



Notre démarche RSE

Découvrez nos engagements pour appliquer notre raison d'être dans nos pratiques.

La mise en place de notre démarche RSE

Par cohérence avec nos services de cabinet de conseil RSE, nous avons structuré notre démarche RSE pour **limiter les impacts négatifs et optimiser les impacts positifs**.

La cartographie des parties prenantes

Un des principes clés de la RSE est l'interconnexion entre l'entreprise et son écosystème. Nous avons donc listé nos parties prenantes : les acteurs qui influencent ou sont influencés par nos activités. **Nous développons ainsi des relations plus qualificatives et durables** avec nos clients et nos partenaires.

L'impact des territoires

Nous identifions les enjeux prioritaires pour nos territoires d'importance et de perfor...

RAPPORT DE MISSION #3

DÉCEMBRE 2023





L'ENTREPRISE RESPONSABLE

Une entreprise responsable est consciente de ses impacts et agit pour soit les réduire, si négatifs ils sont, soit les maximiser, si positifs ils sont. Qu'ils soient présents en interne dans des processus, ou en externes auprès de son écosystème.

Ainsi, différents référentiels peuvent servir de référence à la définition de votre démarche de gestion d'impacts : B Corp, Lucie, Engagé RSE... ou encore la norme internationale de référence en RSE l'ISO 26000 elle-même.



Quid de l'utilité ?

Une **ENTREPRISE** peut être **RESPONSABLE** mais son utilité peut être questionnée. Ici s'expose la notion de raison d'être et de mission. Pourquoi mon entreprise existe-t-elle ? Pourquoi, en tant que dirigeant.e ou salarié.e, j'exerce quotidiennement ce métier dans cette entreprise ? Quelle est la contribution de mon entreprise aux grands enjeux de société, qu'ils soient sociétaux, sociaux ou environnementaux ?

Une entreprise utile et responsable est une entreprise qui contribue par son cœur d'activité à une cause sociale, sociétale ou environnementale et qui s'assure de la bonne maîtrise de ses impacts dans et auprès de son écosystème.

Notre retour d'expérience

À **L'AGENCE DÉCLIC**, nous nous sommes posés ces questions.

Sommes-nous responsables ? Utiles ?

Pour ce faire, afin de garantir de notre responsabilité en tant qu'acteur économique au sens de la **RSE**, nous avons sélectionné le **LABEL B CORP** comme référentiel de gestion d'impact. Organisé autour de 5 piliers, ce label nous permet de structurer nos engagements dans la durée et dans le cadre de la réalisation de nos activités. Gestion des émissions de gaz à effet de serre, égalité femmes-hommes, conditions de travail ou encore éthique fournisseurs, tous nos impacts sont balayés et gérés dans leur globalité.

EN 2019 est née la qualité de **SOCIÉTÉ À MISSION**. **L'AGENCE DÉCLIC** avait déjà depuis quelques temps défini sa raison d'être, son pourquoi, à savoir « contribuer à rendre nos territoires plus performants et durables ». Nous avons saisi l'opportunité de définir des objectifs sociaux et environnementaux de contribution, de définir notre mission et d'intégrer le tout dans nos statuts. Devenir société à mission nous a permis de formaliser cette contribution sociétale qui nous animait et qui continue de nous animer, au plus près du cœur d'activité de l'agence, de son business model.

Notre raison d'ê**tre**

CONTRIBUER À RENDRE NOS TERRITOIRES PLUS PERFORMANTS ET DURABLES.

- ▶ Par **PERFORMANTS**, nous entendons utiles pour les usagers/clients et efficaces.
- ▶ Par **DURABLES**, nous entendons qui tiennent compte des enjeux sociaux, environnementaux, économiques et de gouvernance, dans une logique d'intérêt général.

POUR ATTEINDRE NOTRE MISSION, NOUS TRAVAILLONS AVEC TOUS LES ACTEURS D'UN TERRITOIRE DE MANIÈRE DÉCLOISONNÉE AVEC LES OBJECTIFS SUIVANTS :

- ▶ Aider **LES ENTREPRISES** à intégrer la notion d'intérêt général dans leurs pratiques via l'accompagnement à la mise en œuvre de démarche RSE.
- ▶ Accompagner **LES COLLECTIVITÉS** à délivrer un meilleur service via la mise en œuvre d'une organisation inclusive, d'une gestion de projet optimisée, d'achats publics durables.
- ▶ Accompagner **LES ASSOCIATIONS** dans leur structuration pour construire un modèle pérenne notamment économiquement.

Nous sommes convaincus qu'il n'y a pas que les institutions publiques qui doivent se préoccuper de l'intérêt général, c'est également le rôle du monde économique, la notion d'entreprise à mission corrobore cette idée, c'est pourquoi nous nous sommes intéressés à cette qualité et avons décidé de nous inscrire dans ce mouvement, car notre entreprise n'a de sens que si elle contribue positivement à la société.

PARTIS PRIS :

Nous avons choisi une raison d'être qui laisse une large place à la diversité de futures activités de l'entreprise. C'est un choix délibéré car nous souhaitons demain, en cohérence avec la raison d'être, pouvoir développer de nouvelles activités (média, lieux...). Ainsi notre raison d'être décrit notre ambition d'innovation et permet à chacun au sein de l'entreprise de faire preuve de projection et d'imagination.

Nos objectifs quant à eux sont centrés sur le cœur de l'activité et du business model de l'entreprise. Ils constituent les moteurs de la contribution sociétale de l'entreprise et des impacts positifs qu'elle génère.

Comme toute activité humaine, l'Agence Déclic génère également des impacts sociétaux négatifs notamment d'un point de vue environnemental, qu'il convient de réduire. Nous avons fait le choix d'aborder ces sujets en développant un ensemble de pratiques responsables au sein de l'agence que nous faisons évaluer selon le référentiel international exigeant : B Corp.

Enfin, par le cœur de l'activité de l'entreprise en lien avec le développement durable ainsi qu'un certain nombre de conditions économiques et de gouvernance qu'elle applique, l'Agence Déclic a obtenu l'agrément d'Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale.

Nous considérons les approches « entreprise à mission », « B Corp » et « ESUS » comme complémentaires et veillons à les articuler pour limiter les redondances en termes de reporting, maximiser nos impacts positifs et minimiser nos impacts négatifs sur la société.

LE COMITÉ DE MISSION DE L'AGENCE DÉCLIC :

Pour mémoire, la réglementation ne nous impose pas l'existence d'un comité de mission mais nous l'avons mis en place de façon volontaire.

Un comité de mission dans un format « technique » restreint à 3 membres (1 représentant des salariés, 1 représentant des associés, 1 expert interne).

Une extension plus stratégique grâce à nos invités permanents (représentant différentes parties prenantes de l'entreprise) et ponctuels en fonction des sujets, pour une durée d'une année.

LA LISTE DES INVITÉS PERMANENTS REGROUPE UNE DIZAINE DE PERSONNALITÉS.

Membres du comité de mission :



Julien Jarny,
AGENCE DÉCLIC
représentant des salariés



Julie Massieu,
AGENCE DÉCLIC
représentante des associés



Anne-Laure Simon,
AGENCE DÉCLIC
en charge de la stratégie de l'agence

Liste des invités permanents :



Paul Le Callennec
Conseil Départemental de Mayenne
(Client Secteur Public)



Geoffroy Belhenniche
EME-Unilassalle (Monde de l'éducation)



Jérémie David
La Cordée (Territoire)



Guillaume Chevalier
Groupe Maintenant (Partenaire)



en cours de désignation
LA NEF (Fournisseur)



Agnès Humberdot
Naviso (Client Secteur privé)



Romain Cuculi
Village by CA (Territoire)



Vincent CARRIO
Vinci Energies (Client Secteur privé)



André Sobczak
Eurocities (expertise RSE et international)

édito par Anne-Laure SIMON

L'AGENCE DÉCLIC FÊTERA SES 10 ANS L'ANNÉE PROCHAINE DONT 5 EN TANT QUE SOCIÉTÉ À MISSION.

Il y aura donc eu un avant et un après ; pas uniquement sur le papier ou en nombre d'années mais bien dans la réalité du pilotage de l'entreprise et de sa gouvernance.

Nous avons fait évoluer le comité de mission cette année pour que chacun puisse contribuer de manière efficiente. Une autre évolution majeure est venue modifier la gouvernance de l'entreprise : l'ouverture du capital aux salariés. Il s'agissait de renforcer le projet collectif autour de la mission de l'entreprise en permettant aux salariés désireux d'une nouvelle forme d'engagement (et de risque) de pouvoir le faire !

Nous sommes désormais **7 ASSOCIÉS** à porter le projet de l'entreprise avec toujours comme boussole notre mission.

Agnès HUMBERDOT

Directrice générale déléguée de SOGESCO
et invitée permanente de notre comité de mission

« J'aime ces moments composés, à la fois de hauteur de vue, et de décisions pragmatiques. »

Pourquoi avoir accepté d'être membre du comité ?

L'entreprise à mission et le comité de mission constituent de nouvelles formes de gouvernance pour l'entreprise. À la fois honorée d'être sollicitée pour y participer, j'y trouve aussi l'opportunité de me familiariser avec cette innovation sociale qui met la **transparence** et l'**échange** avec ses parties prenantes au cœur de son modèle.

Comment voyez-vous votre rôle au sein de ce comité ?

Les membres du comité sont issus d'horizons divers, représentants à la fois les sphères **publiques, privées et associatives**. J'essaie d'apporter la teinte qui est la mienne, à savoir, celle d'**une dirigeante de PME** du secteur privé. Je partage à la fois mes perceptions, expériences, attentes et intérêts avec le collectif, permettant ainsi à l'**Agence Déclic** d'être au contact de son marché, et par voie de conséquence, d'augmenter son impact.

Vous êtes entrée au comité récemment, quel est votre regard sur ce qu'il s'y passe ?

J'aime ces moments composés, à la fois de hauteur de vue, et de décisions pragmatiques. **Partager la stratégie** de l'entreprise nécessite une grande confiance de la part des représentants de l'**Agence Déclic**. Le climat qui règne lors des comités de mission est fait de transparence, ouverture et humilité. J'apprécie également l'implication **bienveillante** de chacun des membres qui compose le collectif.



LE COMITÉ DE MISSION A TRAVAILLÉ, SUR PRÉCONISATION DE L'OTI, POUR PRÉCISER LA DÉFINITION DE LA NOTION DE TERRITOIRE ET D'INTÉRÊT GÉNÉRAL :

La notion de territoire

DÉFINITION PROPOSÉE :

« Un territoire est un écosystème d'acteurs publics, privés, associatifs, qui ont des sujets d'intérêt en commun, une liberté de décision et qui gagneraient à se parler. Ils sont répartis dans une géographie permettant des rencontres facilitées (environ 80 km et/ou 1h de transport) donc des expériences réelles, vécues ensemble. »

LES CONSÉQUENCES EN TERMES D'ORGANISATION À L'AGENCE DÉCLIC :

- ▶ **DES CLIENTS ACCESSIBLES SELON LE MODÈLE DE DÉPLACEMENT DE L'AGENCE** (Fréquence et Distance // exemple : distance longue possible mais à fréquence faible à fortiori en cas de transport carbonés)
- ▶ **TENIR COMPTE DE L'ÉCO-SYSTÈME LOCAL LORS DE NOS ACCOMPAGNEMENTS**
- ▶ **UNE PRÉSENCE EFFECTIVE DANS LES RÉSEAUX LOCAUX MULTI-ACTEURS**
- ▶ **L'AGENCE A UNE AUTONOMIE DANS LA PRISE DE DÉCISION**

La notion d'intérêt général

DÉFINITION PROPOSÉE :

« L'intérêt général est défini comme "ce qui est pour le bien public". Il a été aussi défini comme "la capacité des individus à transcender leurs appartenances et leurs intérêts pour exercer la suprême liberté de former ensemble une société politique" (Rapport public du Conseil d'Etat de 1999)»

Une certaine nécessité de ne plus voir seulement court terme, mais plutôt moyen et long termes !

LES CONSÉQUENCES EN TERMES D'ORGANISATION À L'AGENCE DÉCLIC :

- **L'INTÉRÊT GÉNÉRAL EST TRADUIT EN INTÉRÊT COLLECTIF**
Passer son besoin particulier au besoin du collectif (ouverture du capital, gouvernance transparente, intéressement, manifeste...)
- **TRADUCTION DANS NOS OFFRES : VIA LE MANIFESTE.**
Penser plus grand et plus loin que maintenant.
- ▶ **POUR NOS CLIENTS PRIVÉS**, une différence entre « pour l'intérêt général » qui induit une obligation de résultats et « dans une logique de » impliquant une logique de moyen.
- ▶ **POUR NOS CLIENTS PUBLICS**, les collectivités doivent respecter l'intérêt général, sans rentrer dans une obligation de résultats, un entre-deux.

Nos autres ajustements en cours

POUR SUIVRE L'INTÉGRATION DES VALEURS CIBLES ET INDICATEURS NOTAMMENT DANS LE SYSTÈME D'INFORMATION POUR FACILITER LA COLLECTE DES DONNÉES – ARTICULER LES DONNÉES AVEC L'ENSEMBLE DES INDICATEURS DE L'ENTREPRISE

DÉTERMINER PLUS FINEMENT EN INTERNE LES RESPONSABILITÉS EN MATIÈRE DE COLLECTE DE DONNÉES, D'ANIMATION INTERNE ET D'ANIMATION DU COMITÉ DE MISSION ET REDÉSIGNER UN REPRÉSENTANT DES SALARIÉS

IL A ÉTÉ DÉCIDÉ QUE LE REPRÉSENTANT DES SALARIÉS SERAIT ENCORE JULIEN JARNY AFIN DE BÉNÉFICIER DE SON EXPÉRIENCE ET HISTORIQUE.

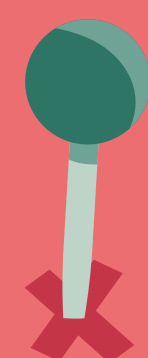
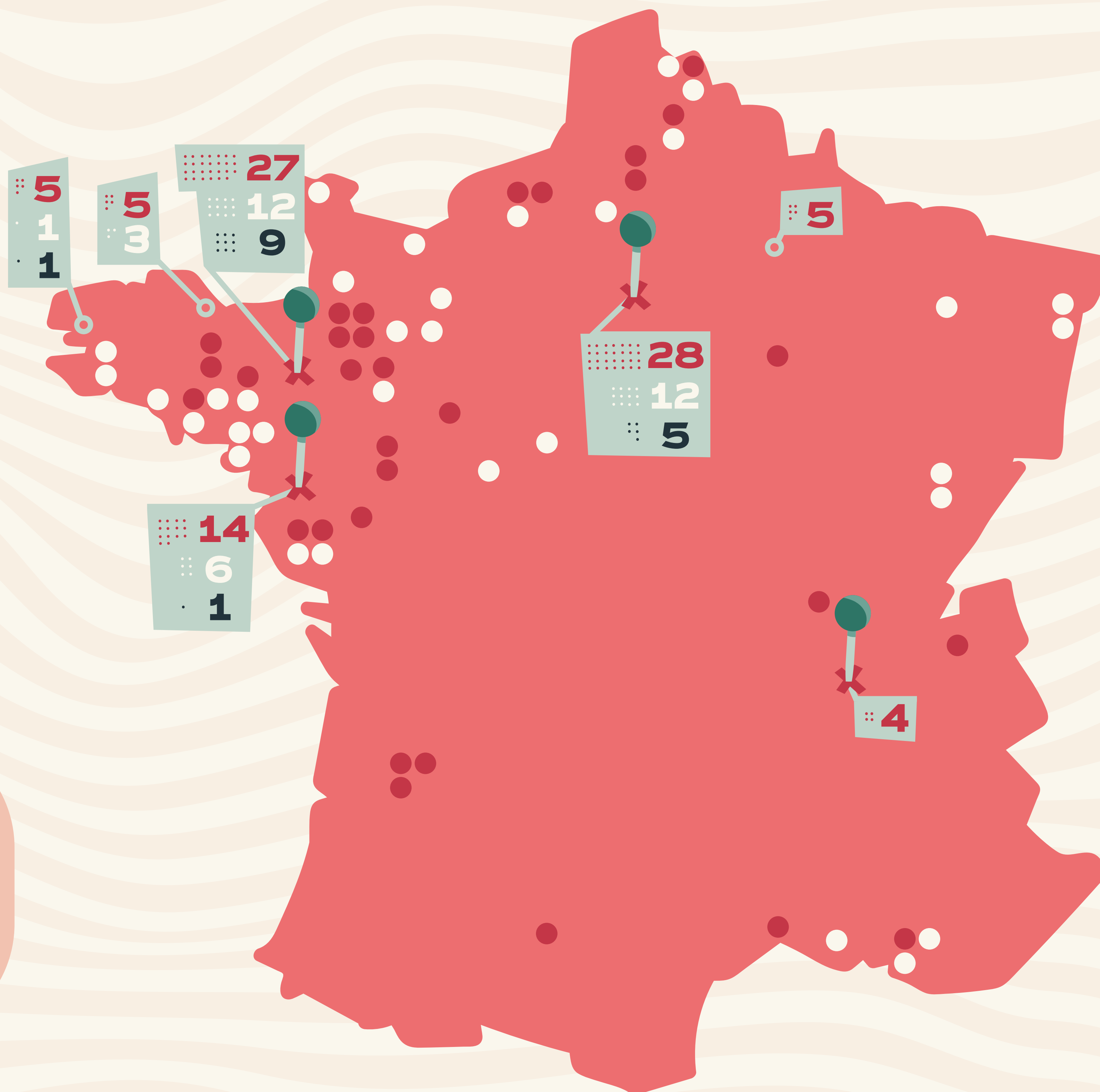
D'AUTRES CHANTIERS RESTENT OUVERTS. IL NOUS RESTE DE L'ÉNERGIE À METTRE POUR ARRIVER AU BOUT POUR PASSER DE L'INTENTION À LA RÉALISATION..



NOTRE PRÉSENCE SUR LE TERRITOIRE

RENFORCEMENT DES ANTENNES EXISTANTES ET OUVERTURE D'UNE NOUVELLE AGENCE EN RÉGION POUR AUGMENTER LA COUVERTURE GÉOGRAPHIQUE DE L'ENTREPRISE ET LA PROXIMITÉ AVEC LES ACTEURS DE CE TERRITOIRE

EN 2023, NOUS AVONS ÉTOFFÉS LES 3 SITES EXISTANTS (RENNES, NANTES ET PARIS) ET OUVERT UNE NOUVELLE AGENCE À LYON



IMPLANTATION DES AGENCES DÉCLIC

TIPOLOGIE DE CLIENTS (2022-2023)

● PRIVÉ ● PUBLIC ● ASSOCIATION



L'IMPACT DE NOS ACCOMPAGNEMENTS SUR NOS CLIENTS ET LES TERRITOIRES

1. L'IMPLICATION DES DÉCISIONNAIRES DANS NOS MISSIONS
2. L'IMPLANTATION DE NOS CLIENTS EN RÉGION PAR RAPPORT À PARIS
3. LE TAUX DE CROISSANCE DE L'AGENCE DÉCLIC

LA QUALITÉ DE NOS ACCOMPAGNEMENTS

1. LA SATISFACTION DE NOS CLIENTS
2. LA RECOMMANDATION DE NOS CLIENTS
3. L'UTILITÉ DE NOS MISSIONS
4. LA MONTÉE EN COMPÉTENCES DE NOS INTERLOCUTEURS



4

CATÉGORIES
D'INDICATEURS



NOTRE SPHÈRE D'INFLUENCE

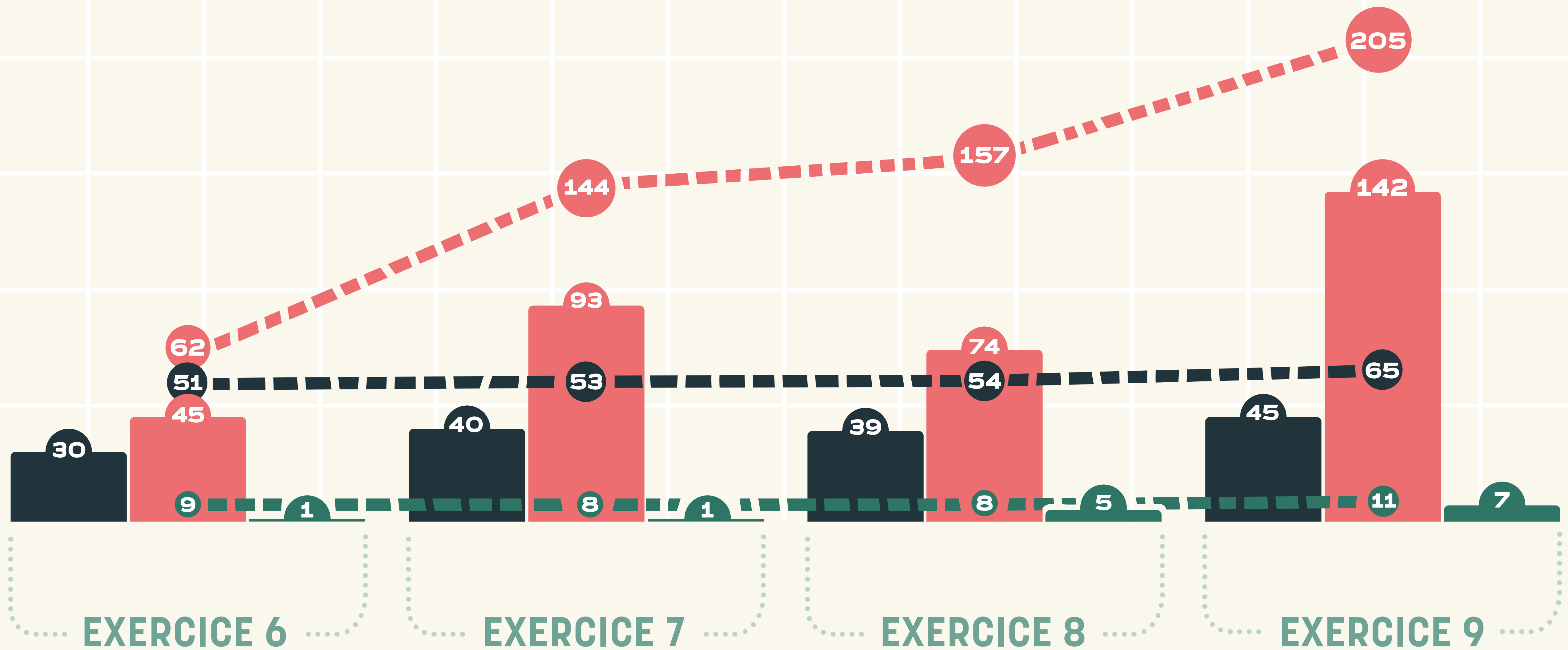
1. LES ENTRETIENS CONSEILS, ABONNÉS RÉSEAUX SOCIAUX ET INVESTISSEMENTS RÉSEAUX
2. LA PRODUCTION DE CONTENUS (ARTICLES, LIVRES BLANCS...)
3. LA PARTICIPATION AUX CHANTIERS COLLECTIFS SUR LE CONSEIL RESPONSABLE



NOTRE MAÎTRISE DES STANDARDS ET RÉFÉRENTIELS EN DÉVELOPPEMENT DURABLE

1. L'IMPLÉMENTATION EN INTERNE DES PLUS HAUTS STANDARDS
 2. LA MAÎTRISE DES RÉFÉRENTIELS / MÉTHODES
- 

LES RÉSULTATS DES INDICATEURS SONT PRÉSENTÉS EN TENANT COMPTE DES 3 TYPOLOGIES DE CLIENTS MENTIONNÉS DANS LES STATUTS ET NOUS AVONS ÉTABLI DES VALEURS CIBLES, QUI ONT ÉTÉ APPROUVÉES PAR LE COMITÉ DE MISSION.




 NOMBRE DE CLIENTS
 SECTEUR PUBLIC


 NOMBRE D'ACCOMPAGNEMENTS
 SECTEUR PUBLIC


 NOMBRE DE CLIENTS
 SECTEUR PRIVÉ


 NOMBRE D'ACCOMPAGNEMENTS
 SECTEUR PRIVÉ


 NOMBRE DE CLIENTS
 ASSOCIATION


 NOMBRE D'ACCOMPAGNEMENTS
 ASSOCIATION

DES OBJECTIFS STRATÉGIQUES

EN AIDANT LES ENTREPRISES À INTÉGRER LA NOTION D'INTÉRÊT GÉNÉRAL DANS LEURS PRATIQUES EN LES ACCOMPAGNANT DANS LA MISE EN ŒUVRE D'UNE DÉMARCHE DE RESPONSABILITÉ SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE.



EN AIDANT LES COLLECTIVITÉS À DÉLIVRER UN MEILLEUR SERVICE GRÂCE À LA MISE EN ŒUVRE D'UNE ORGANISATION INCLUSIVE, D'UNE GESTION DE PROJET OPTIMISÉE, D'ACHATS PUBLICS DURABLES.

EN ACCOMPAGNANT LES ASSOCIATIONS DANS LEUR STRUCTURATION POUR CONSTRUIRE UN MODÈLE PÉRENNE NOTAMMENT ÉCONOMIQUEMENT.



INDICATEURS DE MESURE DE LA QUALITÉ :

| EXERCICE | CONSEIL | | FORMATION | | VALEURS CIBLES EXERCICE 9* |
|---|------------|----------------|------------|------------------|----------------------------|
| | EXERCICE 8 | EXERCICE 9 | EXERCICE 8 | EXERCICE 9 | |
| MESURE DE LA SATISFACTION CLIENT (DE 1 À 4) | 3,55/4 | 3,8/4 | 3,68/4 | 3,91/4 | > 3/4 |
| NIVEAU DE RECOMMANDATION CLIENT (OUI/NON) | 100% OUI | 98% OUI | 100% OUI | 98,2% OUI | > 80% OUI |
| NIVEAU D'UTILITÉ DE LA MISSION (DE 1 À 4) COMMENT QUALIFIEREZ-VOUS L'UTILITÉ DE LA MISSION ? QUELLES SONT LES CONSÉQUENCES INATTENDUES MESURÉES ? <i>Mesurés en fin de mission + 6 mois</i> | 3,8/4 | 3/4 | 3,39/4 | 3,45/4 | > 3/4 |
| NIVEAU DE MONTÉE EN COMPÉTENCES (AUTONOMIE) DES INTERLOCUTEURS ET DES ÉQUIPES DE LA STRUCTURE MESURÉE SELON LE RETOUR CLIENT (DE 1 À 4) | 2,7/4 | 2,97/4 | 4/4 | 3,74/4 | > 2/4 |

INDICATEURS DE MESURE DE NOTRE IMPACT :

| EXERCICE | EXERCICE 6 | EXERCICE 7 | EXERCICE 8 | EXERCICE 9 | VALEURS CIBLES EXERCICE 9* |
|---|-------------|---------------|------------|--------------|--|
| DÉCISIONNAIRES DANS LA MISSION RÉALISÉE (EN % PAR RAPPORT AU TOTAL D'ACCOMPAGNEMENTS) | 27 SOIT 36% | 80 SOIT 40,6% | 67% | 73% | > 50%  |
| TAUX DE CLIENTS IMPLANTÉS EN RÉGION PAR RAPPORT À PARIS | 100% | 97,8% | 86% | 84% | > 50%  |
| TAUX DE CROISSANCE DE L'AGENCE DÉCLIC ET DONC, SELON NOTRE RAISON D'ÊTRE, DES IMPACTS POSITIFS DE NOS MISSIONS CHEZ NOS CLIENTS ET SUR LES TERRITOIRES | 2,5% | 98,7% | 44,3% | 15,6% | Pas d'objectif de croissance mais un maintien du volume d'affaire N-1 car la croissance est le résultat de la stratégie basée sur la raison d'être et l'utilité donc ça peut se stabiliser |

INDICATEURS DE MESURE DE NOTRE CONTRIBUTION ET DE NOTRE SPHÈRE D'INFLUENCE :

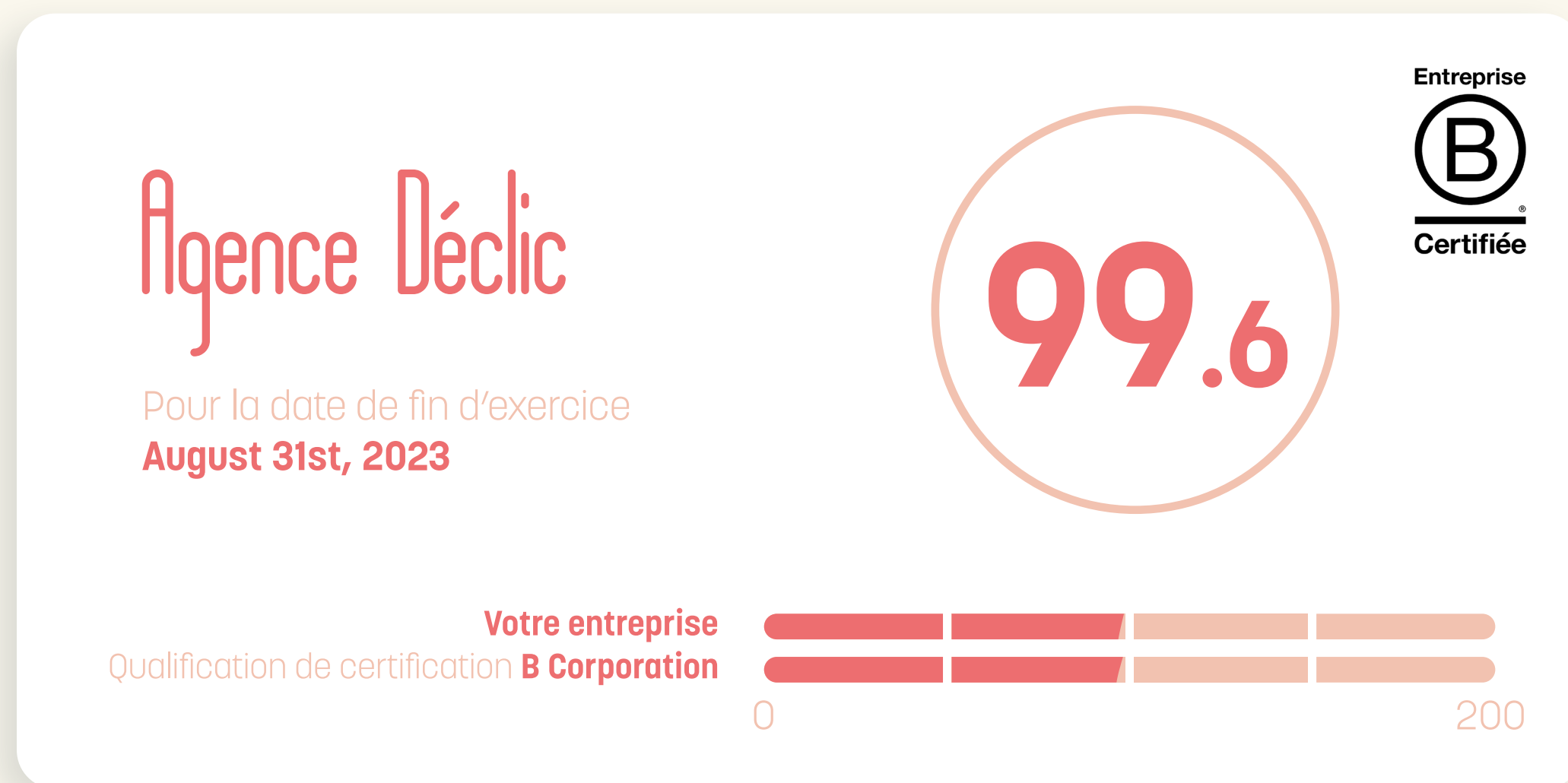
| EXERCICE | EXERCICE 6 | EXERCICE 7 | EXERCICE 8 | EXERCICE 9 | VALEURS CIBLES EXERCICE 9* |
|---|--|--|--|---|--|
| INFLUENCE SUR NOS TERRITOIRES D'IMPLANTATION AU TRAVERS DES DONNÉES SUIVANTES : (A) ABONNÉS NEWSLETTER RSE (B) ABONNÉS NEWSLETTER CP (C) ENTRETIENS CONSEILS RÉALISÉS (D) INVESTISSEMENT RÉSEAUX (E) ABONNÉS LINKEDIN & TWITTER | A) / B) / C) 40 D) 12 E) / | A) 518 B) 307 C) 40 D) 13 E) 3 229 | A) 653 B) 403 C) 44 (SOIT 33H) D) 14 E) 3 082 ABANDON TWITTER | A) 947 B) 602 C) 182H (7 WEBINAIRES À RAISON DE 173 PARTICIPANTS) D) 15 E) 4 062 | MAINTIENT  |
| PRODUCTION DE CONTENUS ALLIANT EXPERTISE ET PÉDAGOGIE | - | 7 | 16 | 16 | EN MOYENNE 1 PAR CONSULTANT.E  |
| PARTICIPATION AUX CHANTIERS COLLECTIFS SUR LE CONSEIL RESPONSABLE (EN NOMBRE) | 1 | 1 | 1 | 1 | Objectif à requestionner dans 1 an car valeur ajoutée pas significative vis-à-vis de la mission |

INDICATEURS « RÉFÉRENCE PIONNIÈRE »

| EXERCICE | EXERCICE 6 | EXERCICE 7 | EXERCICE 8 | EXERCICE 9 | VALEURS CIBLES EXERCICE 9* |
|--|-----------------------------|------------------------------------|---|---|--|
| NIVEAU D'IMPLÉMENTATION EN INTERNE DES PLUS HAUTS STANDARDS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE | B CORP Société à mission | B CORP SDG Société à mission | B CORP SDG TOUMAÏ Société à mission Bilan carbone | B CORP SDG Société à mission Bilan carbone |  <p>> Tester la pertinence d'un Index EgaPro > S'appliquer la CSRD dans le cadre de la mise à jour de notre démarche RSE.</p> |
| NIVEAU DE MAÎTRISE DES RÉFÉRENTIELS/MÉTHODES EN DÉVELOPPEMENT DURABLE SELON L'APPLICATION DANS NOS ACCOMPAGNEMENTS | 2 | 8 | 12 | 12 | Pas de cible car dépend des secteurs adressés et du marché |



VOICI LES RÉSULTATS DE NOTRE RENOUVELLEMENT DE LABELLISATION B CORP EN 2023,



AINSI QUE LE DÉTAIL PAR THÉMATIQUE :

COLLECTIVITÉS (+0.6) : pour le pilier Collectivités, notre score a évolué de 0.6 point. L'Agence s'est investie de manière approfondie dans sa participation aux événements dédiés au développement durable et dans la production de contenus associés. De plus, 10 emplois furent créés les 12 derniers mois



COMMUNITY

Diversity, Equity, & Inclusion : **5.2**
Economic Impact : **11.1**
Civic Engagement & Giving : **1.7**
Supply Chain Management : **1.0**

ENVIRONNEMENT (+0.3) : pour le pilier Environnement, notre score a évolué de 0.3 point. De nombreux projets étaient déjà en cours au sein de l'Agence et ont été poursuivis, tels que l'actualisation de notre Bilan Carbone qui connaît une baisse aux ratios kg eqCO2/jour vendu ou k€ de CA en seulement 1 an (-30% d'émissions par jour vendu, -38% par k€ de CA).



ENVIRONMENT

Environmental Management : **1.6**
Air & Climate : **3.9**
Water : **0.3**
Land & Life : **1.5**

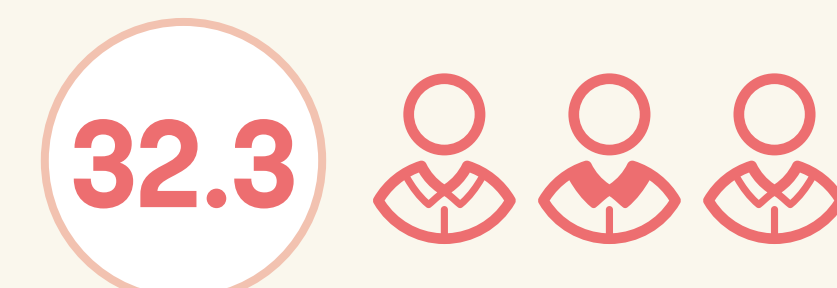
GOVERNANCE (+5.4) : pour le pilier Gouvernance, notre score a augmenté de 5.4 points par rapport au précédent audit. L'ouverture du capital aux collaborateurs (4 nouveaux associés - salariés en 2023) et la croissance de l'entreprise en cohérence avec sa mission expliquent cette amélioration.



GOVERNANCE

Mission & Engagement : **2.6**
Ethics & Transparency : **4.9**
+ Mission Locked : **10**

COLLABORATEURS (+2.5) : pour le pilier Collaborateurs, notre score a augmenté de 2.5 points. Les avantages collaborateurs mis en place (prise en charge des abonnements de transports en commun à hauteur de 80%, forfait mobilité durable) ainsi que l'évolution positive de l'effectif et l'augmentation générale des salaires sont des facteurs explicatifs.



WORKERS

Financial Security : **4.9**
Health, Wellness, & Safety : **9.6**
Career Development : **5.0**
Engagement & Satisfaction : **6.5**

CLIENTS (+9.5) : pour le pilier Clients, notre score a augmenté de 9.5 points. L'Agence a adressé une plus grande diversité et un nombre plus important de clients ces 2 dernières années. De plus, de nouvelles offres permettent à nos clients de toujours mieux adresser les problématiques économiques, sociales et environnementales telles que notre offre d'accompagnement à la mesure et à la réduction des émissions de gaz à effet de serre ou notre offre de structuration d'une politique d'égalité professionnelle en entreprise.



CUSTOMERS

Customer Stewardships : **2.4**
+ Impact Improvement : **17.3**



Nos enjeux pour **demain**

TESTER SUR NOUS UN NOUVEAU CONCEPT DE LA DURABILITÉ DES ENTREPRISES

L'Agence Déclic participe depuis 1 an à la première édition de la **Convention des Entreprises pour le Climat Ouest**. La **CEC Ouest** rassemble plus de **50 organisations** qui tendent toutes vers une évolution de leur modèle vers davantage de durabilité, voire de régénération. Rythmée par des rencontres, témoignages d'experts scientifiques et économistes et ateliers collaboratifs, **ce sont Aurélien Ollivry et Julien Jarny qui représentent l'Agence Déclic dans ces groupes de travail.**

LA QUESTION DE LA RÉGÉNÉRATION S'EST ÉGALEMENT POSÉE AU SEIN DE L'AGENCE : QUELLE EST-ELLE ?

Notre feuille de route tend ainsi vers une régénération sociale - à savoir la principale ressource utilisée pour exercer nos métiers - et sociétale afin de limiter notre empreinte sur notre environnement et maximiser nos impacts positifs sur nos territoires d'implantation. **Les conclusions de ces travaux seront définies d'ici début 2024 et mises en application au premier trimestre de la même année.**

AIDER NOS CLIENTS À MONTER EN PUISSANCE : D'UNE RSE VOLONTAIRE À UNE RSE COMME CONDITION SINE QUA NONE

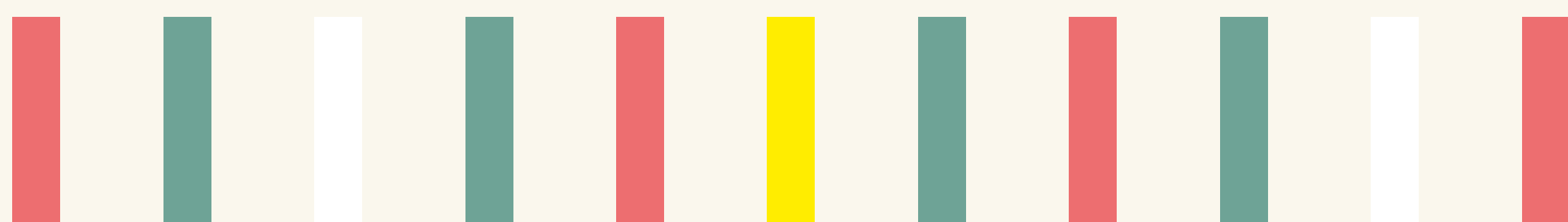
La **Responsabilité Sociétale de l'Entreprise** a longtemps été une approche volontaire exceptée pour les grandes entreprises (et pas toutes) soumises à des obligations de reporting. Depuis **la loi Pacte**, la prise en compte des enjeux sociaux et environnementaux pour les entreprises est entrée dans notre droit et la prise de conscience des dirigeants a été massive depuis quelques années.

La toute nouvelle **Corporate Sustainability Reporting Directive** vient changer la donne en matière de **RSE**. Cette directive élargit considérablement le nombre d'entreprises soumises à un reporting ainsi que le niveau de profondeur de celui-ci. Nous passons en matière de **RSE** d'une approche "volontaire" d'engagement à une approche "contraignante" et technique du sujet.

Cela représente un changement important dans notre métier de conseil puisque la nature des besoins de nos clients évolue nous devons également nous adapter pour continuer à les accompagner selon les principes de notre manifeste :

- **FAIRE AVEC ET NON FAIRE POUR,**
- **RESPECTER SIMPLEMENT LA RÉGLEMENTATION,**
- **ÊTRE PIONNIER**
- **SIMPLIFIER SELON LE KISS***
(KEEP IT SIMPLE SHORT SUSTAINABLE)

Nous travaillons donc à ajuster tous nos accompagnements à ce nouveau contexte réglementaire en conservant nos fondamentaux et notre approche du métier de conseil au service de notre mission.





Contact :

www.agence-declic.fr

contact@agence-declic.fr

Agence Déclic
— TERRITOIRES DE DEMAIN

RENNES - NANTES - PARIS - LYON