

# RAPPORT D'ACTIVITÉ 2023



Agitateur d'un marketing plus responsable.

JUIN 2024

## Notre constat

Le constat est sans équivoque : chaque jour, nous recevons des dizaines d'emails commerciaux que **nous ne lisons presque jamais**. Ces messages deviennent rapidement obsolètes, souvent quelques jours après leur réception. Pensez aux promotions valables uniquement pour une courte période, aux newsletters dont les actualités sont déjà dépassées à leur arrivée. Ces emails **alourdissent notre charge mentale**, nous incitent à **consommer toujours plus** de produits dont nous n'avons pas réellement besoin et sont **inutilement stockés** dans des centres de données.

Cette liste, bien que non exhaustive, illustre les "coûts cachés" liés à l'emailing et, plus largement, au marketing. **Il est crucial de repenser nos pratiques actuelles** et de trouver de nouvelles façons de communiquer, éduquer, sensibiliser et accompagner vers des modes de pensée et de consommation responsables.



## Qui sommes-nous ?

Badsender, c'est une bande de **10 spécialistes du numérique ayant une forte expertise en emailing et newsletter**.

Nous sommes convaincus qu'il **faut casser les bons vieux réflexes marketing** si nous voulons faire converger intérêts économiques et intérêt général.

**Nous intervenons sur toute la chaîne email** : *choix d'outil, délivrabilité, conseils stratégiques, rédaction, conception*.

Nous parlons aussi de l'utilité de vos campagnes, de l'impact de vos messages, d'éco-conception, d'accessibilité et de ligne éditoriale. **Nous oeuvrons chaque jour transformer le secteur de l'emailing**, du CRM et, plus largement, du marketing et de la communication.

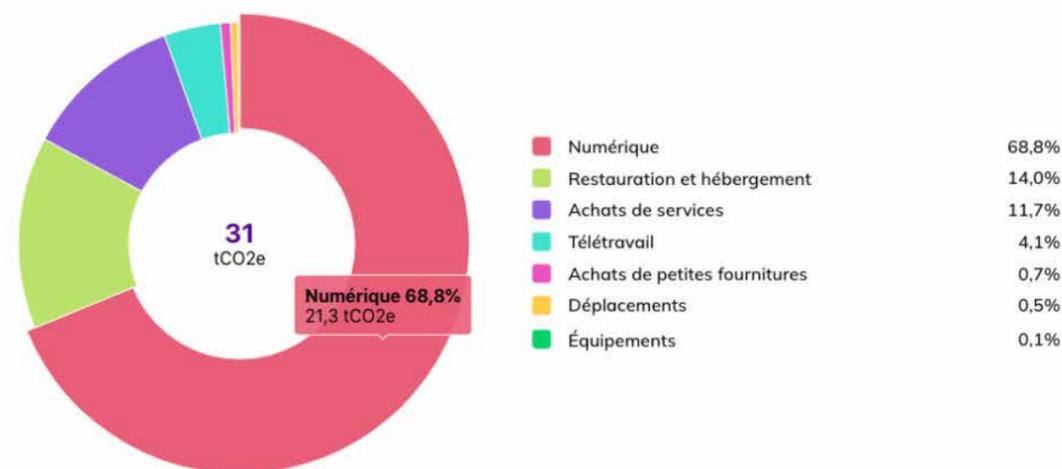
# PLONGEONS DANS L'ANNÉE 2023

## 31t CO<sub>2</sub> émises

Depuis 2021, nous calculons chaque année notre bilan carbone qui inclut les scopes 1, 2, 3. Après une baisse drastique de notre bilan carbone en 2022 (-56%), nous sommes passés de 33 à 39 kg de CO<sub>2</sub> par millier d'euros de chiffre d'affaires en 2023. Notre poste le plus émetteur est de loin le numérique.

Il est difficile de faire bouger certains postes. Il reste des axes d'optimisation et nous allons nous y pencher. Mais, notre intensité carbone est déjà très basse. Et nous ne pourrons pas la réduire indéfiniment.

L'idéal serait de calculer le scope 4, c'est à dire, pouvoir mesurer les conséquences de notre activité de marketing. Malheureusement, il n'existe pas de méthodologie pour ça. Nous préférons donc concentrer nos efforts à faire évoluer nos prestations de services et notre clientèle. Notre force de frappe sera beaucoup plus grande si nous accompagnons les organisations à aligner leurs engagements RSE à leurs pratiques de marketing et de communication.



## Une raison d'être dans nos statuts

En mai 2023, nous avons réalisé l'atelier **2tonnes** avec l'ensemble des collaborateurs. En juin 2023, nous avons formulé collectivement une raison d'être et inscrit celle-ci dans nos statuts :

Nous accompagnons les organisations qui veulent prendre leurs responsabilités concernant l'urgence écologique et les questions éthiques. Nous les aidons à aligner leur communication et leur marketing à leurs valeurs. Notre objectif ? Que les marques engagées bénéficient du pouvoir d'influence qu'elles méritent.

## 12 collaborateurs

En 2023, 12 collaborateurs réguliers dont 8 salariés et 4 freelances ont travaillé pour Badsender. Notre objectif est d'**internaliser les compétences** et de baisser le recours à des freelances. En 2023, nous avons converti un freelance en salarié : Olivier Fredon.

Chaque salarié bénéficie de 3 actions gratuites et a la possibilité d'en acheter davantage. En plus des actions gratuites, nous avons accueilli 2 nouveaux associés : Olivier Fredon et Pierre Jarrige (consultant extérieur). Nous sommes maintenant 9 collaborateurs associés sur 12.

# ÉLARGISSEMENT DE NOTRE GAMME DE SERVICES

En novembre 2023, nous avons créé une page dédiée à notre [activité d'agence de communication responsable](#) afin de matérialiser l'évolution de notre gamme de service. Notre volonté est aussi de mieux nous intégrer dans un éco-système marketing et communication responsable.

## Rédaction first

Nous sommes convaincus que les contenus éditoriaux et **la rédaction des messages est l'élément sur lequel investir en priorité**. En juin 2023, nous avons approfondi nos connaissances en rédaction avec l'agence [Le sens du poil](#), ce qui nous a amené à ajouter une prestation de [rédaction](#) à notre catalogue de services en octobre 2023. De mai à décembre 2023, nous avons aidé notre client [Rapid Flyer](#) à [passer d'un discours promotionnel à un discours éditorial dans ses messages de marketing automation](#).

## Éco-conception et accessibilité d'abord

Nous croyons aux design efficaces et sobres. Nous ne croyons pas tellement aux effets "wahoo" comme les carrousels ou autres contenus dits innovants qui alourdissent les emails et ne s'affichent que sur une infime partie des environnements d'ouvertures. Nous ne laissons personne de côté.

**L'éco-conception et l'accessibilité doivent être la norme**. Dans la mesure du possible, nous mettons en place toutes les [techniques d'éco-conception email possibles](#) dès la phase de design et de rédaction des emails. Nous veillons à ce que **nos intégrations emails soient les plus accessibles possibles aux personnes en situation de handicap**, victimes de troubles neurologiques et compréhensibles même dans le cas d'une absence de chargement des images. En octobre 2023, nous avons publié [notre charte interne d'intégration HTML pour l'email](#).

## Industrialisation de la production

Nous aidons les entreprises dans l'industrialisation de leur stratégie emailing avec une préoccupation humaine, éthique et collaborative. 2023 aura été l'année de la migration de toute notre production email (à la carte ou pour les design systems) vers le [framework email Maizzle](#). Nous avons mis les mains dans 4 nouveaux emails builders du marché. Ce qui nous amène à 19 email builders connus par Badsender.

Notre [email builder](#) Le Patron est en open source. Il a bénéficié de plusieurs [nouvelles fonctionnalités](#), comme l'arrivée des variables de personnalisation, de nouvelles fonctionnalités de tracking des liens, du contrôle qualité, et surtout, une nouvelle version majeure, avec l'arrivée de [l'enregistrement de blocs personnalisés par l'utilisateur](#).

# NOS ACTIONS DE COMMUNICATION ET DE VULGARISATION

## Trafic doublé

À l'origine, **Badsender est un blog**. Le partage de nos connaissances est dans notre ADN. Nous aimons partager nos expériences à travers des articles, des lives et des podcasts **sans échange de données personnelles**. Vous ne verrez pas de formulaire d'inscription à nos lives, ni de formulaire de collecte pour télécharger un livre blanc ou autre. Tous nos contenus sont en accès libre, certains sont sous licence Creative Commons.

## 60 articles - 15 lives - 11 newsletters

Nous avons également publié plus de **60 articles sur notre blog**, réalisé **15 lives sur YouTube**, enregistré **1427 écoutes de notre podcast sur l'emailing**, envoyé **11 newsletters** et créé une section dédiée aux exemples d'emailings qui en contient déjà plus de 50.

Dans le cadre de notre politique d'achat responsable, nous avons migré notre solution d'envoi de newsletters de Sharpspring, solution américaine où les données sont hébergées aux US, vers **Brevo, un des acteurs les plus engagés** sur les sujets environnementaux où les données sont hébergées en France, en juin 2023.

**60**  
**articles**  
sur notre blog

**15**  
**lives**  
sur YouTube

**11**  
**newsletters**  
sur l'emailing

**1427**  
**écoutes**  
de notre podcast

# NOS ACTIONS POUR BOUSCULER LE SECTEUR DE L'EMAILING

ET PLUS LARGEMENT  
CELUI DU  
MARKETING ET DE LA  
COMMUNICATION

## Notre place dans l'éco-système emailing

En 2023, nous avons assisté à plus de 10 démos des outils de routage du marché, nous avons investigué 4 email builders, interviewé 2 routeurs dans nos lives. **Nous n'avons aucun partenariat privilégié ni apport d'affaires** avec un outil particulier. Nous avons toujours refusé ces pratiques malgré de nombreuses propositions et continuerons de le faire. Ce mode de fonctionnement contribue à notre capacité à **fédérer et à rassembler les acteurs**. C'est tout ce qui compte pour nous.

## Date d'expiration des emails

Nous sommes convaincus que chaque secteur, chaque activité doit se transformer, y compris le secteur de l'emailing et du marketing. En 2021, nous avons initié un premier grand chantier: **inclure des dates d'expiration dans les emails**. En 2021 et 2022, nous avons consacré plusieurs dizaines d'heures à faire avancer ce projet, en bousculant les pratiques des expéditeurs, des routeurs d'emails et des fournisseurs de messagerie. En 2023, nous avons failli abandonner ce projet. Faute de temps et d'argent. Fin 2023, nous avons décidé de réinvestir ce projet. **Notre travail de plaidoyer consistera à mobiliser les acteurs de l'industrie de l'email, réunir les fonds pour mener ce projet à terme.**

## 18 épisodes de notre podcast Sobriété & Marketing, 4 newsletters

En 2023, nous avons enregistré 18 épisodes de notre podcast **Sobriété & Marketing** pour **8761 écoutes**. Pour conscientiser toujours plus les **marketeurs**, nous avons créé une newsletter portant le même nom Sobriété & Marketing en septembre 2023. 4 newsletters Sobriété & Marketing ont été envoyées de septembre à décembre 2023. Le nombre d'abonnés est de 516 en décembre 2023.

En juillet 2023, **nous avons participé à une bêta-test de la fresque du marketing initié par l'ADETEM**. Fin 2023 nous avons décidé de devenir membre de l'ADETEM et plus particulièrement du Collectif Responsables!.

# SANTÉ FINANCIÈRE

**759 K€**

Nous avons généré un chiffre d'affaires de 759 K€. Pour un résultat de -25k€. **Nous avons pour objectif de stabiliser notre chiffre d'affaires** d'année en année. C'est chose faite. Notre modèle économique est principalement basé sur du temps homme. Comme toute agence de conseil, ce type de business ne permet pas de dégager une marge ultra importante. Notre seul axe de manoeuvre est de continuer à industrialiser toujours plus nos pratiques. Depuis la création de Badsender, notre objectif est de travailler joyeusement, confortablement, en privilégiant la famille.

Chaque année, **notre budget prévoit d'atteindre l'équilibre** avec idéalement un petit matelas de sécurité budgétisé autour de 50k euros. Nous n'avons pas réussi cette année à atteindre cet objectif. La plus grosse charge de notre business est la masse salariale. Comme notre rémunération est déjà confortable, nous avons choisi de maintenir le même niveau de rémunération des salariés en 2023 malgré le fort contexte inflationniste en 2023. Nous n'avons pas non plus augmenté nos coûts auprès de nos clients. D'un point de vue business, l'été a été très léger. L'occasion de faire du travail de fond que nous n'avons pas toujours l'occasion de faire le reste de l'année, mais quand même, nous aimons bien avoir un minimum d'activité durant l'été.



**102 clients -  
3 refus de potentielles  
collaborations**

Nous avons accompagné 102 clients en 2023. Badsender ne démarché pas les clients à froid. Ils viennent à nous naturellement. Ce qui nous apporte des ventes, c'est la qualité du contenu que nous publions et le bouche à oreille.

En mai 2023, **nous avons acté que nous souhaitons accompagner les organisations ayant le moins d'impact sur la destruction du vivant.** Nous refusons catégoriquement de collaborer avec des activités destructrices. Nous soutenons les entreprises ayant intégré la transition écologique et sociale au cœur de leur modèle d'affaires. Nous encourageons les secteurs de l'action sociale, des services, de la santé, de la formation, des collectivités, de l'administration publique, ainsi que toutes les organisations contribuant au fonctionnement de la société de demain. Nous avons démarré une réorientation de notre clientèle vers des marques plus engagées. Nous avons co-construit une grille d'évaluation en interne. Grille comportant des critères environnementaux, sociaux ou encore éthiques. Nous avons refusé 3 potentielles collaborations à cause du secteur d'activité trop destructeur et par manque d'engagement après discussion avec elles. Cela fait partie des points très sensibles, en interne notamment, car cela peut avoir un impact sur notre chiffre d'affaires et donc notre stabilité financière.

# **Merci à toutes et tous**

Pour toute question ou remarque,  
vous pouvez nous contacter à l'adresse  
[yesreply@badsender.com](mailto:yesreply@badsender.com)

**bad** **sender**

Agitateur d'un marketing plus  
responsable.