

RAPPORT D'IMPACT

2025

Initiale'
INFLUENCE POSITIVE

FAIRE AUTREMENT



3 ans après la publication de notre premier rapport d'impact, nous avons choisi de reprendre le temps d'un regard lucide sur notre trajectoire.

Ce nouveau rapport ne se veut pas une simple mise à jour. Il revient sur les évolutions engagées depuis 2022 : les avancées concrètes, les ajustements opérés, les enseignements tirés. C'est un outil de transparence et de cohérence : il éclaire notre manière d'exercer ce métier et de contribuer, à notre échelle, à la transition écologique et sociétale.

Depuis 7 ans, nous plaçons les relations presse au service de celles et ceux qui agissent pour cette transformation. Cette orientation n'a jamais dévié. Elle s'est précisée, consolidée, et jusqu'à guider l'ensemble de nos décisions.

Nous exerçons ce métier avec exigence, convaincus que notre expertise peut être un levier d'influence positive : pour rendre visibles des engagements sincères et nourrir un débat public plus lisible.

Ce rapport interroge aussi notre manière de faire agence : des décisions que nous avons prises, de celles que nous avons différées, et des arbitrages que nous assumons. Car la cohérence ne se limite pas aux sujets que nous relayons. Elle se joue aussi dans notre fonctionnement, nos pratiques, et les responsabilités que nous décidons d'endosser collectivement.

Merci à celles et ceux – clients, partenaires, journalistes – qui nous accompagnent dans cet engagement, et nous donnent chaque jour de bonnes raisons de faire autrement.

Anne-Laure Marin
Fondatrice de l'Agence Initiale

SOMMAIRE

1. Faire avec exigence
2. Faire bien
3. Faire ensemble
4. Faire durer
5. Faire grandir
6. Faire lien
7. Faire avancer

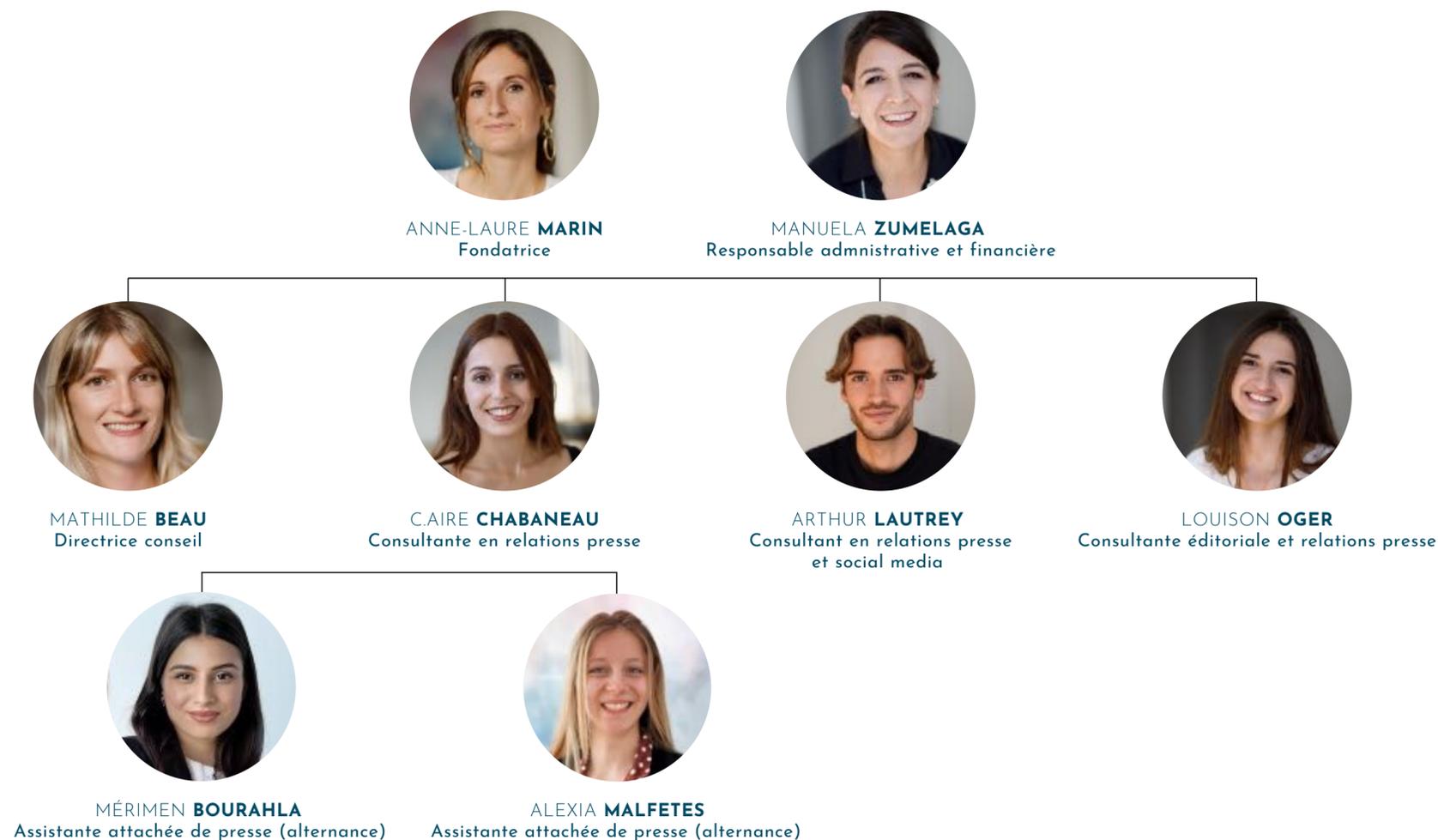
**FAIRE AVEC
EXIGENCE**

GRANDIR POUR MIEUX SERVIR LES CAUSES DE NOS CLIENTS

Depuis 2022, année de notre premier rapport d'impact, l'agence a évolué – dans sa structure, comme dans sa posture.

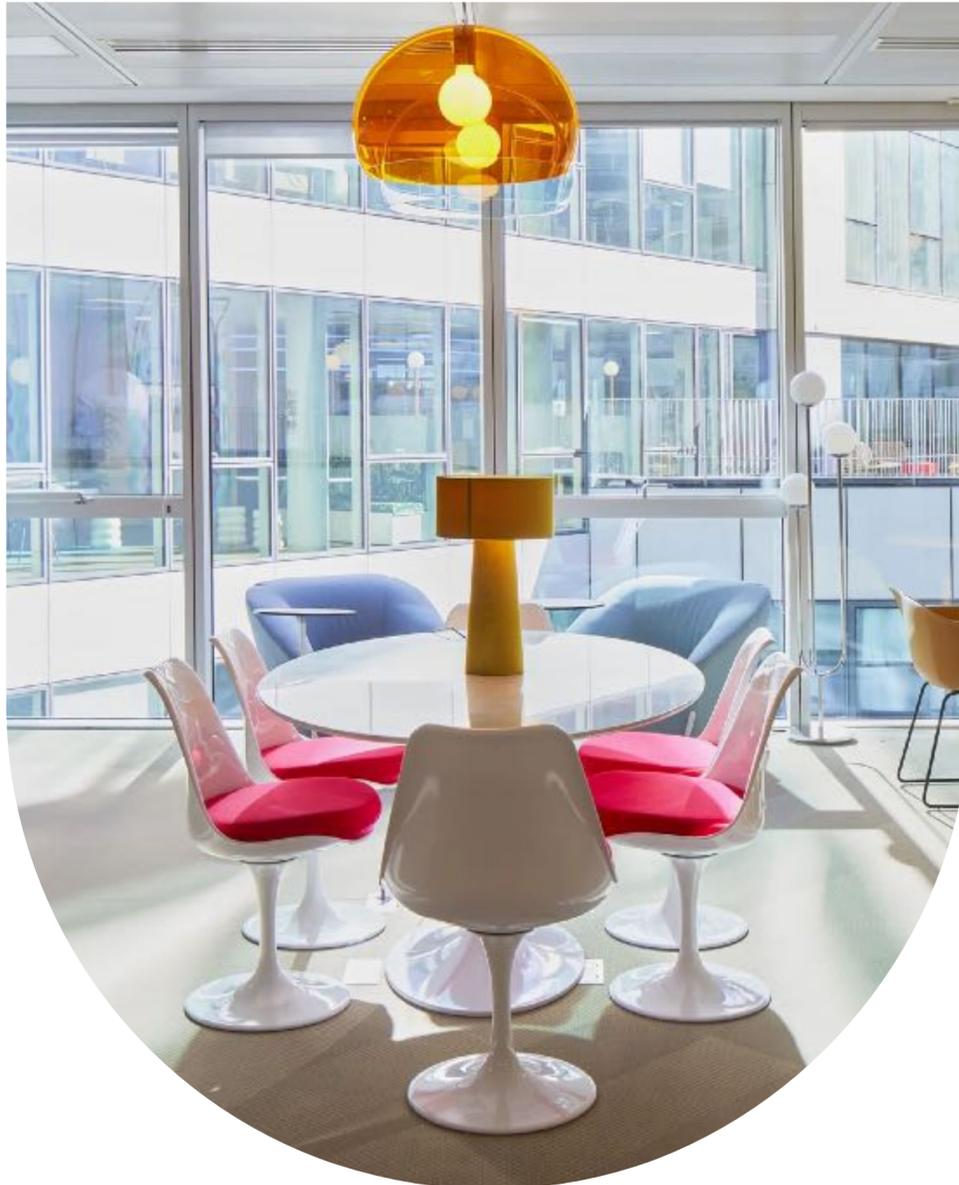
D'abord sur le plan humain : nous avons consolidé une équipe de 8 personnes, dont 5 salariés permanents. Deux d'entre eux sont passés Cadre, portant le nombre de salariés sous statut Cadre à 4.

Mais aussi sur le plan collectif : chaque poste a évolué, chaque membre de l'équipe a vu ses responsabilités s'élargir. De nouvelles expertises sont venues compléter notre cœur de métier : conseil éditorial, stratégie social media, développement commercial, encadrement managérial. Les compétences se croisent, se complètent, et nourrissent une approche plus transversale et stratégique.



NOTRE PRÉSENCE S'EST ÉTENDUE

Nous sommes devenus propriétaires de nos locaux à Bordeaux, et avons ouvert un bureau à Paris. Ce double ancrage traduit notre développement, et nous permet de rester proches de nos clients comme de nos partenaires.



PARIS

BORDEAUX



CARTE D'IDENTITÉ D'INITIALE



Création

Février 2018

Expertise

Relations presse

Équipe

87,5% ♀, 12,5% ♂

Age moyen de l'effectif

27 ans

Adresse Bordeaux

121 rue Croix de Seguey - 33000 Bordeaux

Adresse Paris

82 Avenue du Maine - 75014 Paris

Raison d'être inscrite dans les statuts de l'entreprise

« Militer, éduquer et mobiliser autour de la transition écologique et sociétale, par le levier des relations presse »

- **Militer**, en médiatisant des initiatives à impact écologique ou sociétal
- **Éduquer**, en contribuant à la fabrication d'une information de qualité
- **Mobiliser**, en diffusant ces sujets auprès du plus grand nombre pour rendre les humains acteurs d'un monde durable et solidaire

Depuis nos débuts, nous faisons le choix de travailler avec des structures dont les engagements nous parlent et nous portent.

Nous attendons de nos clients la même exigence que celle que nous appliquons à nous-mêmes :



UNE COHÉRENCE ENTRE LES INTENTIONS, LES DISCOURS ET LES ACTES.



Un accompagnement ne peut tenir que s'il repose sur une conviction partagée, une vision compatible, une confiance réciproque. C'est ce cadre qui conditionne la pertinence du conseil que nous délivrons, la solidité des messages que nous construisons, et la qualité du lien que nous entretenons avec les journalistes.

C'est pourquoi nous ne représentons que des structures dont l'utilité sociale ou environnementale est tangible, visible et pleinement intégrée à leur démarche.

Cela suppose aussi, parfois, de dire non.

Nous déclinons certaines missions lorsque les engagements nous paraissent opportunistes, ou déconnectés des pratiques. Ces décisions ne sont jamais automatiques : elles se fondent sur une analyse attentive du contexte et des éventuelles contradictions.

Ces renoncements ne se voient pas. Pourtant, ils sont révélateurs de notre manière de faire ce métier. Ils nous permettent de rester alignés, de préserver la confiance construite avec les journalistes, et de défendre la crédibilité des causes que nous choisissons de relayer.

Il nous arrive aussi de douter d'une organisation, de son positionnement ou de son modèle, puis de changer d'avis.

D'un premier échange teinté de réserve peut naître, après discussion, une collaboration solide et engagée.

Parce que prendre le temps d'écouter, de poser des questions, d'interroger les nuances... C'est aussi ce qui nous permet de faire du bon travail – sans compromis, mais sans œillères.

Nos clients ont un dénominateur commun : ils font du bien. Chacun, à sa manière, contribue à renforcer le lien social ou à protéger la planète. Nous accompagnons des fondations, associations, institutions, acteurs publics et entreprises engagées dans des champs essentiels à l'intérêt général.





Notre grille de lecture est claire, nous avons choisi de concentrer nos efforts sur quatre domaines que nous considérons comme essentiels à l'émancipation individuelle et à la transformation collective :



**LA SANTÉ /
ALIMENTATION**



**L'ÉDUCATION /
FORMATION**



LE LOGEMENT



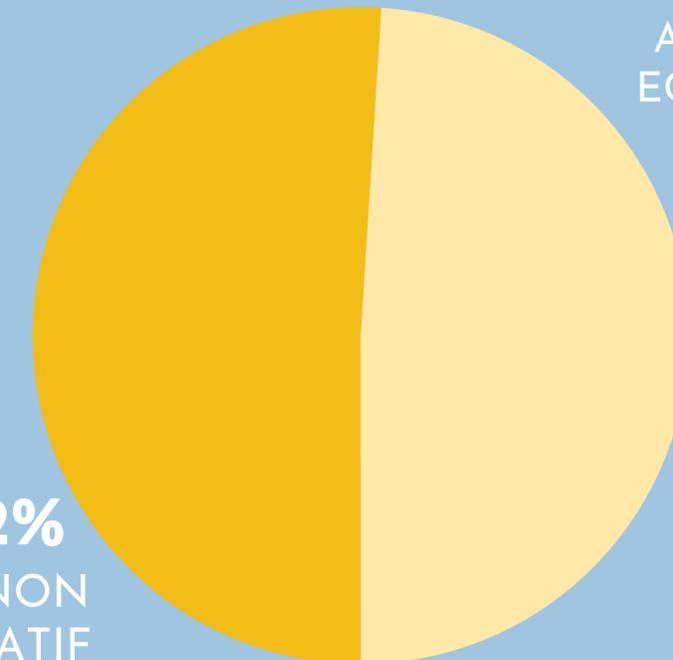
LA CULTURE

Nous sommes convaincus que ces fondamentaux sont indispensables pour permettre à chacun de prendre sa place dans la société et d'agir sur son environnement.

Ce cap assumé est ce qui fait la solidité de notre agence.

En 2024

les structures à but non lucratif ont représenté 51,2 % de notre chiffre d'affaires, contre 48,8 % pour des organisations à vocation économique mais à impact affirmé.



48,8%

A VOCATION
ECONOMIQUE

51,2%
BUT NON
LUCRATIF

FAIRE

BIEN

FAIRE BIEN, POUR NOUS, C'EST UNE QUESTION DE MÉTHODE AUTANT QUE DE RESPONSABILITÉ.

Nos missions contribuent à faire émerger des sujets dans l'espace public, à interpeller les décideurs, à faire avancer des idées, à sensibiliser sur des réalités invisibilisées. Ce que nous écrivons, ce que nous diffusons, ce que nous mettons en lumière peut faire évoluer un débat, nourrir une prise de conscience, influencer la perception d'un enjeu.

En tant qu'attachés de presse, nous participons à la fabrique de l'information. Nous en connaissons l'impact, et nous agissons en conscience.

Les attentes envers les communicants sont élevées. La défiance aussi. Face à cela, nous revendiquons une pratique rigoureuse, respectueuse et transparente. Nous prêtons attention aux sujets que nous relayons, aux mots que nous choisissons, et aux médias à qui nous nous adressons.

C'est dans cet esprit que nous avons formalisé, dès 2022, notre charte des relations presse responsables, signée par l'agence et ses clients. Elle fixe un cadre commun : respecter la liberté de la presse, garantir la véracité des messages et la clarté des intentions.



ENQUÊTE DE SATISFACTION

adressée à l'ensemble des clients accompagnés par l'agence au cours de l'année 2024

100%

recommanderaient l'Agence Initiale à une organisation souhaitant être accompagnée en relations presse (identique à 2022)

100%

des clients se déclarent satisfaits de l'accompagnement prodigué (identique à 2022)

84%

envisagent de refaire appel à nos services (contre 89 % en 2022 - la légère baisse s'explique notamment par une contrainte budgétaire exprimée par un client)

100%

estiment avoir bénéficié de conseils stratégiques tout au long de la mission (contre 94 % en 2022)



Faire bien ne repose pas uniquement sur les compétences individuelles. Cela implique aussi une organisation collective robuste. Nous avons renforcé notre fonctionnement interne pour mieux répondre aux exigences des missions, mais aussi pour garantir la qualité de notre accompagnement dans la durée.

Chaque dossier est désormais porté en binôme.

Ce mode de travail assure une continuité de suivi, une réactivité au quotidien, et une pluralité des points de vue. Il sécurise le client, qui bénéficie d'un pilotage fluide et partagé. Et il sécurise aussi l'équipe, qui sait qu'elle peut s'appuyer sur un regard complémentaire à chaque étape.

C'est une organisation qui favorise la qualité du travail – et les conditions dans lesquelles il est mené.

FAIRE

ENSEMBLE



Bien faire son métier, ça commence par

ÊTRE BIEN AU TRAVAIL

C'est une conviction fondatrice de l'agence : on ne peut pas défendre des causes durables sans accorder la même attention, en miroir, à celles et ceux qui y consacrent leur énergie chaque jour.

Depuis notre dernier rapport d'impact, nous avons renforcé ce socle pour aller plus loin. Mieux répondre aux attentes exprimées par l'équipe, mieux intégrer les évolutions du travail, et mieux traduire dans nos pratiques les valeurs que nous portons chaque jour pour un bon équilibre de vie.





MESURES EN FAVEUR DU POUVOIR D'ACHAT



- Une mutuelle et une prévoyance prises en charge à 100 % pour tous les statuts
- Des titres déjeuner
- Un dispositif d'épargne salariale permettant de redistribuer une partie des bénéfices avec abondement de l'entreprise de 50%
(Cf. : Pour l'année 2024, chaque collaborateur a ainsi touché 4902 €)
- Des chèques cadeaux d'un montant de 170 € pour les fêtes
- L'accès à une crèche d'entreprise pour chaque jeune parent



- Une prise en charge à 100 % des abonnements de transport, au-delà des obligations légales, pour alléger la charge des trajets domicile-travail et soutenir une mobilité durable
- Une carte d'entreprise à destination des collaborateurs rechargée à hauteur de 100 € par mois, pour améliorer le quotidien au bureau : collations, douceurs partagées, fruits frais...
- Une prime en cas de renouvellement ou de reconduction d'un contrat
- Une prime de fin d'année de partage de la valeur (équivalent à un 13e mois)
- Une prime vacances d'été



MESURES EN FAVEUR DE LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL, SUR LES PLANS MATÉRIEL, PHYSIQUE ET PSYCHOLOGIQUE



- Une 6^e semaine de congés payés



- Des bureaux assis-debout, pour limiter la sédentarité
- Un double écran mis à disposition pour le bureau et le télétravail
- Une chaise ergonomique choisie individuellement



- Deux séances de massage “amma assis” chaque mois dans les locaux
- Une salle de sieste a été aménagée dans nos nouveaux locaux



- La mise en place d’un “arrêt sur image” mensuel de 45 minutes, inscrit dans l’agenda de chacun et de la fondatrice de l’agence pour faire le point, soulever des difficultés et trouver ensemble des pistes d’ajustement.
- La désignation d’une référente santé mentale, identifiée dans l’équipe
- Un système de bureau tournant chaque trimestre pour entretenir la cohésion et le dialogue dans l’équipe

Ces choix traduisent une conviction forte : **la qualité de vie ne se pense pas en marge du travail – elle en est une condition.**

C’est une manière de prendre soin de celles et ceux qui font vivre l’agence au quotidien, et de construire une organisation capable de durer, ensemble.

CE QUE DIT L'ÉQUIPE

Début 2025, une enquête interne est venue mesurer ce que chacun vit au quotidien chez Initiale.

Ce qui ressort, c'est d'abord un attachement fort à la mission de l'agence, à son positionnement, et à une culture d'entreprise qui continue de faire sens pour toutes et tous.

ENQUÊTE DE SATISFACTION ANONYME

adressée à l'ensemble des collaborateurs en début d'année 2025.

ON CONSTATE QUE

100%

des collaborateurs :

- › sont très satisfaits dans le cadre de leur contrat de travail à l'Agence Initiale
- › trouvent un sens à leur travail, qu'ils perçoivent comme une source d'émulation
- › se sentent écoutés et soutenus au sein de l'agence
- › se sentent appréciés à leur juste valeur
- › parviennent à collaborer facilement avec leurs collègues
- › disposent de suffisamment de temps et de ressources pour accomplir leur travail dans les délais impartis



CE QUE DIT L'ÉQUIPE

ENQUÊTE DE SATISFACTION ANONYME

adressée à l'ensemble des collaborateurs en début d'année 2025.

- › estiment que l'organisation fait les efforts nécessaires pour favoriser le bien-être et de bonnes conditions
- › de travail
- › évaluent leur bien-être au travail comme très satisfaisant ou satisfaisant
- › considèrent que la communication au sein de l'équipe est claire et efficace
- › sont très satisfaits de la culture d'entreprise
- › pensent que la fondatrice est ouverte au changement et tient compte des retours
- › estiment que la fondatrice communique les informations en temps opportun et de manière transparente

MAIS ÉGALEMENT QUE

100%

des collaborateurs :

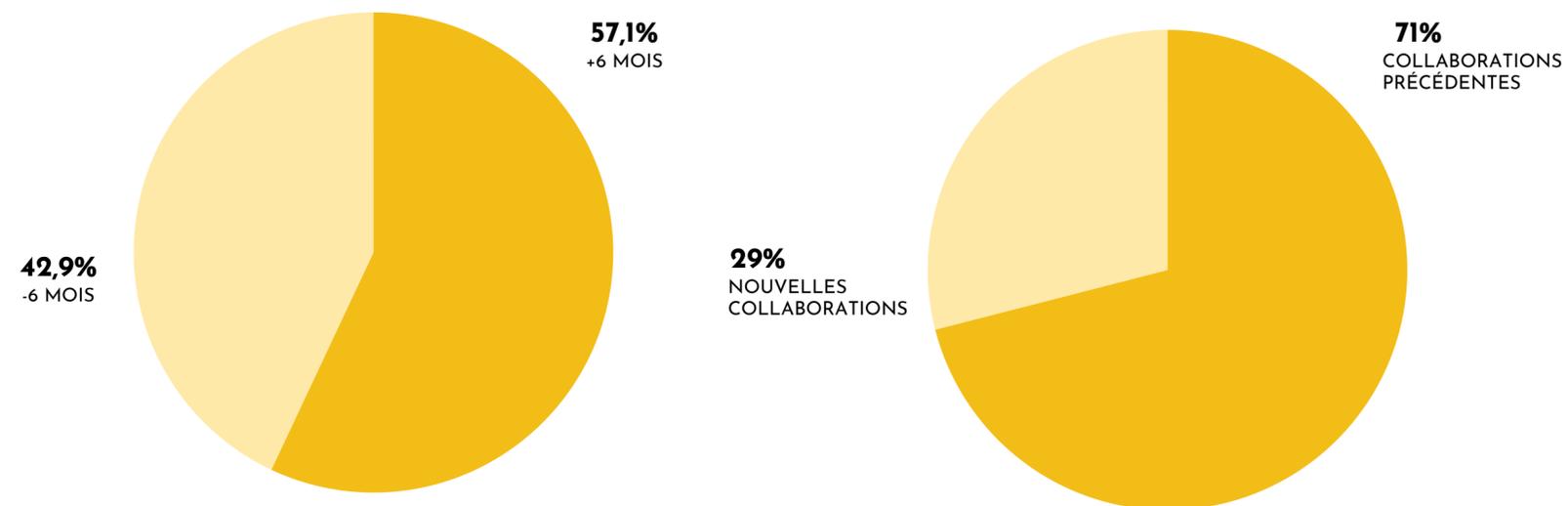
Ces résultats nous confortent dans nos choix, tout en rappelant que **cette dynamique repose sur une vigilance continue.** Certaines pistes d'amélioration émergent – comme la volonté d'affiner la gestion de la charge de travail en ajustant les plannings ou encore la nécessité de mieux ritualiser les temps d'équipe – et nourrissent dès à présent les réflexions que nous engageons pour la suite.

FAIRE

DURER

Faire durer, c'est notre manière de penser la pérennité – dans tout ce que nous construisons : les liens que nous cultivons, les décisions que nous engageons, l'organisation que nous faisons grandir.

Cela commence par la fidélité de celles et ceux qui nous font confiance. En 2024, 57,1 % de nos accompagnements ont duré plus de 6 mois et 71 % de notre chiffre d'affaires provenait de collaborations engagées les années précédentes.



Cette stabilité traverse aussi la vie de l'agence. Depuis sa création, Initiale connaît un turn-over quasi nul.

Faire durer, c'est aussi choisir comment évoluer.
Nous refusons les logiques de croissance accélérée qui sacrifient l'équilibre au profit des volumes.
Notre développement est raisonné, guidé par la recherche de cohérence, l'alignement avec nos convictions, et la volonté de bâtir des relations solides, porteuses de sens.

Penser la pérennité, c'est enfin interroger l'empreinte que nous laissons.

À notre échelle, cela se traduit par une attention constante à trois dimensions clés : nos lieux de travail, nos outils numériques et nos modes de déplacement.



NOTRE LIEU DE TRAVAIL

En 2024, l'agence a acquis ses locaux à Bordeaux – une manière de reprendre la main sur notre impact énergétique : meilleure isolation, chauffage plafonné à 19 °C et activé uniquement en semaine grâce à une solution domotique mise en place dès notre arrivée.

Notre électricité est 100 % renouvelable (Octopus Energy), et nous veillons à limiter nos déchets grâce à des gestes simples :

- Compost collecté par la coopérative Les Détritivores,
- Tri du papier, du carton et du verre via des points de collecte dédiés,
- Disparition du plastique à usage unique (gourdes, savon solide, vrac).

NOS OUTILS

Le numérique fait partie intégrante de notre quotidien d'attachés de presse. Conscients des enjeux qu'il soulève, nous avons fait le choix de pratiques plus sobres :

- Aucune pièce jointe dans nos envois presse : tous les fichiers sont hébergés sur des liens allégés,
- Signatures mail allégées de tout visuel,
- Site web éco-conçu : la page d'accueil consomme 0,09g de CO₂ à chaque visite, soit moins que 90 % des pages web.





NOS DÉPLACEMENTS

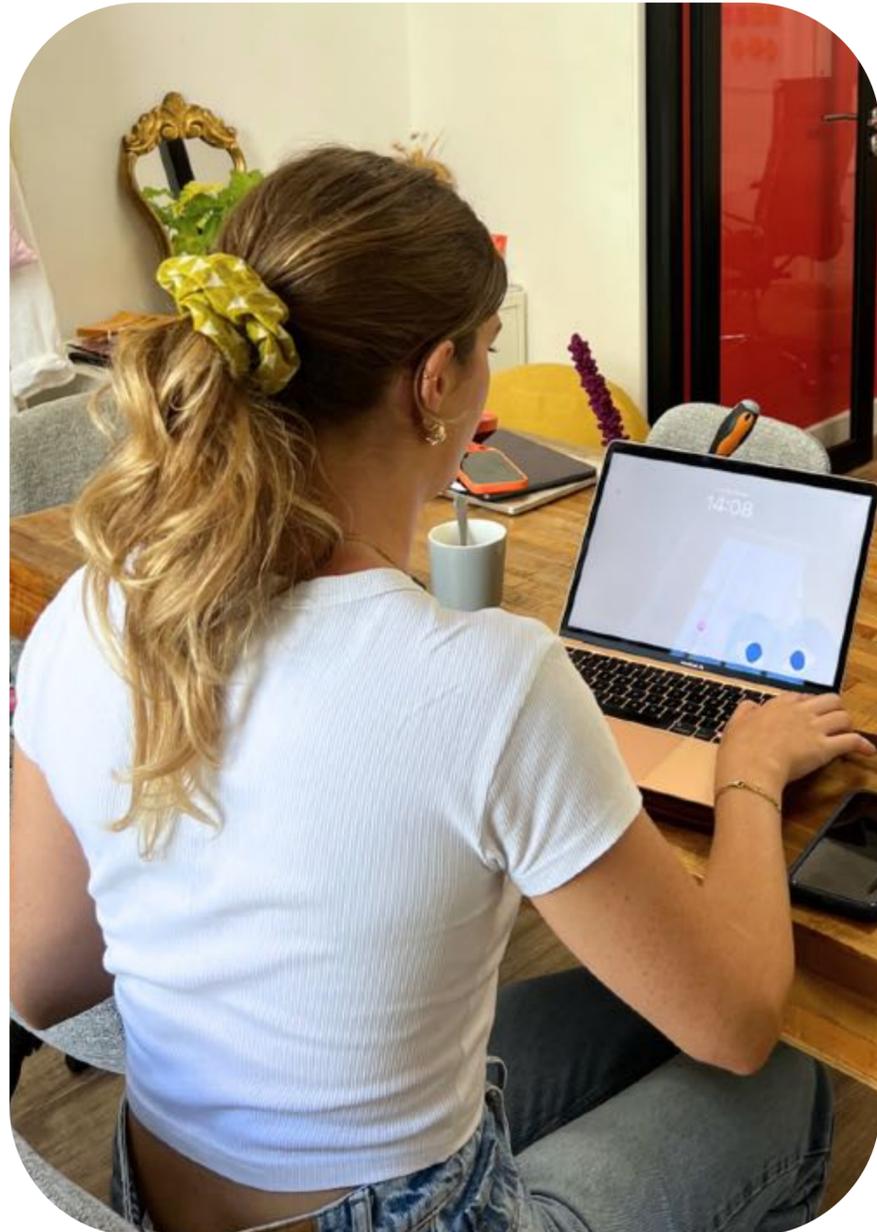
Nos choix de mobilité s'inscrivent eux aussi dans une logique de cohérence :

- Nos déplacements professionnels sont effectués quasi exclusivement en train,
- L'usage de la voiture reste très ponctuel, réservé aux trajets non accessibles autrement
- L'avion est proscrit pour nos missions.

FAIRE GRANDIR

Questionner notre métier, le confronter à d'autres pratiques, l'enrichir au fil des évolutions : cette dynamique traverse l'ensemble de l'agence et s'incarne dans une politique de formation structurée.

APPRENDRE ENSEMBLE



Chaque année, une formation collective est proposée à toute l'équipe, en lien avec les mutations de nos métiers :

2023

- Gestion du temps (9h)
- Création de contenu vidéo (2h)

2024

- Personal branding (7h)

À cela s'ajoutent des formations individuelles tous les deux ans, choisies librement par chaque collaborateur selon ses besoins ou appétences :

- Écoute active (14h)
- Mind mapping (14h)
- IA (14h)
- Ennéagramme (14h)

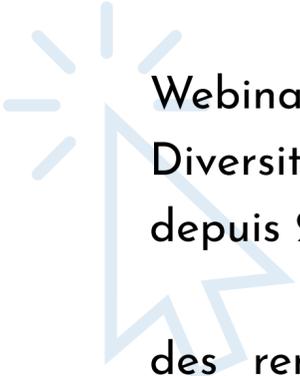
APPRENDRE DE NOUS-MÊMES

En décembre 2024, nous avons consacré notre séminaire de fin d'année à un temps apprenant conçu avec Osons+, entreprise à mission spécialisée dans l'innovation sociale.

L'objectif de ces deux jours ? Prendre du recul sur nos pratiques, reconnaître les forces de chacun, et nous recentrer sur ce qui donne du sens à notre métier.

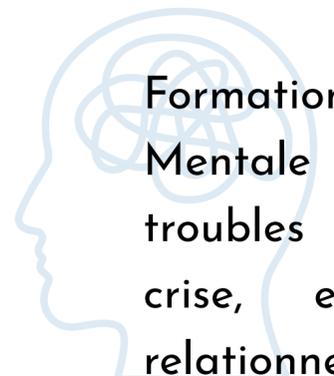


APPRENDRE DU MONDE



Webinaires organisés par la Charte de la Diversité à laquelle nous sommes adhérents depuis 2022 :

des rendez-vous mensuels d'une heure pour mieux comprendre les grands enjeux d'inclusion et identifier de bonnes pratiques à mettre en œuvre (Cf. : « Les fondamentaux de la diversité », « Les défis de l'intergénérationnel en entreprise », « La diversité religieuse en entreprise », « Identité de genre & orientation sexuelle », « Origines & discriminations », « La neurodiversité en entreprise »...)



Formation PSSM, Premiers Secours en Santé Mentale (14h) : pour mieux appréhender les troubles psychiques, savoir réagir en cas de crise, et développer des compétences relationnelles utiles dans nos échanges professionnels.



Éducation à l'IA : une initiation collective à ChatGPT pour s'approprier les usages de l'intelligence artificielle dans la production de contenus et le pilotage des relations presse



Depuis sa création, Initiale s'implique dans plusieurs réseaux professionnels, pour nourrir ses réflexions, ouvrir ses perspectives, et prendre part à l'évolution de son secteur.



CJD (Centre des Jeunes Dirigeants)
Membre depuis 2023



APACOM (Association des professionnels de la
communication en Nouvelle-Aquitaine)
Membre depuis 2019



Club de la presse de Bordeaux
Membre depuis 2022

FAIRE

LIEN

Faire lien, pour nous, c'est une manière de prolonger notre métier. C'est choisir de transmettre ce que nous avons : du temps, des compétences, des moyens.

SOUTENIR



Depuis 2019, nous sommes membres du collectif 1% for the Planet.

Chaque année, nous reversons 1 % de notre chiffre d'affaires à des associations environnementales, avec la volonté d'en faire un engagement collectif, pensé et porté par l'ensemble de l'équipe.

En 2023 chacun a orienté son soutien vers une cause en résonance avec les valeurs de l'agence :



**ARTAC (Association pour la Recherche
Thérapeutique Anti-Cancéreuse)**
qui milite pour une prévention
environnementale des cancers



Générations Futures
qui documente l'exposition aux
pesticides et mène des actions en justice
pour faire évoluer la réglementation



**AVSF (Agronomes et Vétérinaires Sans
Frontières)**
qui soutient des communautés paysannes dans
une logique d'agriculture durable et solidaire



Blutopia
qui sensibilise aux enjeux de la
protection des océans à travers
l'alimentation.

Montant reversé : 4 113 €

En 2024 nous avons fait le choix d'unir nos dons autour d'un projet commun :



Humans by Nature

L'association fédère, soutient et accompagne des initiatives locales à visée écologique et sociale. Elle mène des actions de sensibilisation, forme les plus jeunes aux enjeux de la transition, et accompagne les entreprises et les collectivités dans leurs trajectoires de transformation.

Montant reversé : 4 137 €

En 2025 l'équipe soutient :



Du Pain & des Roses.

L'association accompagne des femmes éloignées de l'emploi vers la réinsertion grâce au métier de fleuriste, en alliant accompagnement social, créativité et formation. Elle propose des ateliers d'initiation, des parcours de remobilisation, un programme pour repérer les femmes "invisibles" et une formation certifiante de 4 mois. L'ensemble se déroule dans un cadre bienveillant, favorisant l'estime de soi et l'épanouissement. L'association est également engagée en faveur de l'environnement : elle n'utilise que des fleurs françaises et de saison, afin de soutenir une filière locale, éthique et bas carbone. En 2024, plus de 495 personnes ont déjà participé à ses ateliers, et plus de 100 stagiaires ont obtenu leur CQP avec un taux de réussite de 100 %.

Montant reversé : 5 730 €

PARTAGER

Nous participons régulièrement à des actions bénévoles, en lien direct avec notre métier et les questions qu'il soulève.

Journée Agences Ouvertes (initiée par l'AACC, l'association des Agences-Conseils en Communication, et relayée en région par l'APACOM)

L'occasion de présenter notre quotidien à des étudiants, des personnes en reconversion ou simplement curieuses.

Ce temps d'échange permet de faire découvrir de l'intérieur, les réalités du travail en agence et les multiples facettes des relations presse.



Spectacle d'improvisation avec le Club de la Presse de Bordeaux « Les guéguerres de l'info »

En amont de la représentation, l'équipe a initié et participé à une séance préparatoire avec les organisateurs pour partager son regard sur les liens entre journalistes et attachés de presse, et alimenter le contenu du spectacle.

Une manière différente de sensibiliser à nos pratiques professionnelles et d'ouvrir le dialogue autour des relations médias.

FAIRE
AVANCER

EN 2022, NOUS AVIONS FORMULÉ DES OBJECTIFS CONCRETS : STRATÉGIQUES, ENVIRONNEMENTAUX, SOCIÉTAUX.

3 ans plus tard, ces engagements ont produit des effets tangibles.

Notre façon d'accompagner a gagné en solidité. Notre organisation interne s'est renforcée. Certains engagements se sont traduits par des choix structurants, désormais intégrés à notre fonctionnement quotidien.

Ce rapport d'impact nous invite à poursuivre le travail engagé et à nous fixer de nouveaux objectifs. Ces derniers doivent nous servir d'élan, de repères, de points d'appui pour continuer à progresser – dans notre manière de travailler, de coopérer, de transmettre – en cohérence avec ce que nous sommes, et ce que nous aspirons à devenir.

OBJECTIFS STRATÉGIQUES



Ritualiser davantage les temps d'équipe

Instaurer davantage de rendez-vous informels pour renforcer la cohésion.



Consolider nos accompagnements dans la durée

Se donner pour objectif que 70 % de notre chiffre d'affaires provienne de collaborations longues



Essaimer notre vision du métier

Prendre la parole publiquement (tribune, webinaire, podcast, formation) pour faire entendre notre conception des relations presse

OBJECTIFS ENVIRONNEMENTAUX



Mesurer nos émissions de CO2

Réaliser le bilan carbone de l'entreprise constituait déjà un objectif en 2022. Faute de temps, nous n'avons pas pu le mener à bien. Ce travail est désormais notre priorité n°1 des 3 prochaines années, dans le sillage des nouveaux standards B Corp.



Réduire notre consommation d'eau de 10% sur 3 ans

Installation d'un récupérateur d'eau de pluie pour arroser les plantes, de mousseurs sur les robinets et d'une chasse d'eau moins consommatrice



Clarifier nos usages de l'intelligence artificielle

Lancer une réflexion interne pour encadrer nos pratiques et garantir des usages éthiques et sobres

OBJECTIFS SOCIÉTAUX



Structurer notre approche du mécénat de compétences

Formaliser cet engagement en soutenant un projet réalisé à titre pro bono chaque année



Accueillir des profils éloignés de l'emploi

Expérimenter des formats de stage d'observation en lien avec des structures d'insertion ou d'orientation professionnelle



Engager l'équipe dans une démarche de mentorat

Rejoindre un programme associatif pour accompagner individuellement un jeune en insertion ou en études sur la base du volontariat



Créer une journée de bénévolat d'agence

Permettre à chaque collaborateur de consacrer une journée par an à une action solidaire ou citoyenne

Initiale
INFLUENCE POSITIVE



121, rue Croix de Seguey
33000 Bordeaux

Wojo, 82 Avenue du Maine
75014 Paris