

Charte RSE

Creafirst



Table des matières

1	<i>La gouvernance de l'organisation</i>	5
1.1	Valeurs Creafirst	5
1.2	Mission Creafirst	5
1.3	Organigramme	6
2	<i>L'environnement</i>	7
2.1	Bilan carbone	7
2.2	Tri des déchets	7
2.3	Economie d'eau et d'énergie	7
2.3.1	Economie d'eau	7
2.3.2	Economie d'énergie	7
2.4	Gestion des impressions	7
2.5	Politique de déplacement	8
3	<i>Les droits humains</i>	9
3.1	Charte de lutte contre la discrimination	9
3.2	Charte pour une meilleure visibilité des femmes expertes dans le secteur de la Santé	9
3.3	Engagement caritatif	9
4	<i>Les relations et conditions de travail</i>	11
4.1	Mode de travail : hybride	11
4.2	Accompagnement des collaborateurs	11
4.2.1	Entretiens annuels	11
4.2.2	Questionnaire de satisfaction	11
4.2.3	Formation	11
4.3	Ergonomie des postes de travail	12
4.3.1	A l'agence	12
4.3.2	En télétravail	12
4.4	Rythme de travail	12
4.4.1	Réunions et contacts professionnels	12
4.4.2	Droit à la déconnexion	12
4.5	Parental challenge	12
4.6	Risques psychosociaux	13
4.6.1	Harcèlement moral et sexuel	13
4.6.2	Burn-out	13
5	<i>Les bonnes pratiques des affaires</i>	14
5.1	La belle compétition	14
5.1.1	Transparence	14
5.1.2	Responsabilité	14
5.1.3	Sincérité	14

5.2	Achat responsable.....	14
5.2.1	Responsabilité envers nos fournisseurs.....	14
5.2.2	Responsabilité de nos fournisseurs	14
5.3	Lutte contre la corruption	15
5.4	Utilisation responsable de l'intelligence artificielle.....	15
6	<i>La protection des consommateurs.....</i>	16

Cette charte énonce la mission et les valeurs de Creafirst, les engagements de l'entreprise sur les thèmes économiques, sociaux et environnementaux et les règles de conduite ou devoirs en découlant pour les collaborateurs.

Creafirst s'engage concrètement pour une communication éthique et responsable autour des 6 piliers.

Pour chacun d'eux, vous retrouverez les principes et les engagements détaillés dans la présente charte :

1. La gouvernance de l'organisation
2. L'environnement
3. Les droits humains
4. Les relations et conditions de travail
5. Les bonnes pratiques des affaires
6. La protection des consommateurs

1 La gouvernance de l'organisation

Creafirst, par son histoire et ses valeurs, son domaine d'activité strictement réglementé, son management responsable et la multiplicité des actions déjà mises en œuvre dans le domaine de la RSE, dispose d'une légitimité forte à s'engager en faveur d'une « Communication Durable ».

C'est dans cette logique que l'agence a obtenu le label RSE Agences Actives délivré par l'AFNOR, et qu'elle poursuit depuis une démarche structurée d'amélioration continue. La charte RSE et la politique RSE de Creafirst, régulièrement actualisées, témoignent de cette volonté d'intégrer la responsabilité sociétale au cœur de nos activités.

Notre ambition est de consolider cet engagement au fil des années, en développant de nouvelles actions concrètes, en lien avec nos collaborateurs, nos clients et nos partenaires.

Plus d'informations :

[Label RSE Agences Actives – AACCC](#)

1.1 Valeurs Creafirst

Je me soucie des autres  Bienveillance SE SENTIR RESPONSABLE DU CONFORT, DE LA SANTÉ, DE LA SÉCURITÉ ET DE LA DIGNITÉ D'UNE PERSONNE	Un pour tous, tous pour un  Esprit d'équipe TRAVAILLER AVEC LES AUTRES DE MANIÈRE SOLIDAIRE EN CONTRIBUANT AU TRAVAIL DE L'ÉQUIPE PAR SES IDÉES ET SES EFFORTS...	J'ose être proactif  Initiative PROPOSER OU ENTREPRENDRE UN TRAVAIL, SOIT POUR SON ACCOMPLISSEMENT OU SON AVANCEMENT, ET EN JUGER LA QUALITÉ CONFORMÉMENT AUX RÈGLES DE LA PROFESSION.
Je tiens compte des autres  Respect DONNER DE LA VALEUR AUX PERSONNES, AUX CHOSES ET AUX IDÉES QUE L'ON CÔTOIE, SELON LES CIRCONSTANCES, LORS DE LA RÉALISATION DE SES TÂCHES DANS UNE SITUATION DE TRAVAIL.	Je mène ma barque  Autonomie SE PRENDRE EN CHARGE, SELON SES RESPONSABILITÉS, DE FAÇON À POSER DES ACTIONS AU MOMENT OPPORTUN DANS UN CONTEXTE DÉTERMINÉ.	Je suis fidèle aux valeurs de mon métier  Intégrité RÉALISER SON TRAVAIL SANS VOULOIR TROMPER, ABUSER, LÉSER OU BLESSER LES AUTRES.
Je résous des problèmes  Débrouillardise RÉUSSIR À RÉSOUDRE UN PROBLÈME NOUVEAU ET IMPRÉVU EN UTILISANT SES PROPRES MOYENS CONFORMÉMENT AUX RÈGLES DE LA FONCTION DE TRAVAIL.		

Ces valeurs partagées sont fondamentales pour renforcer la cohérence et l'entente au sein de l'équipe Creafirst et améliorer la qualité des relations avec les clients.

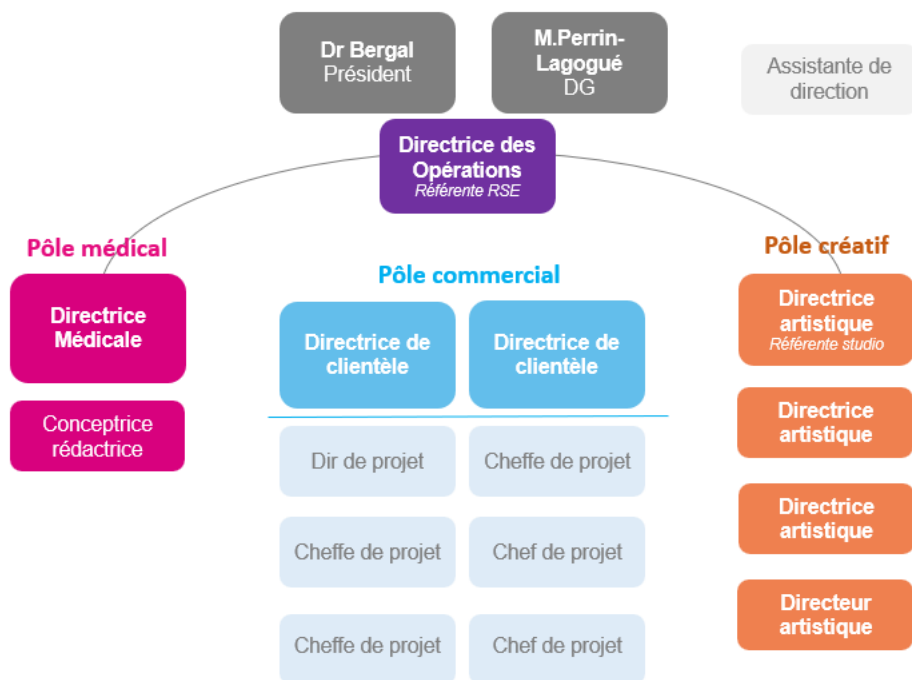
1.2 Mission Creafirst

En tant qu'agence de communication spécialisée en santé et dans un contexte de polémiques, de défiance et de Fake news sur les sujets de santé (entre-autre) nous souhaitons :

Renouer le lien de confiance
entre industries pharmaceutiques, médecins et patients,
grâce à une approche experte, éthique et créative
de la communication santé.

1.3 Organigramme

Structure 2025 :



2 L'environnement

2.1 Bilan carbone

La réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) fait partie des priorités de Creafirst dans le cadre de sa politique RSE. Depuis 2023, l'agence réalise chaque année un bilan carbone avec un organisme spécialisé, permettant de mesurer son empreinte et de suivre l'évolution de ses consommations. Les résultats sont partagés en interne et intégrés au tableau de bord RSE, dans une logique d'amélioration continue.

L'ensemble des rapports font l'objet d'une communication à l'ensemble des collaborateurs et sont disponibles sur le serveur : <\\SRVCREGAR001N01\transferts\•POUR TOUT LE MONDE\BILAN CARBONE>.

Creafirst communique également sur ces résultats via LinkedIn.

2.2 Tri des déchets

La gestion responsable des déchets constitue un axe concret de la démarche RSE de Creafirst.

L'agence a identifié ses principaux postes de production de déchets (papier, emballages, matériel informatique) et a mis en place des actions simples et efficaces pour en limiter l'impact.

Dans les bureaux, les corbeilles individuelles sont exclusivement dédiées aux déchets recyclables (papier, carton, plastique). Les autres déchets doivent être jetés dans les bacs spécifiques installés dans la cuisine de l'agence. Ce dispositif vise à responsabiliser chacun et à améliorer le geste de tri au quotidien.

Le matériel informatique obsolète fait l'objet d'un recyclage via des filières spécialisées. L'utilisation de papier est limitée au strict nécessaire, avec un suivi annuel de la consommation globale.

Ces actions participent à la réduction de l'empreinte environnementale de l'agence et s'inscrivent dans une logique d'amélioration continue.

2.3 Economie d'eau et d'énergie

2.3.1 Economie d'eau

La consommation d'eau de Creafirst est limitée, compte tenu de l'activité de bureau de l'agence. Les principaux usages concernent les sanitaires et la cuisine.

L'agence a toutefois identifié cet enjeu et sensibilise ses collaborateurs aux écogestes quotidiens (éteindre les robinets après usage, limiter le gaspillage, signaler toute fuite). Les équipements installés dans les locaux (chasse d'eau à double débit, robinets mitigeurs) contribuent également à limiter la consommation.

2.3.2 Economie d'énergie

Depuis juillet 2023, Creafirst a remplacé son ancien système de chauffage et de rafraîchissement par une pompe à chaleur, ce qui a permis de réduire de façon significative la consommation énergétique des bureaux et donc les émissions associées. Les premières données de suivi montrent une diminution notable de la consommation d'énergie sur l'année 2024.

L'agence veille également à la sensibilisation continue de ses collaborateurs. Lors de l'onboarding des nouveaux arrivants, un rappel est systématiquement fait sur les bonnes pratiques d'utilisation des lumières, ainsi que sur la gestion des fenêtres en lien avec le chauffage ou la climatisation, afin de garantir une consommation d'énergie maîtrisée.

2.4 Gestion des impressions

Creafirst a adopté des pratiques responsables pour limiter l'impact environnemental de ses impressions internes. Les impressions sont réduites au strict nécessaire, paramétrées en recto-verso

et en noir et blanc par défaut, et accessibles uniquement dans les espaces communs afin d'encourager un usage raisonné. L'usage de papier brouillon est privilégié pour les besoins ponctuels, tandis que la lecture et le partage de documents en format numérique sont systématiquement encouragés auprès des collaborateurs.

L'agence s'est fixée un objectif ambitieux : limiter la consommation à deux ramettes maximum de papier par an et par personne, contre une moyenne nationale de 36 ramettes en 2020 (source ADEME). Cet engagement traduit une volonté claire de réduction de l'empreinte environnementale, proportionnée à la taille et à l'activité de Creafirst, et inscrite dans une logique de progrès continu. Enfin, Creafirst veille à la cohérence de sa démarche en collaborant uniquement avec des imprimeurs partenaires éco-responsables, garantissant que les supports produits pour l'agence ou ses clients respectent les mêmes exigences de durabilité.

2.5 Politique de déplacement

Au quotidien, Creafirst limite l'impact environnemental lié à la mobilité grâce à l'organisation hybride du travail, qui réduit significativement les déplacements domicile-travail.

Pour les déplacements professionnels des collaborateurs comme de nos prestataires, nous avons adopté des règles simples et responsables :

- l'avion est proscrit lorsque le trajet peut être réalisé en moins de quatre heures de train,
- lorsque l'avion est inévitable, le voyage se fait systématiquement en classe économique,
- le train est privilégié dans tous les cas dès que cela est possible,
- pour les trajets locaux, les transports en commun sont encouragés, et lorsque cela n'est pas envisageable, nous recourons à des taxis ou véhicules de location électriques ou hybrides.

Ces engagements traduisent notre volonté d'allier efficacité professionnelle et responsabilité environnementale, en favorisant des modes de transport à plus faible empreinte carbone.

3 Les droits humains

Creafirst réaffirme son engagement à promouvoir un environnement professionnel fondé sur le respect et la dignité, en luttant contre toute forme de discrimination et de comportement pouvant porter atteinte aux personnes dans le cadre de ses activités.

3.1 Charte de lutte contre la discrimination

Fidèle à ses valeurs de bienveillance, d'intégrité et de respect, Creafirst affirme son engagement ferme en faveur de la diversité et de la lutte contre toutes les formes de discrimination.

L'agence applique les principes de non-discrimination dans l'ensemble de sa gestion des ressources humaines, depuis le recrutement jusqu'à l'accompagnement des carrières. Chaque étape du processus de recrutement repose sur des critères objectifs, communiqués en toute transparence, afin de garantir l'égalité des chances.

Creafirst met à la disposition de ses collaborateurs cette charte et désigne la référente RSE comme interlocutrice pour toute question liée à la discrimination. Toute demande ou signalement est traité avec sérieux et confidentialité, et les salariés confrontés à des attitudes discriminatoires – qu'elles émanent de l'interne ou de la part d'un client – bénéficient du soutien de l'agence.

Enfin, Creafirst sanctionne toute pratique contraire aux principes de cette charte, afin d'assurer un environnement de travail fondé sur le respect, la dignité et l'égalité de traitement.

3.2 Charte pour une meilleure visibilité des femmes expertes dans le secteur de la Santé

En signant la Charte du collectif *Femmes de Santé*, Creafirst affirme sa volonté de contribuer à une meilleure visibilité des femmes dans le secteur de la santé et du médico-social.

L'agence s'engage à promouvoir une représentation équilibrée des genres lors des événements, tables rondes, colloques et interventions médiatiques (plateaux TV, radio, webinars, podcasts) liés à ses domaines d'expertise. Dans cette même logique, Creafirst veille à mettre en avant les femmes du secteur de la santé dans ses communications, qu'il s'agisse d'articles, de publications sur les réseaux sociaux ou de prises de parole publiques.

Nous veillons à ce que les femmes soient reconnues et sollicitées en tant qu'expertes à part entière, et non cantonnées à des rôles secondaires. Pour renforcer cette démarche, Creafirst s'appuie, si nécessaire, sur le collectif *Femmes de Santé* afin d'identifier et de mobiliser des expertes pertinentes. Enfin, nous sensibilisons nos collaborateurs et partenaires à l'importance de la parité, en rappelant systématiquement l'exigence d'une représentation équitable dans tout événement ou intervention.

3.3 Engagement caritatif

Creafirst s'engage à contribuer positivement à la société au-delà de ses activités commerciales, en mobilisant ses ressources financières, ses compétences et l'implication de ses collaborateurs.

Depuis plus de quinze ans, l'agence soutient **Plan International France**, et depuis 2024, ce partenariat se traduit par le parrainage de deux enfants, à hauteur de 600 € par an chacun. Creafirst souhaite ainsi inscrire son engagement caritatif dans la durée.

L'agence favorise également l'**initiative de ses collaborateurs** : tout salarié peut soumettre un projet solidaire pour bénéficier d'un soutien de l'entreprise. Depuis 2024, cet engagement est formalisé : Creafirst s'engage à soutenir au moins un projet collaborateur par an.

Par ailleurs, l'agence entend mettre ponctuellement son **expertise en communication** au service d'associations locales œuvrant dans les domaines de la santé et du médico-social, en offrant du temps ou du savoir-faire sur des projets solidaires.

Ces actions sont régulièrement partagées en réunion d'équipe et intégrées au **tableau de bord RSE**, avec un suivi des indicateurs tels que le nombre de projets caritatifs soutenus chaque année.

4 Les relations et conditions de travail

L'équilibre vie pro/vie perso et le bien-être au travail sont les piliers de nos relations internes. Afin d'assurer à chaque salarié les meilleures conditions de travail, Creafirst revendique un management bienveillant permettant d'accompagner au plus près les équipes et de prévenir les risques psycho-sociaux, grâce à une série d'engagements détaillés dans ce chapitre. Dans le cadre d'une démarche d'amélioration permanente, chaque salarié est invité à participer à l'amélioration des conditions de travail en soumettant à tout moment ses idées auprès des managers/équipes.

4.1 Mode de travail : hybride

Depuis 2020, Creafirst a choisi de fonctionner en mode hybride, laissant à ses collaborateurs.trices le choix de venir à l'agence en présentiel ou d'être en distanciel et de faire du télétravail chez eux ou dans un autre lieu (avec accord du manager).

Ce mode hybride repose sur 3 piliers :

- **Confiance**
Le manager doit avoir confiance en ses collaborateurs.trices, pour qu'ils puissent travailler de façon sereine que ce soit à distance ou en présentiel, sans que tout soit organisé, structuré et contrôlé.
- **Transparence**
Dans ce mode hybride, il est nécessaire d'être très clair sa façon de communiquer, dans les objectifs qu'on fixe, ou encore dans les feed-back qu'on va se donner. On va utiliser des outils agiles, des tableaux collaboratifs. On saura qui fait quoi, quand et l'état d'avancement. Tout est documenté, tout est transparent.
- **Equité**
Creafirst s'assure que les décisions et le fait qu'on va autoriser un collaborateur à être en distanciel et un autre à l'être dans des conditions un peu différentes, soit très clair, très explicite et compris de tous, de façon à ce qu'il n'y ait pas une notion d'iniquité.

4.2 Accompagnement des collaborateurs

4.2.1 Entretiens annuels

Afin de favoriser un dialogue régulier et constructif, Creafirst organise des **entretiens individuels semestriels** (annuel et mi-annuel) avec l'ensemble de ses collaborateurs.trices. Ces rendez-vous permettent d'aborder le développement professionnel, la qualité de vie au travail, les besoins de formation et les perspectives d'évolution. Ils sont aussi un moment privilégié pour recueillir les attentes, les idées et les retours des salariés, afin d'ajuster en continu nos pratiques managériales et notre politique RSE.

Entretemps les relations et la communication avec les managers doivent rester suffisamment fluides pour identifier et résoudre un éventuel problème.

4.2.2 Questionnaire de satisfaction

Un questionnaire de satisfaction est envoyé 2 fois par an, aux alentours de mars et de septembre. Celui-ci est anonyme et vise à évaluer l'épanouissement, la qualité de vie et la satisfaction générale des collaborateurs.trices. Les résultats sont analysés de manière collective et donnent lieu à des actions d'amélioration concrètes, afin de garantir un environnement de travail bienveillant, participatif et aligné avec les valeurs de l'agence.

4.2.3 Formation

Creafirst considère la formation continue comme un levier essentiel de développement des compétences et d'épanouissement professionnel. L'agence encourage et accompagne chacun de ses

collaborateurs dans la montée en expertise, qu'il s'agisse de formations techniques, de communication responsable, de sensibilisation RSE ou de développement personnel. En investissant dans la formation, Creafirst renforce l'employabilité de ses équipes, stimule l'innovation et favorise un environnement de travail inclusif et durable.

4.3 Ergonomie des postes de travail

4.3.1 A l'agence

A l'agence, tout le matériel nécessaire au travail ergonomique des collaborateurs.trices est mis à disposition. Si du matériel supplémentaire est nécessaire, le.a collaborateur.trice en informera la direction qui prendra les mesures qui s'imposent.

4.3.2 En télétravail

En télétravail, il est parfois difficile d'avoir une station de travail ergonomique. C'est pourquoi Creafirst s'engage à ouvrir chaque année à ses salariés.es une cagnotte de 150 €/salarié.e pour que ceux-ci puissent s'équiper de façon progressive selon leurs besoins. Cette cagnotte sera disponible via l'assistante de direction qui commandera directement le matériel.

4.4 Rythme de travail

4.4.1 Réunions et contacts professionnels

Afin de respecter cet équilibre, les réunions internes doivent être limitées aux horaires de travail normaux et les réunions clients se feront dans la mesure du possible dans le même cadre. Il est également important de ne pas solliciter un collaborateur pendant ses congés ou arrêt maladie, de ne pas solliciter un collaborateur en dehors des plages de travail (le soir et le week-end).

4.4.2 Droit à la déconnexion

Enfin, il faut savoir se déconnecter : ce n'est pas parce qu'ils sont portables que PC ou téléphone doivent être systématiquement ramenés au domicile et utilisés en dehors des plages de travail. Il est demandé de poser tous ses jours de congés/RTT dans l'année et de partir en congé sans son ordinateur.

4.5 Parental challenge

Creafirst s'engage à faire du lieu de travail un espace de droits et d'épanouissement, où chaque collaborateur peut avancer sereinement dans sa carrière, sans que la parentalité ne constitue un frein à son évolution. La dignité et l'équité guident nos choix, afin que chacun puisse vivre pleinement les différentes étapes de sa vie personnelle et professionnelle.

En signant la Charte du *Parental Challenge*, Creafirst a affirmé sa volonté d'aller plus loin en matière de protection et d'accompagnement des parents et futurs parents. Concrètement, cela se traduit par :

- l'accès à des dispositifs renforcés et inclusifs (arrêt fausse couche 100 % rémunéré, congés enfants malades, accompagnement des parcours PMA ou d'adoption),
- une organisation du travail adaptée (télétravail possible pendant la grossesse et les situations particulières, horaires de réunions compatibles avec la vie familiale),
- la garantie de droits accessibles à tous, sans condition d'ancienneté ni obligation de se confier,
- la formation des managers à la prévention des discriminations liées à la parentalité,
- et le maintien du salaire à 100 % pendant les congés maternité et second parent.

Ces engagements traduisent la volonté de Creafirst de soutenir l'ensemble de ses collaborateurs dans leur rôle de parent, et de promouvoir une culture d'entreprise où l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle est respecté et encouragé.

4.6 Risques psychosociaux

4.6.1 Harcèlement moral et sexuel

Creafirst affirme sa tolérance zéro face à toute forme de harcèlement moral ou sexuel. Tous les collaborateurs, y compris les managers, sont sensibilisés à ces risques à travers des formations spécifiques et la diffusion du guide réalisé par l'AACC. Une attention particulière est portée à l'intégration des nouveaux arrivants, afin qu'ils soient informés dès leur arrivée des comportements attendus et des dispositifs d'alerte existants.

4.6.2 Burn-out

Consciente des enjeux liés à la santé mentale au travail, Creafirst sensibilise ses équipes et ses managers aux risques de burn-out par des formations adaptées et l'appui de ressources mises à disposition, notamment le guide élaboré par l'AACC. L'agence veille également à ce que chaque nouvel arrivant bénéficie d'une sensibilisation progressive, afin de promouvoir une culture de prévention et de vigilance collective.

5 Les bonnes pratiques des affaires

5.1 La belle compétition

Cette Charte, destinée à créer un cadre toujours plus vertueux pour les appels d'offres d'agences, s'articule autour de trois engagements généraux : transparence, responsabilité et sincérité et propose, pour chacun d'eux, des critères objectifs permettant de les mettre en œuvre dans les appels d'offres. Les agences et les entreprises/annonceurs signataires de la Charte s'engagent à appliquer une part significative de ces critères dans les appels d'offres qu'ils conduisent ou auxquels ils participent, en se plaçant dans une démarche de progrès.

5.1.1 Transparence

Les agences - entreprises/annonceurs s'engagent à créer les conditions de transparence nécessaires au bon déroulement de l'appel d'offres à chacune de ses étapes et à permettre une parfaite accessibilité à l'information nécessaire à l'équité entre compétiteurs.

5.1.2 Responsabilité

Les agences - entreprises/annonceurs s'engagent dans l'appel d'offres de manière responsable, en prenant en compte les implications en termes de mobilisation des équipes et de coûts générés par ce processus de part et d'autre. L'engagement est fait dans le respect des équilibres financiers des entreprises, au regard de l'importance de l'investissement qu'il représente.

5.1.3 Sincérité

Les agences - entreprises/annonceurs s'engagent dans l'appel d'offres de manière loyale, sincère et réelle.

5.2 Achat responsable

5.2.1 Responsabilité envers nos fournisseurs

Afin d'adopter des pratiques responsables vis-à-vis de ses fournisseurs, CREAMFIRST s'engage à :

- Respecter les lois et réglementations applicables en matière éthique, environnementale et sociale
- Respecter le processus d'achat en assurant une communication claire et homogène vis-à-vis de tous ses fournisseurs et sous-traitants
- Se conformer au droit de la concurrence et à prévenir tout risque de corruption et de conflits d'intérêts
- Ne pas pratiquer de concurrence déloyale
- Ne pas divulguer d'informations sensibles et confidentielles concernant ses clients, ses collaborateurs ou toute autre partie prenante
- Réduire les risques dépendances financières entre l'agence et ses fournisseurs et sous-traitants
- Respecter les conditions de règlement de ses fournisseurs

5.2.2 Responsabilité de nos fournisseurs

5.2.2.1 Charte d'engagement fournisseurs

Creafirst a fait des achats responsables un pilier de sa politique RSE. Depuis 2025, l'agence s'appuie sur un processus formalisé et une Charte d'engagement RSE fournisseurs, afin d'intégrer systématiquement des critères sociaux, environnementaux et éthiques dans la sélection et la gestion de ses prestataires.

Tous nos fournisseurs s'engagent, à travers la signature de cette charte, à respecter des principes clairs :

- Droits humains et sociaux : conditions de travail dignes, égalité femmes-hommes, diversité, lutte contre les discriminations.

- Environnement : réduction de l'impact écologique, recours à des matériaux responsables (papier recyclé, encres végétales), certifications reconnues (FSC, PEFC, ISO 14001).
- Éthique et intégrité : prévention de la corruption et des conflits d'intérêts, protection des données, pratiques commerciales loyales.
- Produits & services : intégration de critères d'éco-conception, valorisation de solutions locales et durables.
- Engagement sociétal : participation ou soutien à des actions solidaires et associatives.

5.2.2.2 Processus opérationnel

L'intégration de cette charte s'appuie sur un processus clair et transparent, garantissant la cohérence et la traçabilité de nos relations fournisseurs :

1. Consultation – la signature de la charte est explicitement présentée comme une condition préalable dans chaque cahier des charges ou demande.
2. Envoi & signature – la charte est transmise avec le premier devis ou bon de commande, pour validation.
3. Retour & archivage – le document signé est archivé dans un dossier dédié « Chartes d'engagement RSE fournisseurs signées ».
4. Suivi & renouvellement – la référente RSE tient à jour un registre des fournisseurs signataires (nom, date de signature, validité), avec un renouvellement prévu tous les trois ans.

5.3 Lutte contre la corruption

CREAFIRST applique une politique de tolérance zéro à l'égard de toute forme de corruption, de trafic d'influence ou d'avantage indu.

Nous respectons l'ensemble des lois et réglementations nationales et internationales en la matière, notamment la loi Sapin II et les principes de l'OCDE.

Aucun collaborateur ni partenaire ne doit offrir, promettre ou accepter un avantage pouvant influencer une décision professionnelle.

Notre engagement repose sur la transparence, l'intégrité et le respect des règles éthiques du secteur de la santé.

5.4 Utilisation responsable de l'intelligence artificielle

Creafirst considère l'intelligence artificielle comme un outil au service de la créativité, de l'efficacité et de la responsabilité, sans jamais se substituer à l'expertise humaine.

L'agence veille à un usage éthique, transparent et sécurisé de l'IA dans toutes ses activités :

- chaque contenu généré est vérifié et validé par un collaborateur, garant de sa qualité et de sa conformité ;
- aucune donnée confidentielle ou personnelle n'est introduite dans les outils d'IA ;
- les solutions utilisées sont professionnelles, sécurisées et respectueuses du RGPD ;
- les productions respectent la diversité, la dignité humaine et la neutralité ;
- l'impact environnemental des outils est pris en compte dans une logique de sobriété numérique.

Chez Creafirst, l'humain garde le dernier mot : chaque utilisateur d'IA est un acteur de confiance numérique, garantissant des pratiques responsables et traçables au service d'une communication éthique.

6 La protection des consommateurs.

En tant qu'agence de communication spécialisée en santé, Creafirst porte une responsabilité particulière : diffuser des outils éthiques, fiables et inclusifs, tant dans les textes que dans les images. Consciente de l'impact majeur de la communication santé sur l'information et la qualité de vie de millions de Français, l'agence veille à conjuguer **exigence réglementaire** et **responsabilité sociétale**. Nos engagements reposent sur le respect scrupuleux des recommandations déontologiques du **Code de l'ARPP (2017)**, complétées par les codes spécifiques à la communication pharmaceutique. Nous veillons notamment à :

- promouvoir des comportements alimentaires équilibrés,
- protéger les enfants et les publics vulnérables,
- ne jamais valoriser ou banaliser des comportements dangereux,
- intégrer la protection de l'environnement dans nos productions,
- favoriser l'accessibilité (notamment pour les publics malentendants),
- garantir en toutes circonstances la responsabilité et la transparence des messages.

Afin d'ancrer ces engagements dans nos pratiques quotidiennes, l'ensemble des collaborateurs a suivi la **formation à la communication responsable développée par l'AACC et l'ADEME**. Ces principes ont été rappelés lors d'ateliers collectifs dédiés, et chaque nouvel arrivant en est sensibilisé dès son parcours d'intégration.

Depuis 2023, Creafirst renforce cette démarche par l'organisation d'ateliers, qui permettent à chaque collaborateur de partager ses bonnes pratiques et d'approfondir des thèmes comme l'accessibilité, le sexisme ou l'inclusion.

Enfin, l'agence expérimente l'utilisation d'outils innovants tels que **Germaine.ai**, une solution d'évaluation des campagnes de communication, afin de vérifier leur conformité et leur responsabilité environnementale et sociale avant diffusion. Cet usage témoigne de notre volonté de combiner innovation et exigence éthique, dans une logique d'amélioration continue.

Découvrez Le code de l'ARPP :

<https://www.arpp.org/wp-content/uploads/2017/12/Code-ARPP.pdf>

Découvrez la formation AACC/ADEME :

<\\SRVCREGAR001N01\transferts\•POUR TOUT LE MONDE\Communication responsable\AACC ADEME COURS COM RESPONSABLE 071220.pptx>

Découvrez Germaine.ai :

<https://germaine.ai/>