mise en œuvre et évaluation	Plan d'actions opérationnel, bilan carbone, évaluation fournisseurs, rapport RSE annuel

Nos 4 piliers d'engagement

La stratégie RSE de Bros Communication s'articule autour de quatre piliers, reflets des enjeux identifiés lors de l'analyse de notre activité :

- Pilier 1 — Réduction de notre impact environnemental
- Pilier 2 — Qualité de vie et conditions de travail
- Pilier 3 — Développement économique responsable
- Pilier 4 — Gouvernance et transparence



Pilier I : réduction de l'impact environnemental

L'activité événementielle génère par nature des impacts environnementaux significatifs : déplacements, consommation énergétique, production de déchets, utilisation de matériaux. Bros Communication s'engage à les mesurer, les réduire et, là où cela est possible, les compenser.

I.1 Mesure et trajectoire carbone

La première étape d'une démarche crédible est la mesure. En 2025, Bros engage la réalisation de son premier bilan carbone afin d'identifier précisément les postes d'émissions les plus importants et de définir une trajectoire de réduction chiffrée.

- Lancement du bilan carbone 2025 (en cours)
- Identification des postes d'émissions prioritaires : déplacements, énergie, matériaux
- Définition d'une trajectoire de réduction à horizon 2026-2027
- Optimisation de l'usage de notre parc de véhicules (4 utilitaires) : mutualisation des trajets, planification optimisée
- Encouragement des mobilités douces pour les déplacements domicile-travail et lors des pauses déjeuners (parc à vélos aménagé)

1.2 Économie circulaire et gestion des déchets

La gestion des déchets est un enjeu central pour une agence événementielle qui produit, installe et démonte des dispositifs éphémères à grande échelle. Bros a engagé une politique active de réduction et de valorisation.

- Réalisation d'une enquête interne sur la production de déchets, avec identification des flux et publication d'une fiche pratique de bonnes pratiques affichée dans les locaux
- Tri systématique des déchets intégré dans les routines quotidiennes au bureau et sur le terrain
- Conception des projets événementiels selon les principes de l'économie circulaire : réemploi maximum des éléments d'une opération à l'autre
- Utilisation maximale de matériaux recyclables dans la fabrication de décors et stands
- Don des surplus alimentaires d'événements à des associations solidaires locales
- Don de matériaux, mobiliers et objets à des recycleries partenaires
- Chantier 2026 : identification de filières de transformation pour nos matériaux spécifiques (bois, PVC, textile)

1.3 Performance énergétique

Les locaux de Bros à Olivet font l'objet d'une attention particulière en termes de consommation énergétique, avec des actions concrètes déjà mises en place.

- Travaux de restructuration des locaux orientés performance énergétique

- Écogestes adoptés par l'ensemble de l'équipe : gestion des radiateurs, éclairages, ordinateurs
- Utilisation de la climatisation limitée aux seules journées de canicule
- Organisation du travail en open space au rez-de-chaussée pour réduire les surfaces à refroidir en période de canicule

I.4 Biodiversité et espaces naturels

Au-delà des flux énergétiques, Bros porte un regard attentif à l'impact de ses locaux sur la biodiversité.

- Aménagement d'un espace vert sur le site de l'entreprise, avec hôtel à insectes et mangeoires à oiseaux
- Installation d'un récupérateur d'eau de pluie pour l'arrosage des espaces verts
- Réflexion en cours sur l'extension de ces initiatives à d'autres formes de préservation locale

Pilier 2 : Qualité de vie et conditions de travail

Les équipes sont au cœur de la performance de l'agence. Bros s'engage à créer les conditions d'un travail épanouissant, respectueux des équilibres individuels, que ce soit au bureau ou sur le terrain.

2.1 Bien-être et équilibre vie professionnelle / vie personnelle

L'organisation du travail est pensée pour permettre à chacun de s'investir pleinement sans s'épuiser. Plusieurs dispositifs concrets ont été mis en place.

- Qualité des infrastructures de travail : espaces confortables, équipements adaptés
- Prise en charge de l'abonnement sportif pour les collaborateurs permanents
- Mise à disposition de vélos pour les déplacements autour de l'agence
- Boissons et collations prises en charge par l'agence au quotidien
- Télétravail possible, aménagement des temps de travail selon les besoins exprimés
- Calage des plannings individuels lors des points hebdomadaires pour éviter les surchauffes

- Rémunération valorisée : augmentations, avantages, primes sur résultats et cadeaux de remerciement lors des pics d'activité

2.2 Dialogue social et développement des compétences

L'agence privilégie les formats d'échange réguliers, formels et informels, pour maintenir un climat de confiance et favoriser l'expression de chacun.

- Point hebdomadaire le lundi matin : organisation, charge de travail, besoins de l'équipe
- Entretiens individuels annuels pour un suivi personnalisé
- Temps d'échanges informels : afterworks, déjeuners, barbecue annuel avec les familles
- Journées de formation et sessions d'intelligence collective sur les enjeux RSE et les sujets stratégiques
- Participation collective à la définition des priorités de l'agence

2.3 Conditions de travail sur le terrain événementiel

Le métier événementiel implique des déplacements fréquents, des horaires atypiques et des conditions de travail exigeantes. Bros s'engage à encadrer ces spécificités avec rigueur et bienveillance.

- Maîtrise des durées de déplacement : organisation de relais entre conducteurs, pauses régulières planifiées

- Amplitudes horaires de travail raisonnables : anticipation des pics, rotation des équipes, respect des temps de repos
- Hébergement de qualité lors des déplacements : hôtels sélectionnés selon des critères de confort et de proximité des lieux de mission
- Restauration prise en charge et de qualité pour tous les intervenants sur le terrain
- Personnel qualifié, formé aux équipements spécifiques utilisés lors de chaque opération et disposant des habilitations nécessaires (électricité, levage, sécurité...)
- Équipements de protection individuelle (EPI) fournis ou prêtés pour chaque intervention en cas de besoin

Pilier 3 : développement économique responsable

Bros considère que sa responsabilité économique va au-delà de sa performance financière. Elle englobe le type de clients accompagnés, la manière dont elle choisit ses partenaires et la façon dont elle influence positivement son écosystème.

3.1 Ancrage territorial et achats responsables

Implantée à Olivet depuis sa création, Bros fait du local un axe stratégique de son modèle. Travailler local, c'est réduire les impacts logistiques, soutenir le tissu économique régional et créer des relations de confiance durables.

- Recours prioritaire à des fournisseurs et prestataires locaux pour l'ensemble des opérations
- Mobilisation de 15 techniciens et collaborateurs indépendants locaux, qualifiés et formés
- Évaluation progressive des partenaires selon des critères RSE (en déploiement 2026)
- Partenariat avec l'Orléans Loiret Basket (OLB) et l'Orléans La Source Rugby
- Partenariat avec deux recycleries locales : La Ressource AAA et Sully Récup' Recycle
- Adhésion au réseau GEO (Groupement des Entreprises d'Olivet) pour une implication active dans le tissu économique local

3.2 Conseil et sensibilisation client

Bros intègre ses engagements TSE dans sa relation client, convaincu qu'une agence événementielle responsable a un rôle de prescripteur à jouer.

- Intégration systématique d'un volet RSE dans toutes les recommandations clients
- Proposition d'alternatives responsables : matériaux réemployés, prestataires locaux, gestion des déchets sur événement
- Veille technique continue sur les solutions éco-responsables disponibles sur le marché
- Participation à des événements RSE territoriaux pour rester en contact avec les acteurs engagés
- Prospection orientée vers des organisations partageant les mêmes valeurs

Pilier 4 : Gouvernance et transparence

Une démarche RSE crédible repose sur une gouvernance rigoureuse : des engagements signés, un pilotage identifié, des outils de suivi et une communication transparente. Bros s'y engage pleinement.

4.1 Portage stratégique et pilotage opérationnel

- Engagement écrit et signé des deux co-gérants, Julien et Baptiste Laurent
- Nomination d'un pilote RSE au sein de l'agence, chargé de la coordination et du suivi des actions
- Accompagnement extérieur par IPAMA (conseil RSE événementiel) et Richard Thévenot (transition écologique)
- Mise en place d'un outil de veille RSE pour rester informer des évolutions réglementaires et sectorielles
- Page RSE intégrée au site web de l'agence et dans toutes les recommandations clients

4.2 Formation et culture d'entreprise

La RSE ne peut être portée que si elle est comprise et partagée par l'ensemble des collaborateurs. Bros investit dans la montée en compétences de son équipe.

- Journées de sensibilisation et de formation RSE organisées en 2024
- Sessions d'intelligence collective sur les enjeux et les actions à prioriser
- Instauration d'une journée interne annuelle dédiée à la RSE : formation, atelier collaboratif, découverte de projet inspirant
- Établissement d'une check-list RSE d'évaluation pour chaque nouveau projet

4.3 Transparence et reporting

- Publication du présent rapport RSE annuel, premier du genre pour Bros Communication. Objectif 2026 : intégrer des données chiffrées dans le rapport, grâce à la réalisation du bilan carbone
- Construction d'indicateurs de suivi adaptés à l'activité (en cours de définition)
- Objectif 2026 : obtention de la labellisation Engagé RSE AFNOR, gage de crédibilité et de rigueur de notre démarche

Tableaux de bord RSE 2025

Ce tableau synthétise l'état d'avancement de nos engagements à fin 2025. Il servira de base de comparaison pour les années suivantes.

Environnement

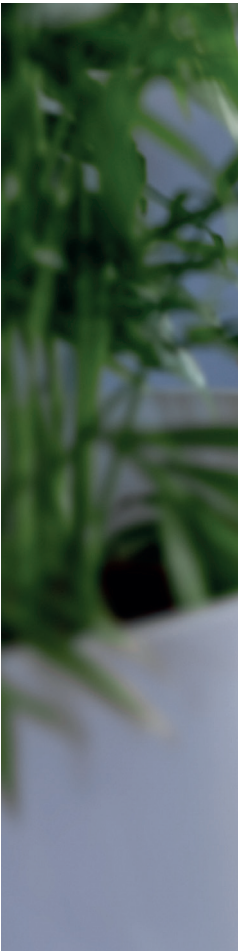
Indicateur	Situation 2025	Objectif / Perspective
Bilan carbone	En cours (2025)	Trajectoire de réduction définie en 2026
Tri des déchets	Déployé au bureau et sur le terrain	Généralisation à tous les projets clients
Économie circulaire	Intégrée à la conception projet	Filières matériaux à finaliser
Performance énergétique	Écogestes adoptés, travaux réalisés	Suivi consommation à mettre en place
Mobilités douces	Parc à vélos aménagé	Plus de déplacements en mobilité douce
Biodiversité	Espace vert, hôtel à insectes, eau de pluie	Poursuivre et amplifier

Social

Indicateur	Situation 2025	Objectif / Perspective
Bien-être au travail	Dispositifs en place (sport, vélos, flexibilité)	Amélioration continue
Dialogue interne	Points hebdo + entretiens individuels	Maintenir la régularité
Formation équipe	Journées RSE 2024 réalisées	Journée annuelle à pérenniser
Conditions terrain	EPI, hôtels, pauses planifiées	Maintenir la qualité
Mobilités douces	Parc à vélos aménagé	Plus de déplacements en mobilité douce
Biodiversité	Espace vert, hôtel à insectes, eau de pluie	Poursuivre et amplifier

Économique

Indicateur	Situation 2025	Objectif / Perspective
Fournisseurs locaux	Priorité systématique	Évaluation RSE fournisseurs en cours
Intégration RSE client	Volet RSE dans toutes les offres	Renforcer la valorisation
Partenariats asso.	4 partenariats actifs	Identifier une action de mécénat



Gouvernance

Indicateur	Situation 2025	Objectif / Perspective
Engagement dirigeants	Formalisé et signé	—
Pilote RSE	Nommé	—
Rapport RSE	1er rapport publié (2025)	Annualiser
Labellisation AFNOR	En préparation	Candidature 2026



Perspectives et objectifs 2026

Fort des actions menées en 2025, Bros Communication entre en 2026 avec des objectifs clairs et ambitieux.

Chantiers prioritaires 2026

- Finaliser le bilan carbone et définir une trajectoire de réduction
- Développer l'évaluation RSE de nos fournisseurs et prestataires
- Identifier et formaliser des filières de valorisation pour nos matériaux (bois, PVC, textile)
- Identifier un événement partenaire pour une action de mécénat de compétences
- Candidature officielle à la labellisation Engagé RSE AFNOR
- Publication du deuxième rapport RSE annuel

