

L'entreprise engagée

Lançon-de-Provence COMMUNICATION



Pauline Bechet, fondatrice de PBC L'Agence.

PBC L'AGENCE S'ENGAGE POUR UNE COMMUNICATION DURABLE

PBC L'Agence, membre du parcours Cedre, se positionne comme une agence de communication digitale engagée dans la RSE et la transition écologique. Elle souhaite accompagner ses clients dans une communication à impact, plus durable.

Trois ans d'accompagnement pour accélérer. C'est l'engagement qu'a pris en 2022 l'agence de communication digitale PBC L'Agence (CA : 1,2 million d'euros), basée à Lançon-de-Provence, lorsqu'elle a intégré le parcours Cedre. Créé par la Région Sud, ce dernier propose un accompagnement et un financement aux entreprises qui s'engagent dans la création d'emplois en région et qui veulent initier ou porter une démarche de responsabilité sociétale des entreprises (RSE) et de transition écologique. «Pendant trois années, nous allons être accompagnés par un coach RSE afin de mettre en place un plan d'action pour devenir encore plus vertueux», détaille

Pauline Bechet, qui a fondé l'agence en 2017. Création d'un comité RSE en interne, processus d'achat responsable et sensibilisation des clients et des fournisseurs à cette problématique sont au programme.

COMMUNAUTÉ «LES ENTREPRISES S'ENGAGENT»

La dirigeante découvre la notion de responsabilité sociétale dans le cadre d'une mission qu'elle réalise pour son client Terre d'Oc, une entreprise à mission qui propose des thés bio et éthiques basée à Villeneuve dans les Alpes-de-Haute-Provence. En 2019, lors de son installation dans ses locaux actuels, l'agence choisit de rénover une ancienne maison en friche. «Nous avons alors mis en place nos bureaux (70 m², NDLR) en éco-conception, réalisés à partir de conteneurs recyclés par l'entreprise AB Façade de

Salon-de-Provence. Nous avons aussi ouvert un restaurant dans la bâtisse ce qui crée de la vie et une dynamique dans le village». Outre le parcours Cedre, l'agence fait également partie depuis 2022 de la communauté «les entreprises s'engagent» lancé par le gouvernement en 2018 afin de fédérer les entreprises qui militent pour une société plus inclusive et un monde durable. «Nous ne fabriquons pas de produits, nous sommes dans le service, mais il y a beaucoup de choses à faire et les salariés sont très sensibles à cet aspect. Ils souhaitent aujourd'hui que les entreprises ne soient pas que des machines à faire de l'argent et à traiter des clients».

Au sein de PBC, de nombreuses micro-actions sont ainsi mises en place. Les salariés utilisent ainsi le moteur de recherche Ecosia, qui contribue à replanter des arbres dans le monde, au lieu de Google, ou l'application Twicpics qui permet d'optimiser le poids informatique des images sur internet et donc de réduire la consommation des différents serveurs qui les hébergent. PBC L'Agence encourage aussi ses clients à réfléchir sur une communication à impact, respectueuse de son environnement. «Si un client veut utiliser du plastique pour sa communication, nous allons lui proposer des alternatives. Depuis le Covid, tout le monde veut communiquer sur les réseaux sociaux notamment, mais il est important de se poser la question de son bilan carbone. Nous aidons les entreprises à se transformer, à avoir une vision globale», détaille la dirigeante. Et de poursuivre : «Nous sommes toujours à la recherche d'outils qui vont permettre à nos clients d'être éco-responsables. Notre métier évolue tous les mois. Les réseaux changent tout le temps», conclut Pauline Bechet qui ambitionne de positionner PBC comme l'une des agences les plus engagées au niveau national.

Didier Gazanhes