



La Team Web

RAPPORT DE MISSION

ENTREPRISE À MISSION

Engagements et résultats

2023
2024

CHAPITRE 1**Présentation des objectifs et du comité de mission 6****CHAPITRE 2****Traduction concrète de nos engagements 12**

Objectif 1 : Sensibiliser nos parties prenantes sur les impacts de leurs choix en matière d'actions de communication et de marketing 14

Objectif 2 : Favoriser la collaboration avec des parties prenantes locales, engagées ou qui partagent nos valeurs 19

Objectif 3 : Contribuer à promouvoir des entreprises engagées qui souhaitent l'être ou le devenir 21

Objectif 4 : Rationaliser nos usages et l'impact de nos prestations, en particulier ceux liés au numérique 22

Objectif 5 : En interne, favoriser le management participatif, la gouvernance partagée, la montée en compétences et le partage de la valeur 24

Objectif 6 : Mettre au service du bien commun nos compétences et notre savoir-faire via des actions telles que le mécénat ou le bénévolat par exemple 30

Objectif 7 : Evaluer régulièrement l'impact de notre entreprise 31

CHAPITRE 3**Les temps forts de cette année 34****CHAPITRE 4****Notre feuille de route pour l'année prochaine 36**

QU'EST-CE QUE LA TEAM WEB ?

La Team Web est une agence de marketing digital. Depuis 10 ans, nous accompagnons les organisations dans la stratégie et les opérations qui leur permettent de développer leurs activités : nous créons des sites Web, nous générons du trafic, nous rendons nos clients visibles sur les réseaux, nous les aidons à structurer leur parcours d'acquisition, à augmenter leurs ventes (ou plus généralement à atteindre leurs objectifs) et à accroître la qualité de leur image et de la relation avec leurs clients.

Nous sommes une petite équipe de 5 personnes en CDI, renforcée ponctuellement par des étudiants stagiaires et des indépendants qui nous assistent sur certains dossiers. Nous sommes basés à Marseille.

AUX ORIGINES DE NOTRE ENGAGEMENT

La Team Web a été créée pour apporter aux entreprises une aide concrète, à la fois stratégique et opérationnelle dans l'univers du marketing digital. Dès sa création, les fondatrices ont placé l'éthique et la responsabilité au cœur de l'ADN de la société, sur un marché où de nombreux écueils guettaient les entreprises insuffisamment informées.

Notre équipe s'est spécialisée dès 2018 sur les sujets sociétaux et environnementaux. Désireux de faire progresser le bien commun, nous avons à cœur de promouvoir des entreprises qui partagent cet engagement. Pour faire évoluer notre positionnement et nos expertises, nous avons participé à de nombreux événements, suivi plusieurs formations spécialisées, nous nous sommes largement documentés et nous avons contribué activement à divers projets en lien avec le développement durable.

Ceci nous a permis de mesurer pleinement les rôles et pouvoirs du marketing et du numérique dans l'évolution de nos sociétés, dans les impacts sur la planète et sur le vivant. Nous avons conscience que notre part de responsabilité en tant qu'agence, si modeste soit-elle, est réelle.

On peut penser qu'allier marketing numérique et développement durable est impossible, que ce sont des univers antinomiques. Cependant, à La Team Web, nous tenons à démontrer le contraire. Notre fonctionnement cherche à créer la différence, pour aller vers le mieux. Le numérique est consommateur de ressources certes, mais il peut également être un moyen de contribuer à des activités régénératives et de le faire le plus frugalement possible. A force d'expérimentation, nous savons qu'il est possible de mener des stratégies digitales durables et performantes. Nous avons mesuré à quel point c'est efficace pour nos clients, pour nous-mêmes et pour le bien commun.

Désormais, La Team Web se positionne comme une agence de stratégie durable qui conseille et forme ses clients sur le numérique, le marketing et la communication responsables. Nous accompagnons nos clients pour le développement d'une stratégie d'entreprise efficace, juste et pérenne.

En prenant le chemin de l'entreprise à mission, nous nous inscrivons aux côtés d'autres acteurs économiques qui partagent notre vision, nous contribuons à ce que notre voix collective porte plus loin et plus fort, pour peser sur des décisions structurantes pour l'avenir de tous.

QUELLE EST NOTRE RAISON D'ÊTRE ? QUELLES SONT NOS VALEURS ?

Notre raison d'être est de **faire du marketing un levier de progrès durable**.

Nous sommes investis dans l'accompagnement des organisations qui souhaitent se développer (plus) durablement et réduire leur impact sur le vivant et la planète. Nous croyons fermement que par le biais de messages réfléchis et de stratégies adaptées, nous pouvons encourager des changements de comportements, nous propulsant ainsi dans un monde plus équitable et durable pour les générations futures.

Notre vision est celle d'un marketing qui permet de conscientiser les besoins et la consommation, de responsabiliser les entreprises et de réduire ainsi leurs impacts sur la planète et le vivant.

Notre ambition est de contribuer au développement d'une économie (plus) consciente, (plus) juste et vertueuse pour la planète et pour les êtres vivants.

Pour construire ce monde, nous élaborons des stratégies digitales durables. Nous privilégions le long terme plutôt que les one shot deals, le référencement naturel plutôt que les campagnes publicitaires, la frugalité plutôt que l'opulence. C'est cela notre vision du progrès.

Nous transmettons au plus grand nombre, grâce à la [formation, au coaching, aux ateliers de sensibilisation, fresques du climat et du numérique](#) entre autres.

*Faire du marketing
un levier de progrès durable*

POURQUOI AVONS-NOUS CHOISI DE DEVENIR SOCIÉTÉ À MISSION ?

Dans la lignée de nos valeurs et de nos ambitions, nous avons choisi de nous engager concrètement et de donner un cadre à cet engagement. Nous avons d'abord été labélisés par l'organisme LUCIE en 2020. Nous avons rejoint en 2022 le mouvement Impact France, pour nous entourer d'entreprises qui nous ressemblent et œuvrer collectivement à la transformation de l'économie.

En septembre 2023, nous sommes devenus société à mission, scellant ainsi officiellement le destin de l'entreprise à nos valeurs. C'est une manière pour nous de formaliser des objectifs clairs, qui structurent notre action à long terme et nous rendent redevables de nos choix.

Être société à mission est pour nous une fierté et un privilège que nous cherchons à mériter chaque jour.



A large, bold white number '1' is centered on a yellow background. Above and below the number are horizontal white lines. The background also features faint, large-scale decorative elements: a 'U' shape at the top and a '2' shape at the bottom, both in a lighter yellow shade.

1

PRÉSENTATION DES OBJECTIFS ET DU COMITÉ DE MISSION

A/ QU'EST-CE QU'UN COMITÉ DE MISSION ?

Selon l'article 210-10 du Code de commerce, le Comité de Mission¹ :

- Est “distinct des organes sociaux” de la société ;
- Doit “comporter au moins un salarié” ;
- “Est chargé exclusivement [du] suivi [de l'exécution de la mission]” ;
- “Présente annuellement un rapport joint au rapport de gestion [...] à l'assemblée chargée de l'approbation des comptes de la société” ;
- “Procède à toute vérification qu'il juge opportune et se fait communiquer tout document nécessaire au suivi de l'exécution de la mission”.

Le Comité de Mission est donc l'organe de gouvernance de l'entreprise qui veille au suivi de l'exécution des objectifs statutaires. Il peut être force de proposition et challenger les objectifs et les actions, sans qu'ils s'imposent à la société.



¹ Source : [Communauté des entreprises à mission](#)

Composition de notre comité de mission

Le collège interne



Caroline LACOUR

Directrice du pôle conseil chez La Team Web et directrice de projets senior, Caroline est issue d'un parcours international. Ayant travaillé aussi bien dans des grandes entreprises que dans des petites organisations, elle est un atout précieux pour la délivrance des prestations. Elle apporte structure, bienveillance et frugalité dans les stratégies déployées, avec une conscience forte de la portée sociétale de nos actions.



Aurélie LECOMTE

Directrice de formation chez La Team Web, Aurélie a un parcours en marketing et communication digitale, avec une dimension internationale. Ayant travaillé chez des grandes marques du milieu sportif et de la tech, Aurélie apporte au Comité un regard global et des compétences qu'elle a pu développer au fil de sa carrière.

Le collège des parties prenantes directes



Bruno GELSOMINO

Entrepreneur indépendant expert en stratégie de contenu pour structures à impact, notamment chez La Team Web, formateur LinkedIn et animateur de conférences. Grâce à ses 15 ans d'expérience dans les métiers de la communication et son engagement associatif (coopérative Hôtel du Nord, Marséa, Entrepreneurs pour la planète, Climax), Bruno apporte son expertise, sa créativité et une ouverture sur le monde de l'impact qui nous permettent de progresser dans nos objectifs RSE.

Le collège externe



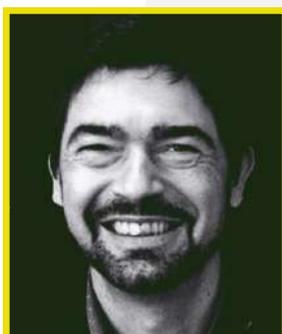
Marie MARTIN

Directrice commerciale chez Agro-Sourcing. Fondé en 2004 par un agronome passionné, Agro-Sourcing est importateur français spécialiste de fruits secs et fruits à coques biologiques et équitables. Depuis 20 ans, la société crée des filières solidaires et biologiques en s'engageant sur le long-terme. Marie apporte la vision terrain et clairvoyance à notre Comité de Mission.



Pascale MARY

Consultante chez DMJ consultants, animatrice Germe, coach pour la Convention des entreprises pour le climat, Pascale est spécialisée dans le développement des équipes et des organisations et met les dimensions humaines et environnementales au cœur de son métier. Elle nous a aussi accompagnés dans l'organisation de l'équipe renouvelée à la suite de la crise sanitaire. Pascale était un choix évident pour notre Comité de mission.



Alexandre MEYRIGNAC

Issu d'un DESS en mathématiques appliqués et d'un master de recherches en sciences de gestions, Alexandre est aujourd'hui enseignant, expert en data, process et stratégie de décarbon'action, spécialisé en transformation organisationnelle et en RSE. Il apporte une grande finesse dans nos analyses et la rigueur scientifique puisées dans ses expériences professionnelles.

B/ NOS OBJECTIFS STATUAIRES

Objectif 1 : sensibiliser nos parties prenantes sur les impacts de leurs choix en matière d'actions de communication et de marketing

Il nous paraît essentiel d'informer nos clients sur l'influence et la portée de leurs messages, la perception du monde qu'ils peuvent engendrer et les comportements qu'ils peuvent induire. Cela signifie, par exemple, expliquer comment le choix des mots et des images peuvent influencer une audience et soutenir des comportements vertueux (ou pas).

Objectif 2 : favoriser la collaboration avec des parties prenantes locales, engagées ou qui partagent nos valeurs

Soyons réalistes, mener une campagne d'acquisition de trafic uniquement avec des prestataires locaux peut s'avérer délicat. En effet, contourner les GAFAM (Google en l'occurrence) équivaut à se priver de 93 % de part de marché parmi les moteurs de recherche.²

Quand les objectifs et le contexte le permettent, nous privilégions les échanges avec des acteurs qui sont plus proches de nos valeurs et nos engagements, même s'ils ne sont pas leaders sur la solution recherchée. Nous cherchons par exemple à favoriser les logiciels, fabricants et hébergeurs français, mais aussi les partenariats avec des entreprises locales ou qui offrent des preuves d'engagement RSE.

Objectif 3 : Contribuer à promouvoir des entreprises engagées, qui souhaitent l'être ou le devenir

Nous aimons travailler avec des acteurs de l'économie sociale et solidaire, mais nous aimons aussi permettre à d'autres de s'engager dans cette voix. En apportant humblement notre contribution, à force de sensibilisation, de démonstration et de preuves appuyées par des données chiffrées, nous souhaitons faire en sorte que les entreprises engagées soient chaque jour plus nombreuses.

Objectif 4 : Rationaliser nos usages et l'impact de nos prestations, en particulier ceux liés au numérique

Pourquoi stocker le replay d'une conférence de 90min quand on peut produire quelques extraits suffisamment pertinents ? Doit-on mener une campagne publicitaire quand les effets du référencement naturel permettent d'être visible sur le long terme ? Une nouvelle création de site Web est-elle indispensable ? Peut-on réparer plutôt que racheter du matériel ?

²Source : [Wikipédia](#)

Conscients qu'aucune activité numérique n'est neutre, nous nous efforçons de réduire au maximum notre impact. Nous sommes attentifs au matériel comme au poids des données que nous générons. Nous généralisons ainsi l'application des principes de la frugalité et de l'écoconception à nos livrables.

Objectif 5 : En interne, favoriser le management participatif, la gouvernance partagée, la montée en compétences et le partage de la valeur

Notre vision, c'est que l'entreprise doit être un lieu d'épanouissement et que travailler chez La Team Web doit être source de satisfaction pour l'ensemble des membres de l'équipe. Nous sommes convaincus que cela passe par la capacité pour tous ceux qui le souhaitent à influencer la stratégie de l'entreprise. C'est pourquoi chaque membre est libre d'exprimer son point de vue et apporter sa pierre à l'édifice, sans distinction de position hiérarchique. Notre management est très horizontal et les grandes décisions se prennent en équipe.

Objectif 6 : Mettre au service du bien commun nos compétences et nos savoir-faire via des actions telles que le mécénat ou le bénévolat par exemple.

Nous sommes conscients que la barrière économique est parfois un frein pour certaines organisations, en particulier les associations ou les projets au stade d'incubation. Pour contribuer à la diffusion de notre vision et au progrès, nous consacrons une part de nos ressources au bénéfice d'initiatives engagées.

Concrètement, cela se traduit par des actions de mécénat ou de bénévolat.

Objectif 7 : Évaluer régulièrement l'impact de notre entreprise

Pour remplir pleinement notre mission de conseil et de formation, l'auto-analyse nous semble essentielle. Le suivi d'indicateurs établis par le Comité de Mission vient concrétiser la mesure et le suivi de l'impact de nos actions (poids de nos données, hébergement, équivalent CO2...).



2

**TRADUCTION
CONCRÈTE
DE NOS
ENGAGEMENTS**

La Responsabilité Sociétale et Environnementale occupe une grande partie des préoccupations et des engagements de La Team Web. Afin de veiller à notre impact, nous nous sommes donnés pour guide le FSSD – Framework for Sustainable Strategic Development – démarche de développement durable stratégique éprouvée depuis plus de 35 ans à l'international. Cette démarche repose sur le respect des conditions de durabilité, 3 conditions environnementales et 5 conditions sociales. Le FSSD nous donne un langage commun et une vision stratégique, qui nous permettent d'identifier rapidement les impacts de nos décisions et de prioriser nos actions.³

Ainsi, nous concevons nos services en tenant compte des conditions de durabilité, et nous cherchons à faire bénéficier de notre approche des acteurs engagés, notamment à travers des actions de mécénat.

Ci-après, vous allez découvrir de manière détaillée les dispositifs que nous avons mis en place afin de répondre à nos objectifs RSE ; chacun étant matérialisé par divers indicateurs.

³ À retrouver page 17 - [Zoom sur le FSSD](#)





SENSIBILISER NOS PARTIES PRENANTES SUR LES IMPACTS DE LEURS CHOIX EN MATIÈRE D' ACTIONS DE COMMUNICATION ET DE MARKETING

La communication et le marketing peuvent être rendus responsables de certains maux⁴ dont souffrent notre société et notre planète. L'ADEME en cite quatre :

- Impact sur les imaginaires et la notion d'une réussite sociale qui passe par l'acquisition de biens et de services
- Renforcement des stéréotypes et de l'image d'une société non représentative de sa diversité réelle (handicap, origine, genre, âge...)
- Objectivité de l'information et difficultés à distinguer la vérité de la publicité ou l'influence
- Omniprésence de la publicité dans l'espace public

Nous avons fait le choix de prendre en considération ces enjeux et de les expliciter dans les actions que nous menons pour nous-mêmes et pour nos clients.

La charte RSE

En 2024, nous avons traduit nos engagements dans la rédaction de notre Charte RSE. L'objectif : faire connaître nos engagements et nos valeurs à nos parties prenantes internes et externes, les sensibiliser et les faire adhérer à nos convictions.

La charte a été rédigée et sera diffusée à partir de septembre 2024 auprès de nos parties prenantes.

L'objectif est multiple :

- Pour les parties prenantes actuelles : sensibilisation et adhésion
 - Pour les employés : lors du lancement de l'exercice 12 de l'entreprise
 - Pour les clients existants : lors des renégociations de contrats
- Pour les futures parties prenantes : intégration au contrat (employés, clients et fournisseurs), puis validation par signature.

La lecture de notre Charte RSE sera rendue systématique en étant adjointe à nos Conditions Générales de Vente (CGV), contrats de travail et contrats de prestations. Nos clients et collaborateurs connaîtront ainsi nos engagements et nos valeurs dès le début de la collaboration.

La Charte RSE a été rédigée dans l'idée d'être un document qui soit le plus complet possible. Pour ce faire, il expose de nombreux thèmes : la sensibilisation à la communication responsable, un guide des bonnes pratiques pour un usage responsable et sécurisé du numérique, notre politique sociale, nos engagements durables...



⁴Source : [Cours de communication responsable 2024 - AACC & ADEME](#)

Le but étant d’offrir une vision globale de l’engagement et des actions entreprises par La Team Web et d’y sensibiliser nos parties prenantes. Cette charte a une valeur informative et permet de sensibiliser nos partenaires, d’ouvrir les discussions sur les choix qui seront faits ensemble au cours de notre collaboration et d’éveiller les consciences.

Les formations et coachings dispensés auprès des parties prenantes

En 2023 et 2024, La Team Web a dispensé plusieurs formations et coachings liés au développement durable, à la RSE et à la communication responsable à nos clients.

SESSION	DATE DE LA SESSION	FIN DE LA SESSION	TEMPS EN H	CLIENT	NOMBRE D'APPRENANTS
✓ Fresque du Climat	10/01/2023	21/06/2023	🕒 25,5	CCIAMP	35
✓ Communication responsable	31/03/2023	31/03/2023	🕒 7	CCIAMP	6
✓ Sensibilisation au FSSD	19/06/2023	03/07/2023	🕒 20	Midi Piles Services (Groupe Qerys)	4
✓ Fresque du Climat	11/09/2023	11/09/2023	🕒 4	Mariton	16
✓ Développer son plan d'action RSE	04/10/2023	04/10/2023	🕒 7	DEKI	1
✓ Engagement RSE du cabinet : Matinée de sensibilisation pour les collaborateurs	30/10/2023	30/10/2023	🕒 13	Cabinet Mosselmans	32

SESSION	DATE DE LA SESSION	FIN DE LA SESSION	TEMPS EN H	CLIENT	NOMBRE D'APPRENANTS
✔ Stratégie de communication RSE & inclusive	08/12/2023	02/01/2024	🕒 18	Eductive	16
✔ Formation Management responsable et bienveillant	08/02/2024	08/09/2024	🕒 7	Cabinet Mosselmans	10
✔ L'impact des enjeux sociétaux de la RSE sur la marque employeur	23/04/2024	23/04/2024	🕒 9	France Cluster	15
TOTAL			110,7		135

Les formations liées au développement durable, à la RSE et à la communication responsable correspondent à 6% du temps total de formations vendues et 39% du nombre d'apprenants.

Retrouvez les avis de nos clients concernant nos formations dans [l'Objectif 7 "Évaluer régulièrement l'impact de notre entreprise !"](#)

Zoom sur : la Fresque du Climat



Comme on peut le constater dans le tableau ci-dessus, nous proposons à nos clients de se former grâce à la Fresque du Climat. Chez La Team Web, deux membres de l'équipe sont "fresqueuses".

La Fresque du Climat est un dispositif qui a été mis en place en 2018 par l'association éponyme. Il s'agit d'un jeu d'intelligence collective, basé sur les données du GIEC⁵. Les participants collaborent autour du thème du changement climatique, ses causes et ses conséquences, ce qui leur permet d'apprendre de manière ludique, de s'éveiller et d'échanger sur d'éventuelles solutions.

⁵ Groupe d'experts Intergouvernemental sur l'Évolution du Climat

Zoom sur : le FSSD

Développé par un consensus scientifique dès 1989 en Suède , le Framework for Strategic Sustainable Development (FSSD) est le cadre de développement stratégique des organisations durables.

Il s'agit d'une démarche systémique, stratégique et participative permettant de concevoir et de piloter les organisations durables.

Chez La Team Web, deux membres de l'équipe, Silvia Randon et Caroline Lacour ont été formées à la pratique et la formation au FSSD, totalisant 84h de formation. Une troisième personne sera formée au FSSD à partir de l'automne 2024.

La Team Web est ainsi habilitée à dispenser cette formation en développement durable, visant à aider ses clients à repérer les enjeux pour leur entreprise, pour pouvoir ensuite piloter leur entreprise dans la durabilité.

Former nos clients au FSSD c'est donc les amener à imaginer un mode de fonctionnement plus respectueux pour l'environnement et pour notre futur.

Impact sociétal des actions de communication

Quand un contenu est créé, à qui est-il destiné ? Quelle vision du monde favorise-t-il ? Ces questions sont incontournables pour nous.

Dans le mode réel, l'humanité se décline en une diversité de teints, de tailles, de capacités, de genres et d'âges. Chaque individu incarne une facette unique de cette richesse. Nous promovons une représentation du monde qui reflète cette pluralité, permettant à chacun de s'y reconnaître et de puiser inspiration auprès de modèles qui leur correspondent.

Ayant conscience de l'impact que la communication et les campagnes de marketing peuvent avoir sur la vision que nous renvoyons du monde, et donc sur la compréhension de celui-ci par nos publics-cibles, nous faisons en sorte de les rendre les plus inclusives et réalistes possibles. Cela s'applique à la fois à notre communication, mais aussi à celle de nos clients.

Durant nos formations, nous tenons à aborder le thème de la représentativité. Par exemple, lors d'une action de formation sur l'enjeu des réseaux sociaux, nous avons fait une remontée concernant un post publié un 8 mai (journée internationale du droit des femmes) mais ne représentant que des hommes. Nous avons alors averti les apprenants pour qu'ils se rendent compte de leur erreur et échangent pour trouver une solution.



En résumé

Afin d'atteindre notre premier objectif de sensibilisation des parties prenantes sur les impacts de leurs choix en matière de communication et de marketing, nous avons déployé, tout au long de cette année, divers dispositifs. Entre Charte RSE, formations, coachings ou encore Fresque du Climat, l'ensemble de l'équipe s'est mobilisé pour éveiller les consciences et offrir à nos collaborateurs les outils nécessaires pour adopter une approche de communication plus responsable et éthique.

OBJECTIF	INDICATEURS	POINT D'AVANCEMENT
 Sensibiliser nos parties prenantes sur les impacts de leurs choix en matière d'actions de communication et de marketing.	<u>Création d'une charte RSE</u>	 Charte RSE créée
	<i>Part ou nombre de nos parties prenantes ayant eu connaissance ou nombre de signataires de la Charte RSE La Team Web</i>	 À venir
	<u>Création d'un guide des comportements numériques vertueux</u>	 Guide créé
	<i>Part ou nombre de consultations du guide des comportements numériques vertueux</i>	 À venir
	<i>Nombre de formations/coaching/sensibilisation dispensées</i>	 135 apprenants, équivalent à plus de 110 heures



FAVORISER LA COLLABORATION AVEC DES PARTIES PRENANTES LOCALES, ENGAGÉES OU QUI PARTAGENT NOS VALEURS

La concentration des richesses et des pouvoirs dans les mains de grands groupes est une menace potentielle pour le libre exercice de nos choix. Nous nous attachons à diversifier nos relations professionnelles et commerciales pour favoriser la pérennité d'acteurs indépendants.

L'importance du choix de nos partenaires

Nous favorisons, lorsque cela est possible, la collaboration avec des partenaires locaux et engagés, ou qui partagent nos valeurs. Nous recherchons donc des alternatives aux grands groupes internationaux, pour tous les aspects de la vie de l'agence. Nous donnons notre préférence aux acteurs qui font preuve d'engagement dans leurs actions concrètes (durabilité de produits et services, éthique des relations, engagement dans la réduction de leur empreinte environnementale, engagements sociaux...).

Pour nos services informatiques, nous comparons les logiciels, services, et hébergements non seulement sur la base de leurs services, qualités et prix, mais en prenant également en compte leurs engagements sociaux et écologiques.

Pour tous nos autres besoins, nous travaillons, lorsque cela est possible, avec des acteurs de l'économie sociale et solidaire. Nous soutenons les entreprises souhaitant s'engager dans une démarche RSE.

Nous conseillons nos clients dans leurs choix de logiciels et d'achats média, en les informant sur tous ces aspects. Nous restons indépendants dans nos recommandations. Lorsque nous sommes partenaires d'une solution technique ou logicielle, c'est avant tout pour faire bénéficier nos clients de conditions avantageuses et nous les en informons en toute transparence, tout en leur présentant des offres alternatives.

Quels partenaires et pour quelles raisons ?

Nous sommes par exemple partenaires de Waalaxy, solution d'automatisation de prise de contact entre individus via LinkedIn et l'emailing. Ce partenariat permet de faire bénéficier nos clients de 20% de réduction sur leurs forfaits mensuels, trimestriels ou annuel. La Team Web perçoit une redevance sur les abonnements. Plusieurs modalités de partenariats sont proposées par Waalaxy, nous avons sélectionné la mieux disante pour nos clients.

[Consulter le tableau des partenaires en annexe](#)

Les preuves

- Pour les achats courants : choix de commerçants locaux (papeterie de quartier plutôt qu'Amazon), produits bio, restaurants de cuisine locale et végétale...
- Pour les achats de services numériques : La Team Web privilégie la fidélité à son hébergeur historique Mezcalito, basé en Isère, indépendant et nous ayant garanti le soin apporté à la durabilité du matériel et à son approvisionnement en électricité verte. Pour nos clients, nous recommandons des solutions adaptées à chaque situation, tout en privilégiant des hébergeurs indépendants en France pour les données sensibles ou des entreprises pionnières de l'hébergement vert telle qu'Infomaniak.

En résumé

OBJECTIF	INDICATEURS	POINT D'AVANCEMENT
 Favoriser la collaboration avec des parties prenantes locales, engagées ou qui partagent nos valeurs	<i>Actions menées par La Team Web pour augmenter la part d'entreprises partenaires choisies pour optimiser l'impact: fournisseurs locaux, entreprises engagées (labélisées, démarche RSE, ESS...)</i>	 Référence au tableau des partenaires engagés

OBJECTIF N° **3**

CONTRIBUER À PROMOUVOIR DES ENTREPRISES ENGAGÉES, QUI SOUHAITENT L'ÊTRE OU LE DEVENIR

Le marketing et la communication sont de puissants leviers pour faire croître les entreprises. Or les compagnies qui dépensent le plus dans le domaine ne sont pas toujours les plus vertueuses. A grand renfort de publicité, certaines arrivent à imposer des modèles qui peuvent s'avérer dévastateurs.

Nous ne voulons pas contribuer à cette vision de notre métier.

Notre voulons mettre notre expertise au service des organisations désireuses de s'engager dans une démarche responsable, ou aspirant à le devenir.

Nous voulons que notre savoir-faire serve à ceux et celles qui souhaitent aligner leurs pratiques avec des valeurs éthiques. Nous ciblons les partenaires avec qui nous voulons travailler, nous évangélisons notre démarche auprès des entreprises de notre région, et nous appliquons une politique de "no-go" aux potentiels clients qui ne comprendraient pas et ne respecteraient pas nos valeurs.

Cette année, la création de notre Charte RSE a permis de factueliser notre volonté.

Ainsi pour les années suivantes, dans l'optique de démarcher et collaborer avec des clients et collaborateurs "fit", nous intégrerons la lecture de notre charte RSE à notre process d'accueil client et nouveaux membres de l'équipe, par le biais de son envoi systématique, avec les documents contractuels (devis et contrats).

En résumé

OBJECTIF	INDICATEURS	POINT D'AVANCEMENT
 Contribuer à promouvoir des entreprises engagées, qui souhaitent l'être ou le devenir.	<i>Création de la charte RSE</i>	✔ Fait
	<i>Part de nos clients et collaborateurs qui auront signé la charte RSE</i>	✔ À venir
	<i>Nombres d'offres de services de LTW incluant de la sensibilisation RSE</i>	✔ À venir

OBJECTIF N° 4

RATIONALISER NOS USAGES ET L'IMPACT DE NOS PRESTATIONS, EN PARTICULIER CEUX LIÉS AU NUMÉRIQUE

Selon l'Acerp, le numérique représente 3 à 4% des émissions de GES (Gaz à Effet de Serre). Avec le développement des usages de l'intelligence artificielle et de l'internet des objets, notamment, la tendance est à une forte augmentation de ces émissions. Le numérique a également des effets sur la santé mentale des utilisateurs. Les phénomènes d'addiction ne sont pas officiellement décrits scientifiquement mais font l'objet de nombreuses études qui démontrent un danger certain.

Notre métier consiste à produire des messages et à les diffuser. Nous sommes donc vigilants sur la conception des supports, sur les moyens de diffusion et le contenu de ces messages.

Du point de vue physique, à partir du moment où un site est mis en ligne, où une vidéo ou une infographie est créée, où un courriel est envoyé, des ressources sont utilisées. La question est donc de savoir pour quel objectif ? Si cette utilisation peut avoir des effets bénéfiques supérieurs, alors l'utilisation de ces ressources paraît justifiée. Une connaissance des impacts nous permet de rationaliser nos usages, en commençant par les mesurer.

Concernant le matériel, nous privilégions le reconditionné et nous faisons réparer ce qui est défectueux. Les salariés sont sensibilisés à l'entretien de leurs ordinateurs afin d'en favoriser la longévité.

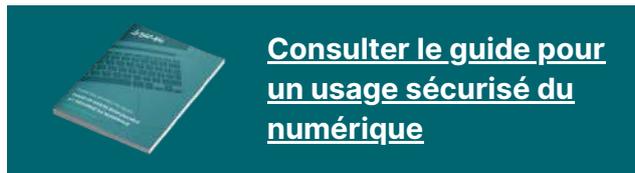
- Nous sommes très vigilants concernant la consommation induite, en énergie et en stockage de données.
- Nous essayons de limiter l'augmentation du poids des contenus :
 - Limitation du nombre et de la durée des vidéos que nous produisons,
 - Vectorisation des images que nous utilisons sur nos sites,
 - Suppression des sauvegardes de sites web de plus de 3 mois
 - Suppression des versions intermédiaires des productions, une fois validées par nos clients et conseils pour nos clients en ce sens.

Le Guide des bonnes pratiques pour un usage responsable et sécurisé du numérique

C'est dans la continuité de cette réflexion que nous avons décidé de créer un "Guide des bonnes pratiques pour un usage responsable et sécurisé du numérique". Celui-ci regroupe les clés pour que nos collaborateurs et nos parties prenantes puissent se servir de leurs outils numériques sans risque pour eux ni pour leur organisation, et permet aussi de leur apprendre à les utiliser de manière plus éthique et responsable.

Nous y mettons en avant plusieurs notions : la sécurité, la communication adaptée au besoin, le bien-être numérique ; et plus globalement, l'utilisation durable des technologies, à la fois pour les utilisateurs et pour la planète.

Ce guide est destiné à être enrichi et mis à jour dans le futur, en fonction de l'évolution des technologies.



Gestion du poids de nos données numériques

Surveiller notre consommation d'énergie et le poids de nos données sont des réflexes que nous avons voulu factualiser cette année.

En tant qu'agence de marketing digital, nous utilisons des dizaines d'outils numériques pour la création de visuels, de campagnes, de supports de formation etc. Après avoir étudié le poids de chacun, nous avons dressé une liste de ce que nous utilisons en termes de stockage.

Nous savons aussi qu'un nombre croissant de clients engendrera une multiplication des stockages. Notre but est donc de suivre attentivement l'évolution du poids de nos données, par la suite, d'établir un processus de suppression des données non-utiles afin de limiter au maximum l'augmentation de nos espaces de stockage.

Pour dresser cette liste, nous avons effectué des recherches concernant Canva, Sharepoint, OneDrive, Google Drive, Loomly, ChatGPT et bien d'autres outils ; ainsi que sur notre site web lateamweb.com.

Cette liste est non-exhaustive et les unités de mesure sont parfois difficiles à comparer. En effet, nous n'avons pas accès aux informations de stockage pour certains outils disponibles en ligne. Nous constatons avec déception à quel point l'exercice, pour qu'il soit fiable, est délicat. Nous espérons que les années futures permettront plus de transparence pour l'obtention de ces données. Grâce à cette étude, nous avons pu mieux nous rendre compte de notre impact numérique et prendre des mesures pour le réduire.

[Consulter le poids de nos données numériques en annexe](#)

En résumé

OBJECTIF	INDICATEURS	POINT D'AVANCEMENT
 Rationaliser nos usages et l'impact de nos prestations, en particulier ceux liés au numérique	Création d'un guide comportements numériques vertueux	 Fait
	Suivre l'évolution du poids de nos données numériques	 Fait  À poursuivre pour compléter l'obtention des données  À renouveler de façon récurrente



EN INTERNE, FAVORISER LE MANAGEMENT PARTICIPATIF, LA GOUVERNANCE PARTAGÉE, LA MONTÉE EN COMPÉTENCES ET LE PARTAGE DES VALEURS

Pour être durable, une entreprise doit pouvoir compter sur l'engagement et les compétences des personnes qui la composent. C'est un principe que nous nous appliquons.

Un mot sur la volonté de favoriser la montée en compétences

Nous croyons fermement que l'épanouissement professionnel repose sur l'autonomie et l'implication active des collaborateurs. C'est pourquoi l'agence s'attache à créer un environnement propice à l'apprentissage continu, favorisant ainsi le développement des compétences de chacun. Nous essayons de mettre en place les conditions favorables pour que les collaborateurs, tout en restant experts dans leur domaine, s'impliquent davantage dans la vie de l'entreprise, proposent des améliorations et enrichissent nos offres par leurs suggestions pertinentes.

Partage de la valeur

La Team Web a mis en place un système de partage de la valeur, à travers l'intéressement. Cela permet de mieux répartir les fruits des efforts individuels et collectifs. L'objectif est que chacun et chacune puisse trouver un équilibre et une satisfaction tant sur le plan professionnel que personnel.

En cas de bénéfices, les gains de l'entreprise sont partagés entre les salariés de La Team Web. Le montant et les modalités sont définies en concertation avec tous les salariés.

Seuil de déclenchement de l'intéressement :

L'intéressement est subordonné au fait que le résultat courant avant impôt de l'exercice (ligne GW du compte de résultat, liasse fiscale DGFIP n°2052) soit égal ou supérieur à 5 000 euros avant déduction de l'intéressement.⁶ Afin de respecter le caractère aléatoire de l'intéressement, ce niveau de seuil de déclenchement a été fixé au regard du niveau de Résultat courant avant impôt de l'exercice des trois derniers exercices clos et des perspectives économiques et financières de l'Entreprise."

⁶ Mention dans la Déclaration Unilatérale de l'Employeur (DUE) : "Seuil de déclenchement de l'intéressement : L'intéressement est subordonné au fait que le Résultat courant avant impôt de l'exercice (ligne GW du compte de résultat, liasse fiscale DGFIP n°2052) soit égal ou supérieur à 5 000 euros avant déduction de l'intéressement. Afin de respecter le caractère aléatoire de l'intéressement, ce niveau de seuil de déclenchement a été fixé au regard du niveau de Résultat courant avant impôt de l'exercice des trois derniers exercices clos et des perspectives économiques et financières de l'Entreprise."

Travail de formalisation de nos entretiens de compétence

Les entretiens de compétence se tiennent une fois par an pour échanger sur les objectifs du salarié (établis en année n-1), ses volontés d'évolution, de formations, les besoins de l'équipe quant à ses montées en compétence... Afin de rendre ce processus plus fonctionnel et plus juste, nous avons cherché à établir une grille de questions type, personnalisable selon le poste occupé. Cet entretien constitue un véritable moment d'échange pour voir ce qui va, ne va pas ou doit être amélioré pour que l'employé puisse progresser.

Grâce à cet effort de formalisation de nos entretiens de compétence, nous pouvons mieux évaluer l'évolution de la personne et lui apporter les compétences manquantes, notamment sous forme de formations. Nous pouvons aussi discuter ensemble pour trouver des solutions à de potentiels problèmes soulevés ou améliorations à faire pour son bien-être au travail.

[Consulter le support entretien de compétences en annexe](#)

Des formations pour monter en compétences

En 2022, 30 000€ ont été investis pour la formation des membres de l'équipe interne, puis 20 000€ en 2023 et déjà plus de 8 000€ de janvier à l'été 2024. Cela constitue un budget conséquent pour une TPE telle que La Team Web, notamment par rapport à notre nombre d'employés qui varie entre 5 et 7 personnes selon les années.

En termes de volume d'heures, cela représente 240h de formation d'équipe en 2022, 165h en 2023 et déjà 188h en 2024 : 39h / an et par personne à La Team Web contre 23h de formation par salarié en moyenne en France pour les entreprises de plus de 10 salariés.⁷

Liste non-exhaustive des formations internes :

NOM DE LA FORMATION OU DE LA SENSIBILISATION	CONTENU	QUI ?	QUAND ?
✔ Formation au FSSD	Initiation à la méthodologie et mise en pratique	Caroline Lacour	2024
✔ Formation Inbound Marketing	Initiation à la méthodologie et test de connaissances	Mélanie Bourdariat, Carlos Desbrosse, Marine Rozé	2024

⁷ Source : [Cereq, 2024](#).

NOM DE LA FORMATION OU DE LA SENSIBILISATION	CONTENU	QUI ?	QUAND ?
✓ Fresque du climat	Sensibilisation et utilisation (compréhension du changement climatique)	Lou Rispoli	2024
✓ Formation de formateur		Aurélie Lecomte	Novembre 2023
✓ Formation coaching		Caroline Lacour, Aurélie Lecomte	Juin 2024
✓ Formation développement et perfectionnement des compétences managériales du cadre dirigeant	8 journées réparties sur un cycle de 12 mois 4 axes de progrès pour le manager : <ul style="list-style-type: none"> • Développement de ses compétences individuelles de management • Développement de son équipe • Développement de son entreprise • Développement de son regard sur le monde 	Silvia Randon	
✓ Certification Google Analytics 4 (GA4)	Apprendre à se servir de l'outil d'analyse de performances	Lou Rispoli	2024
✓ Formation Matomo	Apprendre à se servir de l'alternative française de GA4	Lou Rispoli	2024
✓ Certification Google Tag Manager	Apprendre à utiliser l'outil, tracker de données	Lou Rispoli	2024
✓ APEC - formation aux principes de l'économie régénérative		Silvia Randon	

Les salariés de La Team Web sont aussi fortement encouragés à s'autoformer tout au long de l'année. Les salariés y passent en moyenne 3 à 4h par mois soit via des "lunch and learn" (partage d'un apprentissage d'un membre de La Team Web à tous les autres), soit via des webinaires, des conférences, lecture d'articles...

Protocole de décision et répartition des rôles

Tout en accordant aux salariés une large autonomie et des responsabilités importantes, le management reste attentif à leurs attentes. En privilégiant le dialogue et une compréhension mutuelle, le manager guide les collaborateurs vers la réussite et le développement professionnel, les encourageant à renforcer leurs compétences au quotidien.

Nous favorisons donc un management de proximité, participatif et une gouvernance partagée en interne.

Des temps d'équipes sont organisés et pris en charge par l'entreprise, une à trois fois par an. Tous les lundis, l'équipe se réunit pour un temps de partage et d'organisation (weekly). Les rôles (animation, prise de notes, contrôle du temps) sont pris à tour de rôle par chacune des personnes présentes, du stagiaire à la directrice. Les rôles ne sont pas attribués par "une instance supérieure". La responsabilité et l'implication de chacun sont encouragées.

Un temps de partage sur les activités marketing de La Team Web est également organisé une fois par mois, sur le même principe de prise de responsabilité.

Les décisions sont discutées en équipe, que ce soit la stratégie d'entreprise, l'acceptation d'un nouveau client qui ne répondrait pas à nos valeurs, l'adoption d'un nouvel outil.

Chaque recrutement se concrétise de façon consensuelle entre la présidente et l'un au moins des membres de l'équipe.

Qualité de vie au travail

Nous sommes attentifs à ce que chacun trouve au bureau des conditions de travail confortables. Nous avons établi notre lieu de travail commun dans un espace de coworking choisi en 2019 pour sa convivialité et la diversité des personnes qui y travaillent (artisans, créateurs, architectes, consultants, start-ups...). Nous y avons un espace réservé, et nous l'avons équipé pour le rendre le plus agréable possible (lumière, sièges, écrans, plantes etc.).

Le télétravail est largement permis afin de faciliter la vie des collaborateurs et à condition que cela ne gêne pas le travail en équipe et ne freine pas les projets de nos clients ou nos projets internes. Ainsi, chacun peut mieux organiser sa vie professionnelle et personnelle, gérer un imprévu ou optimiser un déplacement.

En plus de vouloir aider nos employés à prendre leur place parmi nous, à pouvoir s'exprimer et à monter en compétences, nous valorisons surtout les liens humains.

A quoi bon travailler des semaines, des mois et des années ensemble si nous ne nous connaissons pas ? Comment construire un vrai lien de confiance sans construire de lien tout court ?

Pour que tout le monde s'intègre, nous organisons régulièrement des journées de team building.

À titre d'exemple, nous avons organisé en 2024 une journée en bateau pour célébrer les 10 ans de La Team Web.



Nous avons aussi participé à la Marche du temps profond, une balade en groupe pendant laquelle nous avons pu expérimenter de façon originale notre interaction avec le vivant. C'était une belle occasion de partager un moment en équipe, le temps de quelques milliards d'années... Et de réveiller une furieuse envie d'agir pour préserver le vivant !



Mettre en place ce genre d'actions nous permet de créer du lien fort et de la cohésion, de faire en sorte que chacun se sente à sa place et intégré dans l'équipe, de créer de la confiance pour travailler ensemble.

En résumé

OBJECTIF	INDICATEURS	POINT D'AVANCEMENT
<p> En interne, favoriser le management participatif, la gouvernance partagée, la montée en compétences et le partage de la valeur</p>	<p><i>Formaliser des entretiens de compétence 1 fois /an</i></p>	<p>✓ Fait en continu</p>
	<p><i>Formaliser un protocole de décision et répartition des rôles</i></p>	<p>✓ En cours de réflexion</p>

OBJECTIF N° 6

METTRE AU SERVICE DU BIEN COMMUN NOS COMPÉTENCES ET NOS SAVOIR-FAIRE VIA DES ACTIONS TELLES QUE LE MÉCÉNAT OU LE BÉNÉVOLAT PAR EXEMPLE

Le marketing digital n’est pas accessible financièrement à toutes les organisations, en particulier pour les structures associatives ou les jeunes entreprises. Depuis sa création, La Team Web a choisi de s’engager pour aider des projets à impact, financièrement ou à travers des actions de bénévolat. Par des dons et actions de mentorat, nous avons accompagné plusieurs associations et jeunes entreprises agissant dans le domaine de l’inclusion numérique et sociale ou pour la réduction de l’empreinte environnementale de nos activités.

La Team Web offre la possibilité aux membres de l’équipe, de pouvoir faire bénéficier les personnes qui en ont besoin, leur expertise et leur savoir-faire. Ces actions se font jusqu’ici sur la base des initiatives et des appétences individuelles.

[Consulter la liste des événements effectués en bénévolat en annexe](#)

Nos actions de mécénat, de bénévolat et pro bono

OBJECTIF	INDICATEURS	POINT D'AVANCEMENT
 Mettre au service du bien commun nos compétences et nos savoir-faire via des actions telles que le mécénat ou le bénévolat par exemple	<i>Actions de bénévolat ou mécénat de compétences effectués par La Team Web au cours de l'exercice</i>	 Entrepreneur pour la planète - accompagnement de l’entreprise Skilit pour une IA plus frugale et centrée sur le développement humain
		 Animation d’un atelier 2 tonnes en octobre (ouvert au public)
		 Organisation soirée WOMAN avec Germe
		 Présidence du groupe Germ’O Sud
		 Participation au bureau de l’association Résonances Médiation
		 Animation de 2 ateliers RSE pour l’UPE13



EVALUER RÉGULIÈREMENT L'IMPACT DE NOTRE ENTREPRISE

Le chemin vers le progrès commence nécessairement par la mesure de la situation à un instant T. Dans les paragraphes précédents, des indicateurs ont été choisis pour nous permettre d'évaluer nos progrès.

Pour englober toute l'entreprise, il nous reste un travail essentiel à faire : l'analyse stratégique du cycle de vie des activités de l'entreprise. Cette ACV sera conduite dans l'année 2025 en utilisant la méthodologie FSSD.

Evaluation par le FSSD et l'analyse du cycle de vie stratégique

Le Framework for Strategic Sustainable Development (FSSD) est un cadre méthodologique qui guide les organisations vers la durabilité. Il repose sur une compréhension systémique des enjeux environnementaux, sociaux, et économiques, et s'appuie sur une série de 8 conditions fondamentales qu'une organisation doit respecter pour être durable.

Nous avons choisi le référentiel du FSSD car :

- Il est le fruit scientifique d'un consortium scientifique éprouvé depuis 1989 ;
- Il permet une analyse synthétique du cycle de vie des activités de l'agence, en considérant les risques de non-durabilité et en dégagant les priorités ;
- Il est applicable à toute organisation, quelle que soit sa taille et son secteur d'activité.

Pour une agence de marketing digital durable, le FSSD permet d'évaluer régulièrement l'impact de ses actions en fournissant une grille de critères clairs et mesurables, alignés sur des objectifs de durabilité à long terme. En appliquant ce cadre, La Team Web peut identifier les écarts, ajuster ses stratégies, et assurer que chaque campagne contribue de manière tangible à un progrès durable, tout en minimisant les impacts négatifs.

Au terme de cette année, deux personnes chez La Team Web ont été formées à la démarche.

Les prochaines étapes :

- Poursuivre la formation du personnel de la Team Web, afin que l'équipe s'approprié et maîtrise le concept.
- Effectuer collectivement une analyse de cycle de vie stratégique et d'en partager les résultats.

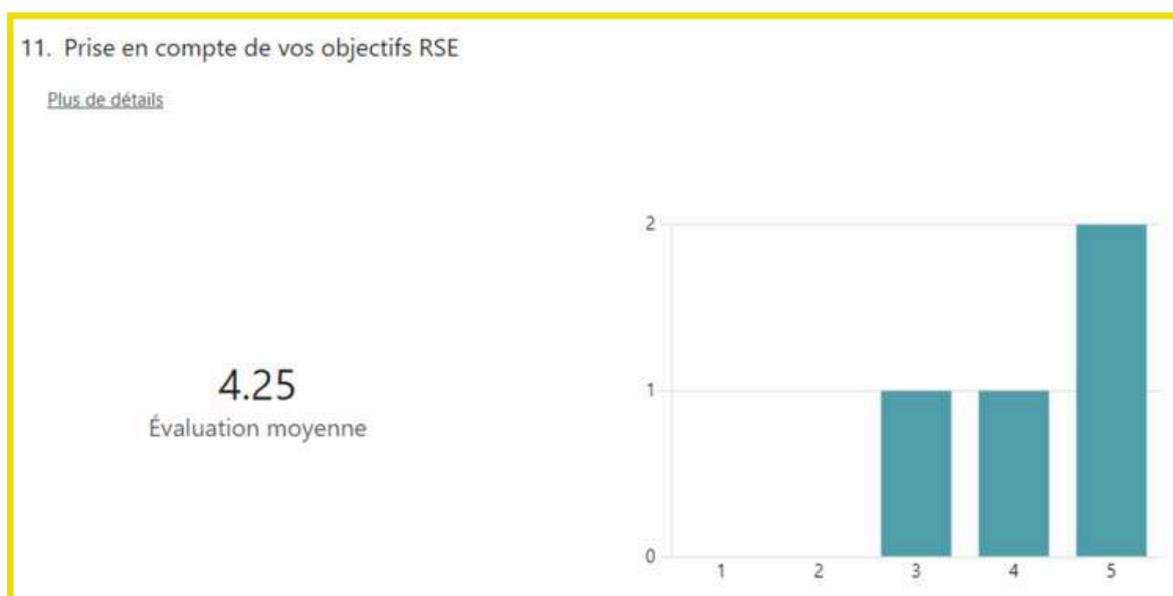
Questionnaires de satisfaction externes : nos clients donnent leur avis !

En prestation :

Notre sondage de satisfaction concernant nos prestations révèle une évaluation moyenne 4.64 sur 5 par les clients. Voici un aperçu des critères notés par nos clients :

- Qualité de l'écoute et des échanges avec les membres de La Team Web : 4.8/5
- Réactivité de notre équipe à vos demandes : 4.6/5
- Adaptabilité de notre équipe à l'évolution de votre entreprise, de vos besoins : 4.6/5
- Compréhension par notre équipe de vos enjeux : 4.8/5
- Qualité de nos conseils et des propositions d'actions : 4.4/5
- Prise en compte de vos objectifs RSE : 4.25/5

Détail du critère "prise en compte de vos objectifs RSE" :



Analyse de l'évaluation : aucun répondant n'a indiqué de commentaire.

Pour le futur, l'enjeu sera de comprendre les réponses en obtenant des commentaires, afin de perfectionner la note de 4.25 / 5.

[Consulter le questionnaire de satisfaction](#)

En formation :

À la suite des formations réalisées, nous évaluons ce que les participants en ont pensé, ce qu'ils ont appris et ce que l'on pourrait améliorer (protocole Qualiopi). Cela nous permet de mieux nous rendre compte des points qui fonctionnent et de ceux qui fonctionnent moins bien, pour pouvoir évoluer et leur apporter ce dont ils ont besoin.

Nous avons donc synthétisé et étudié ces évaluations, faites à chaud (à la fin de la formation) puis à froid (à +30 jours), pour savoir ce que nos clients pensaient de notre prestation.

La note de satisfaction globale des apprenants sur leurs formations a atteint les 4.6/5 sur plus de 200 sondés. Nous avons même des entreprises qui reviennent et complètent les formations ou les proposent à d'autres employés, témoignant d'un niveau de satisfaction élevé.

Les avancées notables de nos clients sur les sujets RSE :

En 2023, nous avons dispensé plusieurs formations sur des sujets RSE. En termes de leadership et management responsable, les apprenants estiment avoir amélioré leurs compétences : auto-évaluation finale de 9,2/10 en termes de compréhension du sujet soit une amélioration de 2,7 points par rapport à l'auto-évaluation avant formation.

En termes de compréhension et intégration des enjeux RSE, les apprenants estiment avoir fortement amélioré leurs connaissances : augmentation de 3,8 points à la fin de la formation par rapport à leur entrée pour une note finale de 8,3/10. Les points forts retenus sont :

- La vision multi dimensionnelle de la RSE
- Les 5 piliers de la RSE
- Le bien-être des salariés au travail
- L'intégration des enjeux liés au développement durable
- La compréhension et l'intégration des enjeux de la RSE

"Nous avons appris à améliorer la cohésion d'équipe car c'est important pour bien travailler."

"Groupe homogène, échanges de qualités entre les participants et les formateurs. Le lieu d'accueil de la formation était adapté et très agréable. Je suis repartie de la formation avec l'envie de faire évoluer les aspirations de chacun !"

En résumé

OBJECTIF	INDICATEURS	POINT D'AVANCEMENT
 Évaluer régulièrement l'impact de notre entreprise	Nombre de personnes formées au FSSD	✔ 2
	Evaluation collective via une ACV stratégique	✔ À venir
	Questionnaires de satisfaction : évaluation par nos clients	✔ En cours en continu

3

**LES
TEMPS FORTS
DE CETTE
ANNÉE**

4 SEPTEMBRE 2023



La Team Web devient société à mission

15 FÉVRIER 2024



Première rencontre du Comité de mission

ÉTÉ 2024



Rédaction de la charte RSE

SEPTEMBRE 2024



1er rapport de comité de mission



La Team Web fête son premier anniversaire
en tant qu'Entreprise à mission



A large, bold white number '4' is centered on a yellow background. Above and below the number are horizontal white lines. The background also features faint, stylized white shapes: a '3' at the top and a '5' at the bottom.

4

**NOTRE FEUILLE
DE ROUTE
POUR L'ANNÉE
PROCHAINE**



Evaluer le nombre ou la part de parties prenantes qui auront signé la charte RSE que nous aurons créée (après septembre 2024)



Augmenter le nombre de prestations et de formations en développement, RSE et communication responsable vendues. En effet, nous avons vu plus tôt que ces prestations correspondent à seulement 6% du temps total de formations vendues et à 39% du nombre d'apprenants. Il s'agit donc de travailler à améliorer ces statistiques l'an prochain.



La question de la mesure de nos données numériques manque de précision et d'exhaustivité ; la difficulté d'obtenir les informations est réelle et la mesure du poids est incomplète. Nous étudierons comment compléter les données et affiner l'analyse.



Compléter, enrichir et mettre à jour le Guide des bonnes pratiques pour un usage et sécurisé du numérique.



Formaliser un processus et une fréquence de tri dans nos espaces de travail, que ce soit en local ou sur nos espaces en ligne. Exemple : nettoyage de notre Google Drive et des autres outils (mails, notifications, anciennes sauvegardes, sauvegardes depuis les comptes clients...).



Formaliser le nombre d'heures dédiées au mécénat de compétences et effectuer le suivi de leur évolution.

Annexes

Annexes

Annexes

ANNEXE 1 : LE TABLEAU DES PARTENAIRES

CATÉGORIE	NOM	FRÉQUENCE D'INTERACTION	NATURE DE L'INTERACTION	NATURE/RAISON DU CHOIX	ALTERNATIVE POSSIBLE	ABANDONNÉ	À CHALLENGER	CHOIX ENGAGÉ
Fournitures / alim / matériel non immo	2TONNES COMPAGNIE	1 x /an ou moins		cartes jeu sensibilisation	Non			Oui
Fournitures / alim / matériel non immo	Ademe	1 x /an ou moins		achat de documentation	Non			Oui
Préstations numériques	ATELIER EXPRESS	Quelques fois par an	Directe	réparation ordinateurs à marseille, à proximité	achat neuf			Oui
Formation	CADRES EN MISSION	Quelques fois par an	Directe	Exclusivité FSSD	non			Oui
Salon / événement	CHAMBRE REGIONALE DE L ' ECONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE PACA (CRESS PACA)	1 x /an ou moins	Directe	Salon ESS	autres salons locaux			Oui
Banque / finance	Crédit Coop	1 x / mois ou plus	Directe	Banque éthique, destinée à devenir banque principale	NEF mais pas de CB			Oui
Préstations numériques	ETHI'KDO	Quelques fois par an	Directe	Cartes cadeau / choix éthique	Cartes universelles			Oui
Formation	Fresque du Numérique	1 x /an ou moins	Directe	Formation à l'animation pour sensibilisation	Non			Oui
Formation	Germe	1 x /an ou moins	Directe	Progression managériale	Non			Oui
Taxes / obligations légales	HARMONIE MUTUELLE	1 x / mois ou plus	Directe	Mutuelle réputée éthique	Autres produits du marché équivalents			Oui
Hebergement Web / NDD	INFOMANIAK	1 x / mois ou plus	Directe	Hébergement green	oui, équivalent ou en France			Oui
Formation	INSTITUT REGIONAL DES CHEFS D'ENTREPRISE	1 x /an ou moins	Directe	proximité	Oui			Oui
Fournitures / alim / matériel non immo	LA BALEINE A CABOSSE	1 x /an ou moins	Directe	proximité, éthique de l'enseigne	Oui			Oui
Fournitures / alim / matériel non immo	La Papéthèque	Quelques fois par an	Directe	Proximité	Autres enseignes ou achats en ligne			Oui

CATÉGORIE	NOM	FRÉQUENCE D'INTERACTION	NATURE DE L'INTERACTION	NATURE/RAISON DU CHOIX	ALTERNATIVE POSSIBLE	ABANDONNÉ	À CHALLENGER	CHOIX ENGAGÉ
Préstations numériques	LE GROUPE LA MARSEILLAISE	1 x /an ou moins	Directe	Publication JO - presse régionale engagée	Oui, services en ligne ou autre presse			Oui
Fournitures / alim / matériel non immo	Les Succulentes	Quelques fois par an	Directe	proximité, végétal	oui autour			Oui
Fournitures / alim / matériel non immo	Librairie Prado Paradis	Quelques fois par an	Directe	Proximité, indépendance	Oui et en ligne			Oui
Préstations numériques	MEZCALITO	Quelques fois par an	Directe	hébergeur historique	oui			Oui
Fournitures / alim / matériel non immo	SARL LA BONNE EPICERIE LOCALE	Quelques fois par an	Directe	fournisseur local bio	oui			Oui
Adhésions / labels	MOUVEMENT IMPACT FRANCE	Quelques fois par an	Directe	implication nationale économique	non			Oui
Déplacements / hébergement	REGIE DES TRANSPORTS METROPOLITAINS		Directe	préférence TEC	non			
Hebergement Web / NDD	1&1	1 x /an ou moins	Indirecte (pour le compte de clients)	Hebergement Web client	oui	Oui		
Taxes / obligations légales	ADESATT	1 x /an ou moins			Non			
Préstations numériques	Adobe	1 x / mois ou plus	Directe	Outil métier majeur / outil de gestion numérique	Autres produits du marché équivalents			
Adhésions / labels	AFNOR CERTIFICATION	1 x /an ou moins		certif qualiopi / notoriété AFNOR	Oui, autres organismes certificateurs			
Déplacements / hébergement	Airbnb	1 x /an ou moins	Directe	Prix bas	Hôtel	Oui		
Freelances / prestataires	All Prod	1 x / mois ou plus	Directe	Proximité, fidélité	Autres freelances / automatisation / prestation cabinet			

CATÉGORIE	NOM	FRÉQUENCE D'INTERACTION	NATURE DE L'INTERACTION	NATURE/RAISON DU CHOIX	ALTERNATIVE POSSIBLE	ABANDONNÉ	À CHALLENGER	CHOIX ENGAGÉ
Taxes / obligations légales	Ass Groupement Interprof Medico Social B	Quelques fois par an	Directe	Médecine du travail, obligatoire	ALSMT, pas de différenciation connue			
Freelances / prestataires	Astrid DU PETIT THOUARS	1 x /an ou moins	Directe	Relation	Oui, autres animateurs			
Taxes / obligations légales	ATLAS SOUTENIR LES COMPETENCES	1 x / mois ou plus	Directe et indirecte	OPCO de LTW ou clients	Non			
Fournitures / alim / matériel non immo	AU MOULIN DORE	1 x /an ou moins		Proximité	oui			
Taxes / obligations légales	Aviva / Abeille	1 x / mois ou plus	Directe	Assureur historique	Autres produits du marché équivalents			
Location	B'COWORKER	Quelques fois par an	Directe	location de salle pour formation / emplacement géographique	Proximité avec les transports en commun			
Freelances / prestataires	BEYOND BORDERS	1 x /an ou moins	Directe	Apport d'affaire / benoît Mauran	non			
Freelances / prestataires	BIDMETRICS	1 x /an ou moins	Directe	prestation RGPD	Autres freelances / automatisation / prestation cabinet			
Déplacements / hébergement	Bip&Go	1 x / mois ou plus	Directe	Télépéage	Non			
Achat de matériel numérique	Boulangier	1 x /an ou moins	Directe	achats de matériel/ fournitures de bureau Proximité de l'enseigne, SAV, engagement sociétal	Reconditionné quand dispo		x	
Freelances / prestataires	Bruno Gelsomino	1 x / mois ou plus	Directe	Proximité	Autres freelances			
Freelances / prestataires	C.CAMARA CONSEIL	Quelques fois par an	Directe	Proximité	Autres freelances			

CATÉGORIE	NOM	FRÉQUENCE D'INTERACTION	NATURE DE L'INTERACTION	NATURE/RAISON DU CHOIX	ALTERNATIVE POSSIBLE	ABANDONNÉ	À CHALLENGER	CHOIX ENGAGÉ
Préstations numériques	Canva	1 x / mois ou plus	Directe	Outil métier majeur	Autres produits du marché équivalents			
Préstations numériques	Captain Verify	Quelques fois par an	Directe	Outil métier majeur	Autres produits du marché équivalents			
Fournitures / alim / matériel non immo	Carrefour	Quelques fois par an	Directe	Achats fournitures bureau	La bonne épicerie		x	
Freelances / prestataires	CELIA MARIA DE ALMEIDA FONSECA	1 x / mois ou plus	Directe	Proximité	Autres freelances			
Fournitures / alim / matériel non immo	CHARCUTERIE PAYANY	Quelques fois par an	Directe	Proximité	oui			
Banque / finance	CIC	1 x / mois ou plus	Directe	Banque historique	Crédit Coop		x	
Déplacements / hébergement	COMMUNE DE MARSEILLE	1 x / mois ou plus	Directe	Parking	non			
Préstations numériques	CRYSTAL	1 x / mois ou plus	Directe	Outil métier mineur	Autres produits du marché équivalents	Oui		
Achat de matériel numérique	Darty	1 x /an ou moins	Directe - achats de matériel/ fournitures de bureau	Proximité de l'enseigne, SAV	Boulangier - choix à privilégier (engagement sociétal)	Oui		
Préstations numériques	Dashlane	1 x / mois ou plus	Directe	Outil métier majeur / Acteur français	Autres produits du marché équivalents			
Préstations numériques	Digiforma	Quelques fois par an	Directe	Outil métier majeur	Autres produits du marché équivalents			
Préstations numériques	Docentreprise	1 x /an ou moins	Directe	Achat ponctuel de doc	Autres produits du marché équivalents			

CATÉGORIE	NOM	FRÉQUENCE D'INTERACTION	NATURE DE L'INTERACTION	NATURE/RAISON DU CHOIX	ALTERNATIVE POSSIBLE	ABANDONNÉ	À CHALLENGER	CHOIX ENGAGÉ
Préstations numériques	Elegant themes	Quelques fois par an	Directe	Outil métier majeur	Autres produits du marché équivalents			
Préstations numériques	Envato	Quelques fois par an	Indirecte et directe	Outil leader	Autres produits du marché équivalents			
Déplacements / hébergement	ESSENCE	Quelques fois par an	Directe	Pas de TEC dispo à temps équivalent	non			
Préstations numériques	Facebook Ireland Limited	1 x / mois ou plus	Indirecte	Leader mondial des réseaux sociaux / réseau publicitaire	Non			
Préstations numériques	Figma	1 x / mois ou plus	Directe	Outil métier majeur	Autres produits du marché équivalents			
Téléphonie / Internet	Free	1 x / mois ou plus	Directe	Outil métier majeur	Autres produits du marché équivalents			
Hebergement Web / NDD	Gandi	Quelques fois par an	Indirecte et directe	Outil leader, engagé logiciel libre	Autres produits du marché équivalents		x	
Préstations numériques	Google Commerce Limited	1 x / mois ou plus	Indirecte et directe	Leader mondial des moteurs de recherche / réseau publicitaire	Non			
Fournitures / alim / matériel non immo	Hema	Quelques fois par an	Directe	Achats fournitures bureau	Fournitures éco en ligne		x	
Déplacements / hébergement	Hôtels	Quelques fois par an	Directe	Déplacement, préféré à AirBnB	Non		x	
Préstations numériques	ID FACTO	Quelques fois par an	Directe	Frais de recouvrement	Autres produits du marché équivalents			
Fournitures / alim / matériel non immo	Ikea	1 x /an ou moins	Directe - achats de matériel/ fournitures de bureau	Disponibilité des produits, prix	Faible et contraignante (distance et prix)		x	

CATÉGORIE	NOM	FRÉQUENCE D'INTERACTION	NATURE DE L'INTERACTION	NATURE/RAISON DU CHOIX	ALTERNATIVE POSSIBLE	ABANDONNÉ	À CHALLENGER	CHOIX ENGAGÉ
Préstations numériques	Infogreffe	Quelques fois par an	Directe	Monopole	non			
Freelances / prestataires	KEROVA	1 x / mois ou plus	Directe	proximité, personnalisation, recommandation	Autres comptables de la ville			
Taxes / obligations légales	KLESIA	1 x / mois ou plus	Directe	fait à la création de l'entreprise	Oui		x	
	La Poste	Quelques fois par an	Directe	Choix de lettres vertes / RAR en ligne quand possible	Non			
Fournitures / alim / matériel non immo	Le Four Des Navettes	Quelques fois par an	Directe	Spécialité locale historique	oui			
Fournitures / alim / matériel non immo	Leroy Merlin	1 x /an ou moins	Directe	Disponibilité des produits, engagements de l'enseigne	Faible et contraignante (distance et prix)		x	
Préstations numériques	Linkedin	1 x / mois ou plus	Indirecte et directe	Leader mondial des réseaux BtoB / réseau publicitaire	Non			
Freelances / prestataires	Loic Martin	Quelques fois par an	Directe	Relation	oui			
Préstations numériques	Loomly	1 x / mois ou plus	Directe	Outil métier majeur	Autres produits du marché équivalents			
Préstations numériques	M U R A L	1 x / mois ou plus	Directe	simplicité pour les clients	oui			
Location	MAKE IT MARSEILLE	1 x / mois ou plus	Directe	environnement de travail	oui			
Adhésions / labels	MEDINSOFT	Quelques fois par an	Directe	implication locale numérique	non			

CATÉGORIE	NOM	FRÉQUENCE D'INTERACTION	NATURE DE L'INTERACTION	NATURE/RAISON DU CHOIX	ALTERNATIVE POSSIBLE	ABANDONNÉ	À CHALLENGER	CHOIX ENGAGÉ
Préstations numériques	Microsoft	1 x / mois ou plus	Directe	Outil métier majeur	Autres produits du marché équivalents			
Préstations numériques	MIDJOURNEY	Quelques fois par an	Directe	test outils du marché	oui	Oui		
Fournitures / alim / matériel non immo	Monoprix	Quelques fois par an	Directe	Achats fournitures bureau	La bonne épicerie			
Location	Now Coworking	1 x /an ou moins	Directe	Engagement du lieu	Autres produits du marché équivalents			
Préstations numériques	OPENAI	1 x / mois ou plus	Directe	outil essentiel du marché	oui		x	
Préstations numériques	Pennylane	1 x / mois ou plus	Directe	Outil métier majeur	Autres produits du marché équivalents			
Préstations numériques	Prospectin	1 x / mois ou plus	<i>Indirecte et directe</i>	<i>Solution marketing d'automation</i>	<i>Non</i>			
Déplacements / hébergement	RATP	Quelques fois par an	<i>Directe</i>	<i>Préférence TEC</i>	<i>Taxi / VTC / Vélo</i>			
Fournitures / alim / matériel non immo	Restaurants	1 x / mois ou plus	<i>invitation client / équipe</i>	<i>Choisis pour cuisine locale, de saison, chaque fois que possible</i>	<i>oui</i>			
Préstations numériques	SEMRush	1 x / mois ou plus	<i>Directe</i>	<i>Outil métier majeur</i>	<i>Autres produits du marché équivalents</i>			
Préstations numériques	Sendinblue	1 x / mois ou plus	<i>Directe</i>	<i>Outil métier majeur / Acteur français</i>	<i>Autres produits du marché équivalents</i>			
Déplacements / hébergement	SNCF	Quelques fois par an	<i>Directe</i>	<i>Préférence train</i>	<i>Avion, voiture</i>			

CATÉGORIE	NOM	FRÉQUENCE D'INTERACTION	NATURE DE L'INTERACTION	NATURE/RAISON DU CHOIX	ALTERNATIVE POSSIBLE	ABANDONNÉ	À CHALLENGER	CHOIX ENGAGÉ
Préstations numériques	Supermetrics	1 x / mois ou plus	Directe	Outil métier majeur	Autres produits du marché équivalents			
Adhésions / labels	UNION POUR ENTREPRISES DES B D R	1 x / mois ou plus	Directe	implication vie économique locale	non			
Taxes / obligations légales	URSSAF	1 x / mois ou plus	Directe		non			
Déplacements / hébergement	Velib	Quelques fois par an	Directe	Préférence mobilité douce	Taxi / VTC / RATP			
Préstations numériques	Wordpress	Quelques fois par an	Indirecte et directe	Outil leader	Autres produits du marché équivalents			

ANNEXE 2 : LE POIDS DE NOS DONNÉES NUMÉRIQUES

	MESURE		COMMENTAIRES OU AXES D'AMÉLIORATION	MESURE	
	2023-2024			2024-2025	
OUTIL NUMÉRIQUE	POIDS EN OCTETS	AUTRE INDICATION		POIDS EN OCTETS	AUTRE INDICATION
Gestion de Projets et Collaboration					
Trello		77 tableaux	Données obtenues en aout 2024 Client ponctuel : Supprimer les tableaux lorsque la mission est terminée. Client récurrent : optimiser les tableaux existants. supprimer les tableaux antérieurs à N.	À venir	À venir
Loomly		11 calendriers dont 8 actifs	Données obtenues en aout 2024 Aucune donnée trouvée sauf : * 8 calendriers actifs et 3 inactifs * utilisé par 6 profils (5 clients + LTW)	À venir	À venir
Mural		38 tableaux	Données obtenues en aout 2024 Client ponctuel : Supprimer les tableaux lorsque la mission est terminée. Client récurrent : optimiser les tableaux existants. supprimer les tableaux antérieurs à N.	À venir	À venir
Figma		9 projets en cours	Données obtenues en aout 2024 lien vers leur engagement RSE : https://static.figma.com/uploads/d2a204b5cc4d64ff539fcd445d0ddedab7dc00f6	À venir	À venir
SEMrush		21 projets	Données obtenues en aout 2024 Supprimer les projets clients terminés. Eviter les envois de rapport automatiques, les consulter au besoin.	À venir	À venir
Sécurité et Gestion des Mots de Passe					
Dashlane		850 indentifiants	Données obtenues en aout 2024 Supprimer les comptes inactifs	À venir	À venir

	MESURE			MESURE	
	2023-2024			2024-2025	
OUTIL NUMÉRIQUE	POIDS EN OCTETS	AUTRE INDICATION	COMMENTAIRES OU AXES D'AMÉLIORATION	POIDS EN OCTETS	AUTRE INDICATION
Outils d'Analyse et de Visualisation de Données					
Looker studio	11		Données obtenues en aout 2024 Client ponctuel : Supprimer les tableaux lorsque la mission est terminée.	À venir	À venir
Production					
Canva	<0,8 TO		Données obtenues en aout 2024 60 à 70% des impacts portés par le matériel (hardware).	À venir	À venir
Suite adobe (photoshop, illustrator, etc) cloud	NC		Data hébergée chez eux.	À venir	À venir
ChatGPT	NC		1 requête émet environ 0,05 kg de CO2; limiter les requêtes à de réels besoins en précisant au maximum le prompt de départ pour avoir des résultats attendus plus rapidement.	À venir	À venir
Digiforma			Data hébergée chez eux.	À venir	À venir
Gestion de la Relation Client (CRM)					
Brevo en gCO2	0,14		Données obtenues au 22/07/2024	À venir	À venir

	MESURE			MESURE	
	2023-2024			2024-2025	
OUTIL NUMÉRIQUE	POIDS EN OCTETS	AUTRE INDICATION	COMMENTAIRES OU AXES D'AMÉLIORATION	POIDS EN OCTETS	AUTRE INDICATION
Stockage et Partage de Fichiers					
Sharepoint (ensemble des utilisateurs)/ GB	864		Données au 25/06/2024	À venir	À venir
Onedrive (ensemble des utilisateurs)/ GB	183		Supprimer les fichiers non essentiels ou antérieurs	À venir	À venir
Google drive/ G0	12,27		Données obtenues au 22/07/2024	À venir	À venir
Exchange au 22/07/2024 GB	45,05		Données obtenues au 22/07/2024	À venir	À venir
Site web (poids sur serveur)					
lateamweb.com/ MO	391		Données obtenues au 01/07/2024	À venir	À venir
lateamformation.com/ MO	315,39		Données obtenues au 01/10/2024	À venir	À venir
Outils de gestion entreprise					
Clockify	NC		Difficile à mesurer. Cependant nous pourrions supprimer les éléments qui ne sont plus nécessaires.	À venir	À venir

ANNEXE 3 : LES ÉVÉNEMENTS EFFECTUÉS EN BÉNÉVOLAT

Objectif 6 : Mettre au service du bien commun nos compétences et nos savoir-faire via des actions telles que le mécénat ou le bénévolat par exemple.

Indicateur : nombre de journées de bénévolat et pro bono entre septembre 2023 et septembre 2024

ATELIER 2 TONNES

11 octobre 2023 - Make it Marseille

Animation d'un atelier au sein de l'espace de coworking Make It Marseille, auprès de publics divers (promotion sur le site de Make It Marseille et les réseaux sociaux de La Team Web et Silvia Randon).

Les ateliers 2 tonnes ont pour objectif de sensibiliser les publics sur les enjeux climatiques et sociaux, et de donner les clés et l'envie d'agir pour la transition écologique. L'idée est de permettre à chaque participant de connaître son niveau d'émissions de CO2 et trouver des solutions individuelles et communes pour faire diminuer sa consommation (pour arriver à 2 tonnes par an) et modérer les effets du changement climatique.

 **3 heures**

 **12 participants**

Réussite : les participants ont réussi, individuellement et collectivement, à faire baisser significativement les émissions de CO2 dans cet exercice de simulation, et ont pu percevoir l'efficacité de leurs actions

ACTION SEGPA, en collaboration avec GERME

Février 2024

Chaque année, le groupe Germe présidé par Silvia Randon se rend dans le collège Jas de Bouffan à Aix en Provence afin de sensibiliser les jeunes de la section SEGPA à la vie en entreprise, et les entraîner aux entretiens d'embauche.

 **3 heures**

 **30 participants**

ATELIER RSE

30 mai 2024 - UPE 13

Animation d'un atelier RSE pour sensibiliser et accompagner les TPE et PME dans leur démarche RSE, réalisé dans le cadre de la Commission Durable des Entreprises de l'UPE 13.

- Faire comprendre l'importance de l'identification des parties prenantes pour leur stratégie
 - Faire découvrir des méthodes efficaces pour cartographier leurs partenaires clés et définir leurs attentes
 - Leur apprendre à engager leurs parties prenantes de manière constructive et pérenne
- Cet atelier est le premier d'une série d'événements qui auront lieu tout au long de l'année.

 **1 heure**

 **10 participants**

DIFFUSION DU FILM "WOMAN"

6 juin 2024 - Make it Marseille

En collaboration avec GERME et Make It Marseille

- Projection du film WOMAN, documentaire réalisé par Anastasia Mikova et Yann Arthus-Bertrand, donnant la parole à 2000 femmes à travers 50 pays différents sur des thèmes phares comme l'émancipation, le rapport au corps, l'égalité homme/femme, le pouvoir, etc.
- Suivi d'un moment d'échange et de débat autour de l'égalité homme/femme en entreprise

 **5 heures**

 **50 participants**

MENTORAT EPLP

17 juin 2024 - Make it Marseille

Accompagnement de la startup Skillit.io dans le développement de sa visibilité, dans le cadre d'un mentorat Entrepreneur pour la Planète.

Skillit développe une solution d'IA sémantique frugale, souveraine, qui aide à la prise de décision dans des contextes variés.

 **2h30**

 **1 participant**

JURY DE SOUTENANCE

Juin 2024 - Digital Collège, Marseille

Participation en tant que jury, aux soutenances de mémoire de fin d'étude des masters 2.

 **7 heures**

 **7 étudiants / 2 jurys**

ANNEXE 4 : SUPPORT ENTRETIEN DE COMPÉTENCES ANNUEL

Entretien annuel

Nom du salarié :

Fonction :

Date d'entrée dans l'entreprise :

Date de prise de la fonction occupée :

Période de l'évaluation : octobre 23 - sept 24

Date de l'entretien :

Nom de l'évaluateur :

Contexte spécifique

Y a-t-il eu des évènements marquants au cours de la période évaluée :

oui non

Si oui précisez lesquels :

Retroplanning	Responsable	Date	Effectué
J-30 _ envoi invitation entretien annuel	Manager		
J-15 _ envoi du template au salarié	Manager		
J_Evaluation	Manager + Salarié		
J + 15 retour salarié	Salarié		

Bilan de l'année passée

(à remplir par le salarié)

- Ce dont je suis fier-fièrè
- Les belles surprises que j'ai rencontrè
- Ce qui pourrait ètre améliorè
- Ce qui m'a manquè
- Quelles sont les formations suivies cette année ?
- Les temps de mentorat bénévolat donnés

On cherche ici à identifier les points forts et les pistes d'amélioration sur les compétences nécessaires à l'exercice de nos métiers

Analyse des compétences

Bilan de la période évaluée

Le responsable évalue chaque compétence définie pour les missions occupées et indique le niveau retenu à partir de la pondération ci-dessus.
Le responsable motive son avis.
Le salarié peut évaluer son niveau, le cas échéant.

Critères d'évaluation 1.Non maîtrisé à 5.Parfaitement maîtrisé (expert)	1	2	3	4	5

Commentaires de l'évaluateur

On cherche ici à identifier les points forts et les pistes d'amélioration sur les compétences nécessaires à l'exercice de nos métiers

Analyse du comportement

Bilan de la période évaluée

Chez La Team Web, nos valeurs sont fortes et il est important que chaque collaborateur les porte.

	Cite des exemples de situations dans lesquelles tu as incarné ces valeurs.
Progrès	
Audace	
Transparence	
Empathie	
Autre	
	As-tu vécu des contre-exemples dans lesquelles tu as eu du mal / tu n'as pas pu incarner ces valeurs ?

Commentaires de l'évaluateur

Evolution des compétences, transmission, développement des activités, innovation, management... Quels sont les buts à atteindre qui vont permettre notre progrès ?

Fixation des objectifs

Prochain objectifs (période P+1)	Progression envisagée	Moyens matériels

Comment souhaites-tu évoluer, d'une manière générale ? Sois très libre de l'exprimer

Plan de Développement des compétences

Formation(s) suivie(s) au cours de l'année évaluée	Mois de la formation	Evaluation de la formation A-t-elle répondu à l'attente du salarié ? A-t-elle été mise en pratique? A-t-elle permis une évolution de ses compétences ?

Souhait d'évolution professionnelle	Programme de formation discuté
Prochain petit pas	
A moyen terme (1-2 ans)	
A long terme (au delà)	

Compétence(s) à développer et besoin en formation	Avis du responsable	Programme de formation fourni

Bilan

Commentaire général du collaborateur/trice

Commentaire général du manager

Date et signature des deux parties

*Un exemplaire de ce document daté et signé doit être remis au collaborateur
Un exemplaire doit être conservé par le manager
Un exemplaire doit être conservé par le rôle RH*

La Team Web

©LaTeamWeb. 2024. Tous droits réservés.

Octobre 2024