

# Inspirer les imaginaires *pour épanouir demain*

PREMIER RAPPORT DE MISSION

*2025 : SUR LA ROUTE DE L'ENGAGEMENT*



**Just Happiness**

CREATIVE AGENCY



**L'engagement est au cœur de l'ADN de Just Happiness depuis sa création en 2014.  
Devenir société à mission nous a permis de réaffirmer notre raison d'être de manière  
statutaire, tout en fédérant nos équipes et en structurant nos actions.**

Pour cette première année, nos principaux enjeux ont été de construire un modèle clair et opérationnel. Just Happiness a choisi cette trajectoire pour affirmer son ambition. Cette démarche dépasse un simple changement statutaire : elle traduit une conviction profonde qui anime l'agence depuis ses débuts. Notre raison d'être, « Inspirer les imaginaires pour épanouir demain », résume cette volonté d'accompagner les organisations dans une communication porteuse de sens, respectueuse des personnes et des enjeux sociétaux.

La définition de nos engagements statutaires a été collaborative, impliquant l'ensemble des salariés. Chacun a ainsi pu préciser ce que signifie concrètement notre raison d'être dans notre quotidien professionnel. Ces échanges ont permis de dégager quatre grands engagements, qui structurent aujourd'hui notre mission et guident nos décisions.



Julien ROSET  
*Co-founder  
& Strategy Director*  
Just Happiness



Nicolas DUBOC  
*Co-founder  
& Creative Director*  
Just Happiness

# Sommaire

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| À propos de Just happiness                    | 4  |
| La mission                                    | 15 |
| Gouvernance de la mission                     | 18 |
| <b>OBJECTIF STATUTAIRE 1</b>                  |    |
| Créer et agir en communicants responsables    | 20 |
| <b>OBJECTIF STATUTAIRE 2</b>                  |    |
| Considérer et réduire notre empreinte carbone | 24 |
| <b>OBJECTIF STATUTAIRE 3</b>                  |    |
| Être heureux de bien faire ensemble           | 31 |
| <b>OBJECTIF STATUTAIRE 4</b>                  |    |
| Servir ce qui sert à tous                     | 41 |

*À propos de*  
**Just Happiness**



Expériences positives, émotions,  
satisfaction d'un besoin, solution d'un problème,  
fierté d'achat, identification...

Les marques ont mille façons  
de faire le bonheur des gens,  
*mais qui fait le bonheur  
des marques ?*

Et c'est quoi, une marque  
vraiment heureuse ?





**Une marque heureuse**, c'est surtout une marque choisie.

Choisie parce qu'elle touche juste.

Choisie parce qu'**elle résonne**.

Parce qu'elle fait bouger les choses.

C'est ce moment précis où **la marque est à sa place**.

Dans les esprits, les conversations, les vies.

**Quand les gens ressentent**, ils se souviennent.

Quand ils se souviennent, ils choisissent.

Et quand ils choisissent, ils reviennent.

**We make brands happy.**



# Chez Just Happiness on crée ce lien entre les marques et les gens.

*Avec de la pertinence, de la singularité, et beaucoup d'émotion.*

## #branding

- Plateforme de marque
- Planning stratégique
- Naming
- Identité
- Discours

## #publicité

- Campagnes de publicité
- Opérations commerciales & lancement produit
- Activations
- Catalogues

## #social

- Social Media Management
- Influence
- Activations
- Brand content

## #web

- Corporate & eCommerce
- UX/UI
- eMailings / Newsletters

**Cultiver l'excellence  
opérationnelle**

**Nous savons produire. Beaucoup, et bien.**

Chaque année, ce sont des milliers d'assets créés, des centaines de contenus, plus de 30 films et 300 photos.

## Nos clients



CERTIFIED



HappyIndex® Clients  
FRANCE 2025

**100% de nos clients nous recommandent** et plus de 100%  
déclarent que l'on contribue à faire grandir leur marque.\*

\* Audit Happy Client 2025 réalisé par Choose My Company



**3** Brand managers  
**1** Head of web  
**1** Head of branding & advertising  
**3** Project managers  
**3** Social media specialists  
**1** IA engineer



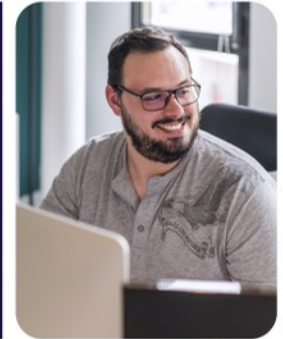
**1** Bureau à Montpellier  
**1** Bureau à Paris



**1** Creative strategist  
**2** Graphic designers  
**3** Art directors  
**3** Digital experts



**1** Strategy Director  
**1** Creative Director





## *Notre démarche RSE*

Chez Just Happiness, la RSE ne se résume ni à un ensemble d'actions ni à une conformité attendue : elle structure notre manière d'exercer notre métier. Elle oriente nos décisions, nos arbitrages, nos collaborations et la façon dont nous produisons et diffusons les idées. Notre démarche repose sur trois piliers solidaires : une gouvernance ouverte et partagée, un engagement environnemental assumé et une attention authentique portée aux personnes — qu'il s'agisse de nos équipes, de nos clients ou de nos partenaires.

Nous nous inscrivons dans une logique d'exigence et de transparence, confirmée par plusieurs labels externes (AFNOR Agences Actives, HappyAtWork, Welmpact) qui valident la cohérence entre nos intentions et nos actions.

Ces reconnaissances soutiennent une gouvernance participative où les salariés jouent un rôle actif dans les grandes orientations, jusqu'à l'ouverture du capital à certains d'entre eux. Cette dynamique exprime notre conviction que la performance a d'autant plus de sens qu'elle est partagée par ceux qui la rendent possible.





## *Une responsabilité incarnée*

Notre engagement environnemental suit une trajectoire structurée : réduire nos impacts, contribuer à des projets d'intérêt général et créer des effets positifs durables. La mesure carbone, le suivi de nos pratiques et le soutien à des initiatives de régénération permettent d'inscrire nos actions dans un mouvement continu de progrès.

La dimension humaine est un autre fondement de notre démarche. Le bien-être, la montée en compétences, la diversité, l'inclusion et la qualité de la relation client sont au cœur de notre modèle.

Les enquêtes internes et externes témoignent d'un haut niveau d'adhésion, de confiance et de satisfaction, confirmant que notre manière de travailler favorise l'investissement, la créativité et la cohésion.

Cette philosophie irrigue l'ensemble de notre mission et constitue la colonne vertébrale des objectifs statutaires développés dans les pages suivantes. Elle reflète notre ambition : faire de la responsabilité un réflexe quotidien, un cadre d'action et un moteur d'innovation pour une communication qui sert autant l'intérêt des marques que celui de la société.

## Les grandes étapes de notre engagement

2019

### ○ *Le début de l'histoire RSE*

👤 Roméo & Anne-Cécile  
deviennent référents RSE

🎓 Formation avec Pikaia

🏆 Labels : Agile@Work  
& Happy@Work (Top 15 national  
<50 salariés)

🌍 Empreinte carbone compensée  
avec Good Planet

✍️ Signature Charte Agence Active  
et Responsable (UCC Grand Sud)

2020

### ○ *L'accélération*

🏆 Reconstitution  
Agile@Work & Happy@Work

🌱 Label Envol  
(impact environnemental)

🌳 1 dossier client ouvert = 1 arbre planté

👶 Collecte de jouets de Noël  
(Espace Renaissance)

🐝 Adoption de ruches

🎤 Masterclass internes pour impliquer  
les salariés

🌍 Compensation carbone d'événements  
clients (Ubisoft, Sport 2000, roadshow  
Provence)

👏 Mise en place d'1 jour de pro bono/  
salarié

2021

### ○ *Stabilisation, recentrage et maturité*

🦠 Contexte Covid :  
recentrage sur l'essentiel

🏆 Labels : Agile@Work,  
Happy@Work, Envol

🌿 Abandon des ruches

2022

### ○ *L'ambition grandit*

❓ Réflexion sur une certification  
globale RSE (pas seulement  
environnementale)

👤 Comparaison des labels & choix  
du label AFNOR Agences Actives

🎓 Formation à la communication  
responsable et certification GreenIt



2023

## ○ *La reconnaissance*

🏆 Obtention du label Agences Actives AFNOR (21 critères : gouvernance, RH, prestations, environnement)

💡 Émergence de l'idée : et si JH devenait Société à mission ?

🧠 Ateliers participatifs pour définir nos grands piliers

2024

## ○ *Nouveau statut et nouvelles dynamiques*

📅 Janvier : proclamation officielle JH devient Société à mission

🤝 1ère rencontre RSE inter-entreprises dans le quartier (rencontres organisées avec les autres entreprises du quartier pour créer des synergies RSE)

🧴 Atelier CHO/RSE : sensibilisation à la pollution, quizz, fabrication de crème solaire maison

👏 Nouveau format du pro bono :

- Abandon du dispositif 1 jour/salarié
- Nouvelle formule : mobilisation collective des compétences de l'agence pour des causes à impact > Opale.care
- Dispositif basé sur le volontariat.

Chaque collaborateur peut s'engager dans les projets soutenus.

2025

## ○ *Consolider et aller plus loin*

🔍 Mise en place du comité de mission (incluant des membres externes pour un regard critique : ex. Grégory Blanvillain, Com Event ou Frédéric Bonnet, client Aipals)

🇫🇷 Préparation de l'audit Société à mission (janvier 2026)

📝 Rédaction du 1er rapport de société à mission

🤝 Les rencontres RSE inter-entreprises avec nos voisins du quartier continuent > l'envie de collaborer commence à se structurer.

## *Zoom sur* **notre labellisation Afnor**

L'obtention du label AFNOR Agences Actives constitue une reconnaissance externe essentielle : elle atteste que Just Happiness respecte les principes de responsabilité, d'intégrité et de transparence qui fondent la communication responsable.

Ce label n'est pas un simple tampon : il est un cadre méthodique, un outil d'amélioration continue et une boussole qui guide l'agence dans ses arbitrages quotidiens. En s'appuyant sur ce référentiel exigeant, l'agence s'engage à faire évoluer ses pratiques au même rythme que les standards du secteur, à objectiver ses progrès et à inscrire la responsabilité dans une dynamique mesurée, suivie et démontrable.

### **Depuis 2023 :**

L'agence s'engage à renouveler tous les deux ans sa certification.

### **Objectif 2030 :**

Obtenir une 2ème étoile.



# *La mission*



## “ *Inspirer les imaginaires pour épanouir demain.* ”

La mission est d’abord un engagement de gouvernance : elle formalise ce que l’agence veut changer dans le monde et guide ses choix. Dans une filière en mutation, Just Happiness défend une conviction simple : la responsabilité est la condition d’une communication pertinente, efficace et juste.

Ce rapport montre comment la mission est devenue un principe opératoire influençant nos arbitrages, nos productions et notre manière de concevoir et diffuser les idées. La responsabilité n’y est pas un discours, mais une façon d’agir et de faire évoluer notre écosystème.

Notre raison d’être, « Inspirer les imaginaires pour épanouir demain », traduit notre volonté de contribuer à un avenir plus durable et désirable. Ce choix statutaire prolonge une conviction fondatrice : la communication peut éclairer, relier et transformer.

La définition de nos engagements a été menée collectivement. Quatre engagements structurants en sont issus et pilotés comme de véritables programmes de transformation.

- 1. Créer et agir en communicants responsables**
- 2. Considérer et réduire notre empreinte carbone**
- 3. Être heureux de bien faire ensemble**
- 4. Servir ce qui sert à tous**

Ce rapport s’inscrit dans une démarche de transparence et de progrès continu. Il présente les avancées réalisées, documente les résultats obtenus et identifie les points à renforcer pour poursuivre, ensemble, la transformation engagée.



# *Nos quatre engagements*

1.

## **CRÉER ET AGIR EN COMMUNICANTS RESPONSABLES**

- Diffuser des messages plus responsables
- Concevoir des supports plus sobres et accessibles

2.

## **CONSIDÉRER ET RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE CARBONE**

- Mesurer notre impact pour mieux agir
- Réduire nos principales émissions
- Compenser une partie de nos émissions résiduelles

3.

## **ÊTRE HEUREUX DE BIEN FAIRE ENSEMBLE**

- Accompagner les équipes dans la durée
- Offrir un cadre de travail épanouissant
- Partager la décision et la valeur créée

4.

## **SERVIR CE QUI SERT À TOUS**

- Contribuer à des causes d'intérêt général
- Favoriser l'insertion professionnelle
- S'engager pour la filière professionnelle

# *Gouvernance de* **la mission**

# Comité de mission

Le comité de mission joue un rôle central dans notre gouvernance de société à mission. Il veille au respect des engagements pris, formule des recommandations et suit l'évolution des indicateurs associés. Sa mission est à la fois d'accompagner et de challenger Just Happiness, afin de veiller à ce que nos ambitions se traduisent dans la réalité.

Pour garantir la sincérité de cette démarche, nous avons choisi de constituer ce comité avec des personnes qui comptent particulièrement pour nous et pour notre histoire. Il est composé de deux fournisseurs avec qui nous collaborons depuis longtemps et d'un client. Ces membres ne nous ont pas été imposés : nous les avons sollicités parce qu'ils connaissent notre métier, nos possibles mais aussi notre philosophie. Ils partagent une proximité précieuse avec nos pratiques, tout en gardant un regard extérieur capable de nous interpeller. Ce double rôle – soutien et exigence – en fait les garants d'un suivi à la fois bienveillant et rigoureux.

La fréquence des réunions est annuelle, et chaque rencontre donne lieu à un compte-rendu destiné à l'Organisme Tiers Indépendant (OTI). Cette régularité permet d'assurer un suivi transparent, tout en laissant le temps d'évaluer l'impact réel de nos actions.

## Les membres du comité



Julien ROSET  
*Co-founder  
& Strategy Director*  
Just Happiness



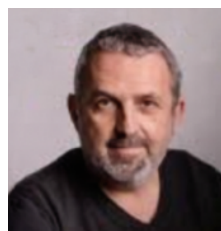
Nicolas DUBOC  
*Co-founder  
& Creative Director*  
Just Happiness



Anne-Cécile TERRAILLON  
*Brand Manager*  
Just Happiness



Roméo CANDALO  
*Graphic Designer*  
Just Happiness



Augustin AUBERT  
*Concepteur-rédacteur*  
Verbe Actif



Frédéric BONNET  
*Directeur adjoint*  
Prestal, service de santé  
au travail



Grégory BLANVILLAIN  
*Président Directeur  
Général*  
COM'event Organisation

## Objectif statutaire 1

*Créer et agir en communicants  
responsables*



## Objectif statutaire 1

# *Créer et agir en communicants responsables*

En tant qu'acteur de la communication, Just Happiness a conscience que ses activités ont un impact direct sur la société. C'est pourquoi, l'agence s'engage à intégrer la responsabilité dans tous les volets de ses métiers pour agir collectivement en communicants responsables.

## OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

1. Diffuser des messages plus responsables
2. Concevoir des supports plus sobres et accessibles



# 1. Diffuser des messages plus responsables

**Parce que les messages façonnent les représentations et influencent les comportements, Just Happiness inscrit la communication responsable au cœur de ses pratiques, de ses recommandations et de ses productions.**

Pour y parvenir, l'agence fait de la communication responsable un réflexe à chaque étape des projets. Cela passe par la formation continue des équipes, des certifications dédiées et des masterclass internes, pour intégrer ces enjeux dès la phase de réflexion et rester vigilants jusqu'à la production.

Parce que les normes et les pratiques évoluent rapidement, et que certains sujets exigent une attention particulière, Just Happiness s'appuie aussi sur l'ARPP en cas de doute créatif ou éditorial, notamment sur les sujets sensibles.

L'agence considère enfin que l'évolution des pratiques ne peut se faire durablement que par les acteurs eux-mêmes. C'est pourquoi elle conduit également des actions de sensibilisation et de formation auprès de ses clients et des communicants de demain.

| Enjeux                                                         | Indicateur                                                                                                                                        | Année de référence         | 2025                                | Objectif 2030 |
|----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------------|---------------|
| Sensibiliser nos collaborateurs à la communication responsable | % de membres de l'équipe (présent depuis au moins 6 mois) ayant reçu une certification com responsable                                            | 2022 :<br>3 pers. soit 15% | 9 pers.<br>soit 40%                 | 25 %          |
|                                                                | % de l'effectif (présent depuis au moins 6 mois) ayant suivi une masterclass sur la communication responsable                                     | 2023 : 100 %               | 100 %                               | 75 %          |
| Sensibiliser nos clients                                       | Porter à la connaissance de nos clients la proposition d'interventions gratuites auprès de nos clients récurrents (dont interventions effectives) | 2023                       | Oui (dont 1 intervention effective) | 1 fois par an |
| Sensibiliser les salariés de demain                            | Propositions d'interventions auprès des écoles (dont interventions effectives)                                                                    | 2023                       | 4 interventions                     | 1 fois par an |

# 2. Concevoir des supports plus sobres et accessibles

**En tant que communicants responsables, nous pensons que la manière dont nous produisons nos supports est un véritable levier de durabilité. Nous tendons ainsi vers des supports plus sobres et plus accessibles, tout en gardant notre exigence créative.**

Aujourd’hui, nos efforts se concentrent sur trois axes majeurs : le numérique responsable, la production vidéo et l’accessibilité des contenus, qu’ils soient numériques ou imprimés. Sur chacun de ces volets, nous faisons progresser les compétences internes et sélectionnons avec attention les prestataires mobilisés sur les missions externalisées.

Pour répondre aux besoins de nos clients comme au cadre légal en matière d’accessibilité, nous nous appuyons sur des partenaires spécialisés identifiés en amont, tout en engageant une montée en compétences progressive de nos équipes en interne.

L’impression n’occupe pas aujourd’hui une place centrale dans l’activité de Just Happiness. Toutefois, lorsqu’elle intervient dans un projet, l’agence reste attentive aux choix de fabrication et privilégie des partenaires engagés.

| Enjeux                             | Indicateur                                                                 | Année de référence | 2025                                  | Objectif 2030                                     |
|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|--------------------|---------------------------------------|---------------------------------------------------|
| Accessibilité print & numérique    | Former les équipes à l’accessibilité                                       | 2026               | Non                                   | 1 personne au studio formée à l’accessibilité PDF |
|                                    | Sensibiliser les équipes à l’accessibilité                                 | 2026               | Non                                   | 25% de la Team projet sensibilisée                |
|                                    | Proposer à nos clients des audits d’accessibilité de leurs sites existants | 2025               | Proposé à 100% de nos clients         | Contrainte légale, objectif vise à disparaître    |
| Eco-conception numérique           | Être attentifs à la démarche des solutions technologiques utilisés         | N.A.               | Hébergeur : Infomaniak<br>CMS : Kirby | Veille continue sur les solutions disponibles     |
|                                    | Travailler avec des sociétés partenaires formés et labellisés              | N.A.               | Partenaire labellisé GreenR           | Travailler avec un partenaire labellisé           |
| Production vidéo plus responsables | Travailler avec des sociétés vidéos signataire de la charte Ecoprod (en %) | 2022               | 95 %                                  | Maintenir au moins 75%                            |

**Objectif statutaire 2**  
*Considérer et réduire  
notre empreinte carbone*

## Objectif statutaire 2

# *Considérer et réduire notre empreinte carbone*

Soucieux des enjeux contemporains environnementaux, chez Just Happiness nous avons à coeur de nous engager à notre échelle pour intégrer la sobriété et la mesure carbone dans nos décisions. Nous avons ainsi développé notre démarche autour de 3 fondamentaux : mesurer, réduire, compenser, nous permettant d'agir efficacement et de concentrer nos efforts sur ce qui compte vraiment.

### OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- 1. Mesurer notre impact pour mieux agir**
- 2. Réduire nos principales émissions**
- 3. Compenser une partie de nos émissions résiduelles**





# 1. Mesurer notre impact pour mieux agir

**Just Happiness choisit d'aborder la mesure carbone comme un véritable outil de pilotage stratégique, à travers une méthode, une trajectoire et des indicateurs fiables.**

En réalisant un bilan annuel via GoodPlanet, l'agence objectivise ses efforts, identifie les leviers sous-estimés, révèle les impacts invisibles et ajuste ses priorités.

Afin de piloter au mieux notre engagement, nous avons conscience de l'importance d'outils de pilotage à travers notamment une feuille de route globale qui permettra de suivre l'évolution des différents indicateurs climat, et de la formalisation de politiques.

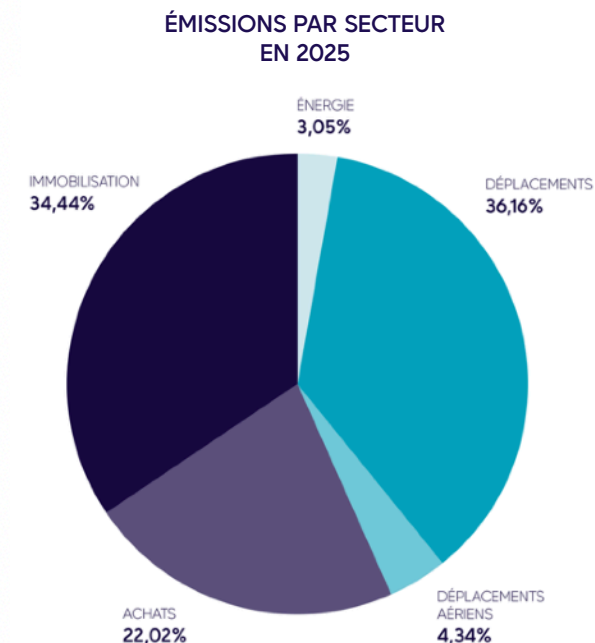
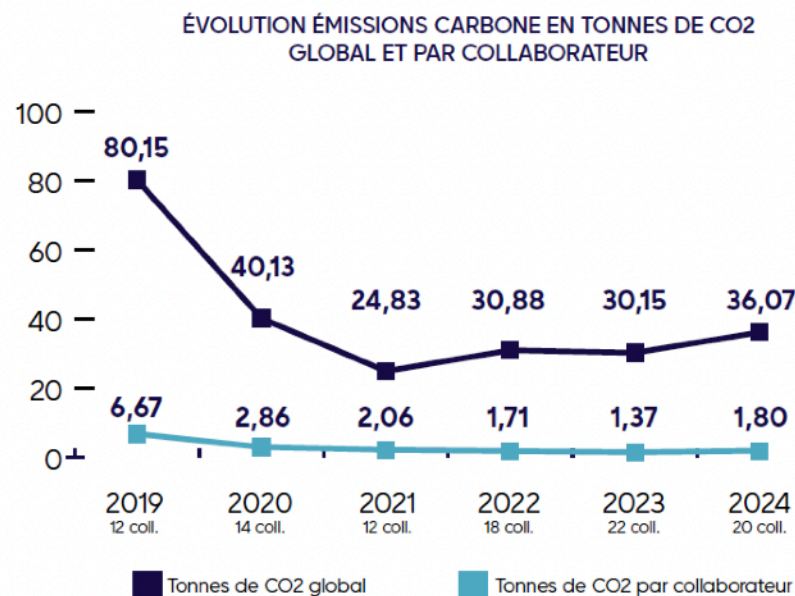
Deux domaines ont aujourd'hui été identifié par l'équipe RSE comme prioritaire à formaliser : le transport et la vie au bureau.

| Enjeux                                       | Indicateur                                                                         | Année de référence | 2025     | Objectif 2030               |
|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|----------|-----------------------------|
| Continuer à calculer notre empreinte carbone | Réaliser annuellement notre empreinte carbone                                      | Depuis 2019        | Oui      | 1/an                        |
| Développer des outils de pilotage            | Structurer notre pilotage globale à travers une feuille de route climat formalisée | N.A.               | En cours | Feuille de route formalisée |

## Zoom sur notre impact carbone

Depuis 2019, nous mesurons notre empreinte carbone via GoodPlanet. Nous avons choisi cette plateforme car la méthodologie est accessible et rapide, adaptés à la taille de notre entreprise et nous permettant d'avoir un suivi annuel de l'évolution de notre impact, au global mais aussi par catégories et de l'efficacité des mesures mises en places.

La méthodologie du calculateur carbone de GoodPlanet repose sur une approche fondée sur les données scientifiques et les référentiels reconnus, notamment la Base Carbone® de l'ADEME. Elle consiste à estimer les émissions de gaz à effet de serre d'un individu ou d'une organisation en analysant les principaux postes d'impact : transport, alimentation, logement, consommation et services. Chaque donnée renseignée par l'utilisateur est convertie en équivalent CO<sub>2</sub> grâce à des facteurs d'émission standardisés, permettant d'obtenir une estimation globale fiable. L'approche se veut à la fois pédagogique et accessible, afin de sensibiliser aux ordres de grandeur des émissions et d'identifier les leviers d'action prioritaires pour réduire son empreinte carbone.



## 2. Réduire nos principales émissions

**Just Happiness agit concrètement pour réduire l'empreinte carbone liée à son activité, en concentrant ses efforts sur les leviers les plus émissifs identifiés lors de la mesure annuelle de son impact.**

Ainsi, la démarche de l'agence s'axe autour de 3 leviers majeurs : repenser les déplacements professionnels, notamment en privilégiant le train ; faciliter l'utilisation de mobilités douces pour les déplacements domicile-travail ; agir sur notre impact numérique.

Cette attention se prolonge également dans les pratiques internes du quotidien, à travers le tri des déchets et la mise en place de repères visuels simples dans les espaces de travail, invitant à des usages plus sobres de l'énergie et des équipements.

| Enjeux                                                           | Indicateur                                                                                            | Année de référence | 2025                         | Objectif 2030                      |
|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|------------------------------|------------------------------------|
| Réduire notre impact transport dans les trajets domicile-travail | Installation d'un parking à vélo                                                                      | 2024               | 4 places de vélos sécurisées | En fonction des besoins salariés   |
|                                                                  | Mise en place du télétravail                                                                          | Depuis 2020?       | 1j/ semaine                  | Maintenir 1j/ semaine              |
| Réduire notre impact au quotidien                                | Formaliser une politique vie au bureau                                                                | N.A.               | Pas encore formalisé         | Politique vie au bureau formalisée |
| Réduire notre impact transport dans les trajets professionnels   | % de déplacements en France faits en train*                                                           | N.A.               | 77 %                         | 50 %                               |
|                                                                  | Formaliser une politique transport                                                                    | N.A.               | Pas encore formalisé         | Politique transport formalisée     |
| Réduire notre impact numérique                                   | Nombre d'opération de nettoyage de données et réduction du stockage (mail, archives doublons serveur) | 2023               | 1                            | 1 opération tous les ans           |

\*dans la limite d'une différence train vs. autre mode de transport inférieure à +25% du temps de transport

## Zoom sur le tri des déchets au bureau

Pour inciter les collaborateurs Just Happiness à intégrer des habitudes plus responsables, notamment dans la vie au bureau, nous avons placé des tickets et panneaux permettant de faire de la pédagogie et aider à mieux trier les déchets.



### 3. Compenser une partie de nos émissions résiduelles

**Malgré les actions engagées pour réduire son empreinte carbone, Just Happiness a conscience que certaines émissions restent aujourd'hui difficilement évitables.**

Dans ce contexte, l'agence choisit de compléter ses efforts de réduction par des actions de compensation, sans les considérer comme une solution suffisante ni substitutive.

Cette démarche prend la forme d'un soutien à des projets environnementaux identifiés, notamment à travers des actions de reforestation et de contribution carbone portées par des acteurs reconnus. Elle s'inscrit dans une logique de cohérence avec l'activité (1 dossier = 1 € = 1 arbre planté) et avec l'impact carbone de l'agence.

| Enjeux                                      | Indicateur                                                                                                 | Année de référence                                                        | 2025                                     | Objectif 2030      |
|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|--------------------|
| Compenser en partie nos émissions           | Faire un don équivalent à la monétarisation de notre impact carbone (estimation Goodplanet - 28€ / teqCO2) | Depuis 2019                                                               | 1416,8 €<br>(paiement en juin)           | Maintenir l'action |
| Contribuer à des projets à impacts positifs | Effort de reforestation pour chaque nouveau dossier                                                        | 1 dossier = 1 euro<br>= 1 arbre planté<br>via Planète Urgence depuis 2020 | 592 dossiers =<br>592 € paiement en juin | Maintenir l'action |



## Objectif statutaire 3

*Être heureux de bien faire  
ensemble*

### Objectif statutaire 3

## *Être heureux de bien faire ensemble*

Le bien-être collectif est au centre du modèle de Just Happiness. L'agence considère que des conditions de travail épanouissantes, une cohésion forte et une gouvernance partagée sont les leviers d'une créativité durable et d'une performance collective respectueuse des individus.

### OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

1. Accompagner les équipes dans la durée
2. Offrir un cadre de travail épanouissant
3. Partager la décision et la valeur créée

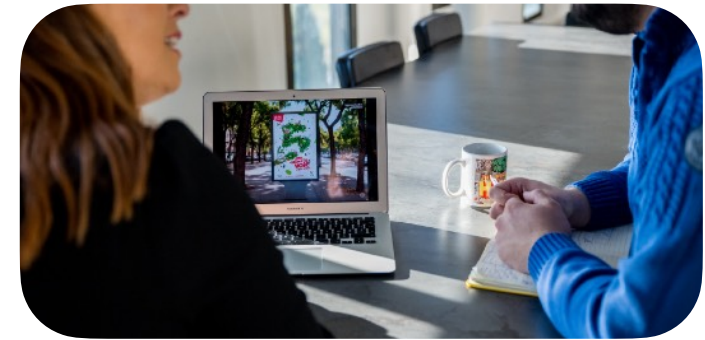


## Zoom sur Happy@work

Le label Happy@Work valorise les entreprises qui placent le bien-être des collaborateurs au cœur de leur fonctionnement, en s'appuyant sur des critères tels que la qualité de vie au travail, l'engagement des équipes et les pratiques managériales. Il reflète une culture d'entreprise fondée sur l'écoute, la confiance et l'épanouissement professionnel.

Chez Just Happiness, cette démarche ne date pas d'hier. Depuis sa création, l'agence place l'humain au centre de ses choix, en cultivant un environnement de travail à la fois bienveillant, stimulant et propice à l'expression de chacun. Cette vision se traduit concrètement au quotidien, bien au-delà des discours.

Cette cohérence est d'ailleurs reconnue depuis plusieurs années, puisque Just Happiness est labellisée Happy@Work (ainsi qu'Agile@Work) pour la 7e année consécutive. Une distinction qui vient confirmer l'engagement durable de l'entreprise en faveur du bien-être au travail.



# 1. Accompagner les équipes dans la durée

**Chez Just Happiness nous avons à coeur de construire avec nos équipes des relations faites pour durer, en alliant performance collective, développement des compétences et équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle.**

L'agence a formalisé ses avantages salariés à travers les Happy Avantages, afin d'offrir à chacun un cadre clair, partagé et propice à l'épanouissement individuel comme collectif.

Chez Just Happiness, nous considérons aussi que cet épanouissement passe par le challenge, l'apprentissage et les perspectives d'évolution. C'est pourquoi nous portons une attention particulière à la montée en compétences de nos salariés, qu'ils soient managers ou membres des équipes, grâce à des points de suivi réguliers adaptés aux spécificités de chaque pôle.

Enfin, l'agence poursuit la structuration de ses pratiques RH, tant dans le suivi des effectifs que dans l'accueil et l'intégration des nouvelles recrues.

| Enjeux                                              | Indicateur                                                                   | Année de référence | 2025                                  | Objectif 2030                |
|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|--------------------|---------------------------------------|------------------------------|
| Piloter notre politique RH                          | Mise en place d'un baromètre RH                                              | 2018               | Oui (Avec Choose my company)          | Oui                          |
| Offrir une bonne balance vie pro-perso              | Happy Avantages formalisés et mis à jour annuellement                        | 2022               | Oui                                   | Oui                          |
|                                                     | Sensibiliser et former les équipes sur les risques psychologiques du travail | N.A.               | Pas encore mis en place               | 1 référent « santé » désigné |
| Accompagner la montée en compétence de nos salariés | Former les nouveaux managers*                                                | 2023               | 3 personnes formées (1j de formation) | 100 %                        |
|                                                     | Réalisation d'entretiens annuel formalisés                                   | Depuis             | 1/an                                  | Chaque année                 |
| Accueillir les nouveaux arrivants                   | Parcours d'onboarding formalisé                                              | N.A.               | En parti via le Welcome pack          | A compléter et à formaliser  |

\*dans les 6 mois suivant la prise de fonction



## Zoom sur les Happy avantages

Ce document présente les principaux avantages proposés par Just Happiness afin de renforcer l'attractivité de l'entreprise et le bien-être des collaborateurs. Il met en évidence une politique RH structurée autour d'un équilibre entre avantages financiers, conditions de travail flexibles et reconnaissance de la performance collective.

L'ensemble des dispositifs décrits traduit une volonté de créer un environnement de travail engageant, en combinant des éléments classiques (mutuelle, titres restaurant, RTT) avec des mesures favorisant l'autonomie et la qualité de vie, comme le télétravail ou les horaires flexibles. Cette approche s'inscrit dans une stratégie globale visant à fidéliser les équipes et à soutenir leur motivation au quotidien.





## 2. Offrir un cadre de travail épanouissant

**Just Happiness accorde une attention particulière à la qualité du cadre de travail, en veillant à proposer un environnement favorable à la santé, à l'équilibre et à l'engagement des collaborateurs.**

L'agence est attentive aux besoins des salariés pour offrir des aménagements et locaux propices à l'efficacité et au bien-être individuel et collectif.

Par ailleurs, Just Happiness favorise des temps d'échange et de convivialité au sein des équipes. Des collaborateurs référents sont identifiés pour animer ces dynamiques, et des moments dédiés sont organisés régulièrement afin de renforcer la cohésion et le bien-être collectif.

| Trajectoire / Enjeux                                        | Indicateur                                                     | Année de référence | 2025        | Objectif 2030          |
|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|--------------------|-------------|------------------------|
| Offrir un cadre de travail agréable pour les collaborateurs | Enquête interne bien-être (via le questionnaire Happy at work) | 2018               | 1 fois / an | Maintenir              |
| Offrir des moments conviviaux aux collaborateurs            | Personnes nommées Chief Happiness Officer                      | 2019               | 2           | 2                      |
|                                                             | Organisation de temps forts CHO dans l'année                   | 2019               | 2           | 2 à 4 temps forts / an |

## Zoom sur l'ergonomie dans les bureaux à Montpellier

Just Happiness a toujours mis l'accent sur un équilibre entre postes de travail confortables (espaces, matériels) et espaces de vie en commun. Pour nos derniers locaux, on a organisé un atelier avec l'architecte et l'équipe pour que chaque salarié exprime à la fois ses besoins professionnels et envies personnelles en matière d'agencement d'espace de travail (open space ou bureaux individuels, lumière, besoin d'isolement, etc.).

Dans nos locaux, nous veillons à l'équilibre entre open space, bureaux individuels et espaces de détente partagés pour que chacun y trouve son compte selon les besoins en constante évolution. La flexibilité et la confiance sont de mise chez Just Happiness. Nous avons obtenu le label Workplace de ChooseMyCompany en 2022. 14 % de nos locaux sont des surfaces « non productives » ; on y trouve notamment une grande cuisine et un espace détente pour la convivialité (43 m2 en tout).





## Zoom sur les locaux à Paris

Installée au cœur de Paris, l'agence Just Happiness prend ses quartiers chez Morning Laffitte, espace de coworking, labellisé B Corp, au cœur du 9ème arrondissement de Paris. Un lieu qui incarne parfaitement notre vision : ouverte, collaborative et en mouvement. Entre design inspirant, lumière naturelle et énergie collective, cet environnement stimule la créativité au quotidien et favorise les rencontres qui font naître les meilleures idées.

Plus qu'un simple bureau, Morning devient un véritable terrain d'expression pour l'agence. Un espace où l'on imagine, crée et partage, en phase avec notre ambition : inspirer les imaginaires pour épanouir demain. Ici, chaque projet s'enrichit d'une dynamique vivante, connectée et résolument tournée vers l'avenir.





## Zoom sur nos actions C.H.O.

Le bonheur se cultive, et bien que cela fasse partie intégrante de chacun de nous, il nous faut un jardinier pour le préserver. Le nôtre, c'est Séverine accompagnée de Camille son paysagiste ! Bien que nous ayons un C.H.O attiré, il s'agit d'une mission PARTAGÉE & COLLABORATIVE. La mission se joue en 4 temps :

### 1 • ÉVASION

De vraies parenthèses CHO, le plus souvent en dehors de l'agence. L'équipe se met off à 16h pour partir à l'aventure une fois par trimestre. La surprise de la destination est gardée jusqu'au dernier moment.

### 2 • BIEN-ÊTRE

Chez Just Happiness on travaille aussi au bien-être de chacun. À disposition des salariés : des bonbons pour le réconfort (ponctuellement), des fruits pour l'énergie (tous les 15 jours), et pour la détente : mise à disposition d'un babyfoot et d'une PS5 en salle de réunion. Mise en place de temps « la minute zen » (étirement, relaxation gainage) pour ceux qui le souhaitent dans l'open space du pole projet.

### 3 • ANNIVERSAIRES PERSONNALISÉS

Le salarié est la star du jour. Just Happiness lui réserve une attention particulière avec un cadeau et un gâteau individuel.



### 3. Partager la décision et la valeur créée

**Just Happiness s'attache à construire une gouvernance fondée sur le dialogue et la transparence. Cette approche vise à associer une partie des équipes aux orientations de l'agence, à faciliter la compréhension des décisions prises et à reconnaître la contribution collective.**

Les orientations stratégiques de l'agence sont discutées dans des instances dédiées, réunissant à la fois la direction et des représentants des équipes. En complément, des temps d'information réguliers sont organisés afin de tenir les équipes informées de l'avancée des projets, de la situation de l'agence et des choix réalisés.

Cette logique est prolongée par l'organisation de séminaires pour réfléchir collectivement sur les orientations à moyen et long terme, et nourrir la vision de l'agence.

Enfin, Just Happiness veille à associer ses collaborateurs à la valeur créée, notamment à travers des dispositifs d'intéressement.

| Trajectoire / Enjeux                           | Indicateur                                                                                      | Année de référence       | 2025                   | Objectif 2030     |
|------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|------------------------|-------------------|
| Gouvernance                                    | Nombre de CODIR                                                                                 | Mis en place depuis 2022 | 1                      | 4 à 6 fois par an |
|                                                | % de personnes salariées au CODIR                                                               | 2022                     | 71% (soit 5 personnes) | Au moins 50%      |
| Informar les équipes et partager les décisions | Réunions avec les équipes sur les orientations et la situation à date via la « Little big réu » | 2018                     | 2/an                   | 2/an              |
|                                                | Organisation de séminaire                                                                       | 2019                     | Oui                    | Tous les ans      |
| Répartir valeur                                | Mise en place d'un contrat d'intéressement                                                      | Mis en place depuis 2022 | Oui                    | Oui               |



## Objectif statutaire 4

*Servir ce qui sert à tous*

#### Objectif statutaire 4

## *Servir ce qui sert à tous*

Chez Just Happiness nous souhaitons contribuer de manière positive et à notre échelle à la société, que ce soit en mettant nos compétences aux services de causes qui nous touchent, en aidant les futures générations de communicants ou encore en nous engageant activement au sein de notre écosystème professionnel.

### OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

1. Contribuer à des causes d'intérêt général
2. Favoriser l'insertion professionnelle
3. S'engager pour la filière professionnelle



# 1. Contribuer à des causes d'intérêt générale

**Just Happiness a à cœur de mettre ses compétences au service de causes d'intérêt général, que ce soit en proposant son accompagnement à des associations et à des organisations à but non lucratif ou par l'engagement de ses équipes auprès d'associations.**

L'agence propose ainsi ponctuellement ses services dans le cadre de missions Probono\*, en mobilisant ses expertises sur des projets identifiés. Cette démarche s'inscrit dans une volonté de contribution responsable, en cohérence avec l'activité et les savoir-faire de l'agence.

Par ailleurs, Just Happiness soutient et incite les initiatives des salariés au soutien annuel d'associations locales.

| Trajectoire / Enjeux                      | Indicateur                                                                       | Année de référence | 2025                                                            | Objectif 2030             |
|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------|
| Probono*                                  | Nombre de projets pro bono réalisés ou valorisés (via concours) par an           | 2024               | 0 nouveau projet<br>4 concours pour valoriser 1 projet pro bono | 1 projet tous les 2 ans   |
| S'engager auprès des associations locales | Cause(s) soutenue(s)                                                             | 2020               | 1 (collecte de jouets)                                          | Au moins 1 cause soutenue |
| Travailler pour l'intérêt général         | Conserver une part de notre chiffre d'affaire dédié à des institutions publiques | 2026               | 30 %                                                            | 15 %                      |

\*missions considérées par l'agence comme d'intérêt général et réalisées gratuitement

## Zoom sur un projet Probono

Opale fait face à un enjeu clé : les violences conjugales sont souvent invisibles et minimisées, ce qui empêche victimes et auteurs d'en prendre conscience.

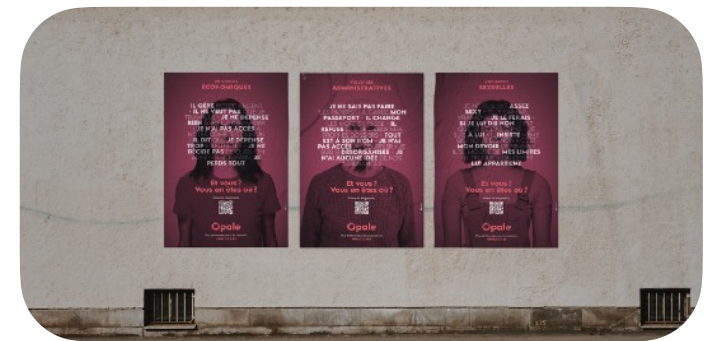
La problématique est donc de révéler ces violences et sortir du déni.

Pour y répondre, Just Happiness crée une campagne basée sur l'auto-questionnement (« Et vous, vous en êtes où ? »), mettant en lumière des situations de violence du quotidien afin que chacun puisse se reconnaître.

L'objectif est de rendre visibles les violences invisibles et inciter à agir via le diagnostic Opale, avec un fort impact sur l'engagement.

### Récompenses obtenues :

- GRAND PRIX LES COMMUNICANTS - OR
- CAS D'OR - GRANDES CAUSES - OR
- PRIX EMPREINTES AACC - OR
- TROPHÉES DE LA COMMUNICATION - OR



## 2. Favoriser l'insertion professionnelle

**Chez Just Happiness, nous pensons que nous avons un rôle à jouer auprès des communicants de demain en facilitant leur découverte des métiers de la communication et leur entrée dans le monde professionnel.**

L'agence s'engage auprès des étudiants, à travers l'accueil d'alternants et de stagiaires, ainsi que par des interventions régulières dans les établissements de formation. Les équipes participent à ces temps d'échange, afin de partager leur expérience, les enjeux du métier et les réalités du monde professionnel, notamment à travers la Journée Agence Ouverte.

En complément, l'agence intervient ponctuellement dans des dispositifs d'orientation destinés à des publics plus jeunes, notamment des collégiens et des lycéens, afin de faire découvrir les métiers de la communication et d'éveiller l'intérêt pour ces professions.

| Trajectoire / Enjeux                                       | Indicateur                                                   | Année de référence | 2025 | Objectif 2030  |
|------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|--------------------|------|----------------|
| Faire découvrir nos métiers                                | Intervenir aux nuits de l'Orientation ou équivalent (écoles) | Oui (2023)         | Non  | Oui            |
|                                                            | Nombre de stagiaire de 3ème accueilli                        | N.A.               | 1    | 1              |
| Favoriser l'arrivée dans le monde du travail des étudiants | Participation à la Journée Agence Ouverte (JAO)              | N.A.               | Oui  | Oui            |
|                                                            | Former des profils juniors via l'alternance ou stage         | N.A.               | 5    | Au moins 1/ an |



## *Zoom sur* **les Journées Agences Ouvertes (JAO)**

Les Journées Agences Ouvertes (JAO), initiées par l'AACC en 2011, invitent le grand public à pousser les portes des agences pour découvrir leur univers de l'intérieur. Pensée comme une expérience immersive, cette journée met en lumière un secteur porté par les talents, riche de plus de 220 000 professionnels, où conseil et création deviennent de véritables métiers d'impact. À travers la diversité des sujets, des expertises et des visions, les agences offrent un terrain unique d'épanouissement et de construction de parcours professionnels sur mesure — un véritable « métier de tous les métiers ».

Depuis plusieurs années, notre agence s'inscrit pleinement dans cette dynamique en ouvrant ses portes aux étudiants en communication. À cette occasion, nous partageons notre quotidien, nos méthodes et les valeurs qui nous animent, à travers des mini-conférences et des temps d'échange privilégiés. Ces rencontres, placées sous le signe du partage et de la transmission, sont pour nous l'opportunité de faire découvrir concrètement nos métiers et de nourrir les vocations de celles et ceux qui souhaitent, demain, avoir un impact à travers la communication.



### 3. S'engager pour la filière professionnelle

**Just Happiness s'engage dans la durée aux côtés des différentes filières professionnelles de la communication. Cette implication traduit la volonté de l'agence de participer activement à la structuration et à l'évolution de son écosystème et des pratiques du secteur.**

L'agence soutient la filière à travers sa participation aux instances professionnelles, notamment par le biais de cotisations permettant de contribuer à des actions collectives au service du secteur. Cet engagement financier s'inscrit dans une logique de responsabilité partagée et de soutien aux dynamiques professionnelles.

Par ailleurs, la direction s'engage personnellement au sein des organisations de la filière. Cette participation vise à prendre part aux réflexions communes, à partager les enjeux du métier et à contribuer aux travaux menés au niveau professionnel.

| Trajectoire / Enjeux                                | Indicateur                                                               | Année de référence | 2025 | Objectif 2030 |
|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|--------------------|------|---------------|
| Maintenir notre engagement auprès des instances pro | Nombres de filières professionnelles soutenues à travers nos cotisations | 2016 (UCC)         | 2    | 2             |

## *Zoom sur* les engagements de Julien et Nicolas

Julien et Nicolas sont engagés au sein de l'UCC Grand Sud (Union des Conseils en Communication). Julien occupait jusqu'en avril 2026 la fonction de Président de l'UCC Grand Sud depuis 2020. La valorisation de nos métiers et son attractivité, mais aussi des relations agences/annonceurs plus équilibrées sont les principales raisons de son engagement.

Julien et Nicolas, s'engagent également depuis 2025 au niveau national, à travers l'AACC (Association des Agences Conseils et Création). Nicolas est actuellement impliqué dans un groupe de travail sur l'intégration de l'IA aux pratiques de travail en agence.

Julien est aussi secrétaire général de la filière communication.





# Just Happiness

CREATIVE AGENCY



★☆☆  
Démarche évaluée  
par AFNOR Certification



MEMBRE DU SYNDICAT  
DES AGENCES  
DE COMMUNICATION