

EXPERTS COMPTABLES  
COMMISSAIRES AUX COMPTES

Rue de la Prunelle  
ZA des Longs Réages  
22190 PLÉRIN

+33 (0)2 96 33 42 57

2 C allée Jacques Frimot  
ZAC Atalante Champeaux  
35000 RENNES

+33 (0)2 23 46 33 90

46 boulevard Emile AUGIER  
75116 PARIS

+33 (0)9 75 48 13 97

rouxeltanguy@actheos.com  
[www.actheos.com](http://www.actheos.com)

**AGENCE DECLIC**

-----

**Avis motivé de l'Organisme Tiers Indépendant (OTI),  
relatif à la vérification de l'exécution des objectifs  
sociaux et environnementaux liés à la qualité de  
Société à Mission**

**PERIODE DU 01/09/2021 au 31/08/2024**

Paris  
Rouen  
Rennes  
Le Havre  
Bordeaux  
Saint-Brieuc

Le présent rapport comprend 48 pages  
*Référence rapport : GB – 07/11/2024 – AGENCEDECLIC n°1*

**AGENCE DECLIC**

-=-=-=-=-=-

**Avis motivé de l’Organisme Tiers Indépendant (OTI), relatif à la vérification de l’exécution des objectifs sociaux et environnementaux liés à la qualité de Société à Mission**

**PERIODE DU 01/09/2021 au 31/08/2024**

-=-=-=-=-=-

Aux associés,

En notre qualité d’organisme tiers indépendant (« tierce partie »), de votre société (ci-après « entité »)<sup>1</sup>, accrédité par le COFRAC validation / vérification (Comité Français d’Accréditation)<sup>2</sup> pour la vérification d’informations sociales, environnementales et sociétales sous le numéro 3-1908 (portée d’accréditation disponible sur le site [www.cofrac.fr](http://www.cofrac.fr)), nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d’assurance modérée sur les informations historiques liées à l’exécution des objectifs sociaux et environnementaux que votre entité s’est fixés sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission telles que présentées dans les rapports du comité de mission et relatives à la période allant du 01/09/2021 au 31/08/2024 ci-joint.

**Conclusion**

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux », et des éléments que nous avons collectés, **nous n’avons pas relevé d’anomalie significative de nature à remettre en cause, sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission et à la fin de la période couverte par notre vérification :**

- Le lien entre la raison d’être inscrite dans ses statuts et l’activité de la société ;
- Le lien entre les objectifs sociaux et environnementaux inscrits dans ses statuts et l’activité de la société ;
- Le suivi de l’exécution de la mission par le comité de mission ;
- Les conclusions favorables du comité de mission sur la pertinence des objectifs ;
- La possibilité de vérifier l’exécution des objectifs ;

Par conséquent, l’AGENCE DECLIC respecte chacune des conditions de l’article L 210-10 lui permettant de faire état de la qualité de société à mission.

**Commentaires**

Sans remettre en cause la conclusion exprimée ci-dessus, nous formulons les commentaires suivants :

<sup>1</sup> A adapter dans tout le rapport lorsque l’OTI n’est pas le commissaire aux comptes de l’entité mais membre du réseau du commissaire aux comptes

<sup>2</sup> Les règles générales d’utilisation de la marque COFRAC validation / vérification sont définies dans le document GEN REF 11 disponible sur le site [www.cofrac.fr](http://www.cofrac.fr)

REF : E5-40 Rapport OTI_6	Modifié par : CS	Le : 15/07/2024
	Revu par : GB	Le : 15/07/2024

- Nous notons, de la part de l'Agence Déclic, une transparence et une sincérité vis-à-vis de ses lecteurs quant aux informations et aux éléments de contexte renseignés dans les rapports du comité de mission.

- Nous attirons l'attention du lecteur sur le fait que, entre les rapports du comité de mission 2022, 2023 et 2024, les indicateurs de l'objectif opérationnel « *la qualité de nos accompagnements* » ont subi des ajustements vis-à-vis du périmètre temporel pris en compte dans les calculs. Pour les informations dont l'écart entre les résultats publiés dans les rapports du comité de mission 2022 et 2023 et la nouvelle méthodologie est significatif, l'Agence Déclic a fait le choix de republier les résultats dans le rapport du comité de mission 2024 avec une explication. Des évolutions méthodologiques sont également en préparation pour les prochains rapports, avec pour objectif d'améliorer la comparabilité des informations entre les accompagnements en « Conseil » et en « Formation ».

- Nous comprenons que les objectifs statutaires de la société correspondent au modèle d'affaires de l'entreprise. Du fait de ses valeurs, l'Agence Déclic part du postulat qu'elle ne réalisera que des accompagnements conformes à sa raison d'être et à ses objectifs statutaires. Cette vision est partagée par les membres permanents et les invités permanents du comité de mission avec lesquels nous nous sommes entretenus. Ainsi, nous considérons que la mission est totalement alignée avec les objectifs stratégiques de l'Agence Déclic.

- L'Agence Déclic respecte la réglementation de société à mission. Nous relevons toutefois la particularité suivante : les « *valeurs cibles* » des indicateurs de suivi de la mission correspondent davantage à des repères, c'est-à-dire des « *valeurs planchers* » plutôt que des objectifs à atteindre dans le cadre de trajectoires de performance. En effet, nous comprenons que la mission permet de garantir que l'Agence Déclic ne s'éloigne pas de sa raison d'être et qu'elle conserve les fondamentaux de ses valeurs et de ses engagements. Nous avons noté que les membres du comité de mission avec lesquels nous avons échangé incitent l'Agence Déclic à questionner les « *valeurs cibles* ».

- En lien avec le commentaire précédent, l'indicateur « *production de contenu alliant expertise et pédagogie* » de l'objectif opérationnel 3 « *Notre sphère d'influence* » n'a plus de « *valeur cible* » dans le rapport du comité de mission 2024. Les membres du comité de mission ont statué sur le fait que la formulation qualitative du résultat de cet indicateur a davantage d'impacts que lorsqu'il était formulé quantitativement avec une valeur cible.

- L'indicateur « *participation aux chantiers collectifs sur le conseil responsable (en nombre)* » de l'objectif opérationnel 3 « *Sphère d'influence* » n'a ni cible, ni évolution d'indiquées dans les rapports du comité de mission 2022, 2023 et 2024. Une décision des membres du comité de mission doit être prise afin de statuer sur sa pertinence.

- Les indicateurs de l'objectif opérationnel 4 « *Notre maîtrise des standards et référentiels en développement durable* » sont nommés en tant qu'indicateurs de « *niveaux* » d'implémentation et de maîtrise de référentiel RSE alors qu'ils correspondent davantage à un « *nombre* » de référentiels RSE implémentés et maîtrisés, ce qui peut limiter la compréhension des lecteurs des rapports du comité de mission 2022, 2023 et 2024 de l'Agence Déclic.

- Enfin, nous notons que certains indicateurs de l'Agence Déclic ne sont pas disponibles, à date, par typologie de clients. Nous comprenons que, pour certains d'entre eux, il n'y a pas de

REF : E5-40 Rapport OTI_6	Modifié par : CS	Le : 15/07/2024
	Revu par : GB	Le : 15/07/2024

nécessité de les suivre en interne par typologie de client (à l'image des indicateurs de l'objectif statutaires 3 « Notre sphère d'influence »). En revanche, pour d'autres indicateurs (par exemple le « Taux de croissance de l'Agence Déclic [...] » et le « Taux de clients implantés en région »), dans la mesure où les objectifs statutaires sont rédigés par typologie de clientèle, le suivi en interne devrait être réalisé sur les mêmes bases.

### **Préparation des informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux**

L'absence de cadre de référence généralement accepté et communément utilisé ou de pratiques établies sur lesquels s'appuyer pour évaluer et mesurer les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux permet d'utiliser des techniques de mesure différentes, mais acceptables, pouvant affecter la comparabilité entre les entités et dans le temps.

Par conséquent, les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux doivent être lues et comprises en se référant aux procédures de l'entité, (ci-après le « Référentiel ») dont les éléments significatifs sont présentés dans les rapports du comité de mission.

### **Limites inhérentes à la préparation des informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux**

Les informations peuvent être sujettes à une incertitude inhérente à l'état des connaissances scientifiques ou économiques et à la qualité des données externes utilisées. Certaines informations présentées sont sensibles aux choix méthodologiques, hypothèses et/ou estimations retenues pour leur établissement.

### **Responsabilité de l'entité**

Il appartient à l'entité :

- de constituer un comité de mission chargé d'établir annuellement un rapport en application des dispositions de l'article L. 210-10 du code de commerce ;
- de sélectionner ou d'établir des critères et procédures appropriés pour élaborer le Référentiel de l'entité ;
- de concevoir, mettre en œuvre et maintenir un contrôle interne sur les informations pertinentes pour la préparation du rapport du comité de mission ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'elle estime nécessaire à l'établissement des informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultant d'erreurs ;
- d'établir les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux conformément au Référentiel et mises à disposition du comité de mission.

Il appartient au comité de mission d'établir ses rapports en s'appuyant sur les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux transmises par l'entité et en procédant à toute vérification qu'il juge opportune.

### **Responsabilité de l'organisme tiers indépendant**

En application des dispositions de l'article R. 210-21 du code de commerce, il nous appartient, sur la base de nos travaux, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée

REF : E5-40 Rapport OTI_6	Modifié par : CS	Le : 15/07/2024
	Revu par : GB	Le : 15/07/2024

sur le respect par l'entité des objectifs sociaux et environnementaux qu'elle s'est fixés sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission.

Comme il nous appartient de formuler une conclusion indépendante sur les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux, nous ne sommes pas autorisés à être impliqués dans la préparation desdites informations, car cela pourrait compromettre notre indépendance.

### **Dispositions réglementaires et doctrine professionnelle applicable**

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions de l'article R. 210-21 du code de commerce et à la doctrine professionnelle relative à cette intervention.

### **Programme de vérification**

Notre programme de vérification (*A6 Programme de vérification\_5*) pour les sociétés à mission s'appuie sur le dernier avis technique de la Compagnie Nationale des Commissaires aux Comptes « Intervention du CAC - Intervention de l'OTI Société à mission » ainsi que sur le dernier Guide méthodologique de vérification des sociétés mission par les organismes tiers indépendants publié par la communauté des entreprises à mission.

### **Indépendance et contrôle qualité**

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 822-11-3 du code de commerce et le code de déontologie. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des textes légaux et réglementaires applicables, des règles déontologiques et de la doctrine professionnelle relative à cette intervention.

### **Moyens et ressources**

Nos travaux ont mobilisé les compétences de 2 personnes et se sont déroulés entre le 1<sup>er</sup> octobre et le 5 novembre 2024 sur une durée totale d'intervention de 6 jours et demi. Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de nos travaux, à nos spécialistes en matière de développement durable et de responsabilité sociétale. Nous avons notamment mené 5 entretiens avec les personnes responsables de la préparation des informations historiques liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux, représentant notamment la direction et des membres du comité de mission.

### **Nature et étendue des travaux**

Nous avons planifié et effectué nos travaux en prenant en compte le risque d'anomalies significatives sur les informations relatives à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux que l'entité se donne pour mission de poursuivre sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission.

Nous estimons que les procédures que nous avons menées en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée.

REF : E5-40 Rapport OTI_6	Modifié par : CS	Le : 15/07/2024
	Revu par : GB	Le : 15/07/2024

Nous avons pris connaissance des activités de l'entité sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission, de la formulation de sa raison d'être ainsi que ses enjeux sociaux et environnementaux.

Nos travaux ont porté sur :

- d'une part, la cohérence des objectifs sociaux et environnementaux retenus en application du 2° de l'article L. 210-10 et inscrits dans ses statuts, de la raison d'être de l'entité précisés dans ses statuts (ci-après « raison d'être ») et de son activité au regard de ses enjeux sociaux et environnementaux ;
- d'autre part, l'exécution de ces objectifs.

Concernant la cohérence des objectifs, de la raison d'être et de l'activité de l'entité au regard de ses enjeux sociaux et environnementaux :

- Nous avons conduit des entretiens destinés à apprécier l'engagement de la direction et des membres de la gouvernance au regard des attentes des principales parties prenantes internes ou externes concernées par l'activité de l'entité.
- Nous avons apprécié les processus mis en place pour structurer et formaliser cette démarche en nous appuyant sur :
  - o les informations disponibles dans l'entité (comptes rendus ou support des réunions avec des parties prenantes internes ou externes, comptes rendus des échanges avec le comité de mission) ;
  - o la feuille de route de société à mission et les derniers rapports du comité de mission établis depuis la dernière vérification ;
  - o le cas échéant, ses publications (plaquette commerciale, site internet).
- Nous avons ainsi apprécié, compte tenu de l'activité de l'entité au regard de ses enjeux sociaux et environnementaux, la cohérence entre :
  - o les informations collectées ;
  - o la raison d'être et
  - o les objectifs sociaux et environnementaux formulés dans les statuts.

Concernant l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux, nous nous sommes enquis de l'existence d'objectifs opérationnels et d'indicateurs clés de suivi et de mesures de leur atteinte par l'entité à la fin de la période couverte par la vérification pour chaque objectif social et environnemental, et nous avons vérifié si les objectifs opérationnels ont été atteints au regard des trajectoires définies par l'entité sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission.

Pour ce faire, nous avons réalisé les diligences suivantes :

- nous avons pris connaissance des documents établis par l'entité pour rendre compte de l'exercice de sa mission, notamment les dispositions précisant les objectifs opérationnels et les modalités de suivi qui y sont associées, ainsi que les rapports du comité de mission ;
- nous nous sommes enquis de l'appréciation de l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux auprès du comité de mission et avons corroboré l'information collectée avec la perception qu'ont les parties prenantes des effets et impacts de l'entité. Par ailleurs, nous avons revu l'analyse présentée dans les rapports du comité de mission, les résultats atteints à échéance des objectifs opérationnels en regard de leurs trajectoires définies, pour permettre d'apprécier le respect des objectifs sociaux et environnementaux ;
- nous nous sommes enquis auprès de la direction générale de l'entité des moyens financiers et non financiers mis en œuvre pour le respect des objectifs sociaux et environnementaux ;

REF : E5-40 Rapport OTI_6	Modifié par : CS	Le : 15/07/2024
	Revu par : GB	Le : 15/07/2024

- nous avons vérifié la présence dans les rapports du comité de mission d'indicateurs cohérents avec les objectifs opérationnels et aptes à démontrer le positionnement des objectifs opérationnels sur leurs trajectoires définies ;
- nous avons apprécié l'adéquation des moyens mis en œuvre visant au respect des objectifs opérationnels par rapport à leurs trajectoires, au regard de l'évolution des affaires sur la période ;
- nous avons vérifié la sincérité de l'ensemble de ces indicateurs et, notamment nous avons :
  - o vérifié que les indicateurs couvrent l'ensemble du périmètre concerné par la qualité de société à mission ;
  - o pris connaissance des procédures de contrôle interne mises en place par l'entité et apprécié le processus de collecte visant à la sincérité de ces indicateurs ;
  - o mis en œuvre des contrôles et des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
  - o mis en œuvre des tests de détail sur la base de sondages ou d'autres méthodes de sélection, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés s'il y a lieu par des vérifications sur site et au siège de l'entité et couvrent entre 50% et 100% des données utilisées pour le calcul des indicateurs ;
  - o apprécié la cohérence d'ensemble des rapports du comité de mission au regard de notre connaissance de l'entité et du périmètre concerné par la qualité de société à mission.

Les procédures mises en œuvre dans le cadre d'une assurance modérée sont moins étendues que celles requises pour une assurance raisonnable effectuée selon la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

Rennes, le 7 novembre 2024

L'organisme tiers indépendant,

**ACTHEOS Rouxel-Tanguy & Associés**

Géraldine BLIN

Associée

REF : E5-40 Rapport OTI_6	Modifié par : CS	Le : 15/07/2024
	Revu par : GB	Le : 15/07/2024



# Rapport de mission 2024



notre  
raison  
d'être



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 représentant de la direction).

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.

### MEMBRES DU COMITÉ DE MISSION :



Julien Jarny,  
AGENCE DÉCLIC - représentant des salariés



Julie Massieu,  
AGENCE DÉCLIC - représentante des associés



Anne-Laure Simon,  
AGENCE DÉCLIC - représentante de la direction

### LA LISTE DES INVITÉS PERMANENTS REGROUPE UNE DIZAINE DE PERSONNALITÉS :

- 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)
- Agnès Humberdot  
Naviso (Client Secteur privé)
- Romain Cuculi  
Village by CA (Territoire)
- Vincent CARRIO  
Vinci Energies (Client Secteur privé)
- Thierry Bossée-Pilon  
Communauté des entreprises à mission (expertise RSE)



# Édito

par **Anne-Laure SIMON**

Cette année a été marquée par une accélération de la prise en considération des sujets de durabilité dans les organisations, y compris celles qui en étaient plutôt éloignées. Ces sujets s'imposent désormais à elles par la pression amicale mais néanmoins soutenue de leur écosystème et surtout par le tournant réglementaire désormais bien tangible particulièrement en France (CSR, Spaser...).

Ce virage réglementaire, nous l'avons pris dès l'an dernier en anticipant, en adaptant nos méthodologies, en testant des approches pragmatiques avec nos clients... ce fut autant passionnant qu'inconfortable !

Comme à notre habitude, nous œuvrons à transformer les contraintes en opportunités, au service de nos clients. En effet il a fallu capitaliser sur notre expérience et notre savoir-faire mais aussi se remettre en question et parfois repartir de la feuille blanche. Nous devons être au rendez-vous pour accompagner tous les acteurs qui en ont besoin et ce, tant d'un point de vue qualitatif que d'un point d'un point de vue quantitatif. La neutralité et la couverture territoriale du service public, l'agilité et l'itération du modèle des start up et la capacité à prendre des risques structurant des PME et ETI nous inspirent pour tracer notre propre voie avec comme boussole notre raison être.



# Jérémie David

Président de **La Cordée** et invité permanent de notre comité de mission

## Pourquoi avoir accepté d'être membre du comité ?

J'ai rencontré l'Agence Déclic en 2016 lors de son accompagnement d'une collectivité qui se posait des questions sur l'intérêt du coworking pour son territoire. J'avais apprécié la posture d'Aurélien Ollivry et Anne-Laure Simon et leur capacité à identifier les bonnes parties prenantes. J'ai continué d'échanger régulièrement avec Aurélien sur nos visions respectives et la structuration de nos entreprises. Quand on m'a proposé de rejoindre le comité de mission, cela me semblait une suite logique pour continuer de réfléchir ensemble.

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

Je pensais juste faire le pique-assiette (nous déjeunons ensemble avant chaque comité) mais finalement je vois trois rôles intéressants. Aller à l'essentiel en clarifiant ce qui peut être un peu touffu et jargonneux car l'entreprise est plongée dans son monde et c'est normal. Relier les enjeux les uns aux autres, autour de la mission mais pas seulement, alors que les référentiels et les slides poussent à séparer analytiquement. Encourager enfin, à la fois en célébrant les accomplissements et en incitant à aller encore plus loin dans l'ambition.

## Quel est votre regard sur ce qu'il s'y passe ? Comment le voyez évoluer au fil du temps ?

J'ai été tout de suite ravi par la convivialité et la bienveillance des échanges. Les débats de fond sont passionnants car politiques, sur le rôle de l'entreprise, sa stratégie, ses résultats, sa contribution à la société, les compromis à effectuer. J'ai le sentiment que nous avons évité les discussions trop techniques sur la couleur des indicateurs. Au bout d'un an, je constate aussi une forte convergence au comité entre les différentes parties prenantes, ce qui est une force car un signe de la robustesse de la mission, mais aussi une limite. Il y a Région Auvergne Rhône Alpes peut-être un enjeu à créer davantage de controverse dans le comité, toujours dans un cadre bienveillant, pour mieux fédérer ensuite. La culture de l'Agence Déclic lui permet d'expérimenter beaucoup et c'est une chance !



# Notre raison d'être : Contribuer à rendre nos territoires plus performants et durables

## Nos objectifs statutaires

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.

## Nos objectifs opérationnels

1.

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

2.

**LA QUALITÉ DE NOS ACCOMPAGNEMENTS**

3.

**NOTRE SPHÈRE D'INFLUENCE**

4.

**NOTRE MAÎTRISE DES STANDARDS ET RÉFÉRENTIELS EN DÉVELOPPEMENT DURABLE**

## Nos indicateurs Clés de Performance

### Indicateurs de mesure de notre impact :

- Décisionnaires dans la mission réalisée (en % par rapport au total d'accompagnements)
- Taux de clients implantés en région
- 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

### Indicateurs de mesure de la qualité :

- Mesure de la satisfaction client (de 1 à 4)
- Niveau de recommandation client (oui/non)
- Niveau d'utilité de la mission (de 1 à 4)
- Niveau de montée en compétences (autonomie) des interlocuteurs et des équipes de la structure mesurée selon le retour client (de 1 à 4)

### Indicateurs de mesure de notre contribution et de notre sphère d'influence :

- Influence sur nos Territoires d'implantation au travers des données suivantes :
  - Abonnés newsletter RSE
  - Abonnés newsletter CP
  - Entretiens conseils réalisés
  - Investissement réseaux
  - Abonnés LinkedIn & Twitter
- Production de contenus alliant expertise et pédagogie
- Participation aux chantiers collectifs sur le conseil responsable (en nombre)

### Indicateurs « référence pionnière » :

- Niveau d'implémentation en interne des plus hauts standards de développement durable.
- Niveau de maîtrise des référentiels / méthodes en développement durable selon l'application dans nos accompagnements.

# OBJECTIF 1 :

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

L'Agence Déclic contribue à rendre ses territoires plus performants et durables par l'intermédiaire de son modèle d'affaires lui-même et les accompagnements réalisés auprès de ses clients.

## Explications :

Pour atteindre sa raison être l'Agence Déclic a choisi d'évaluer l'impact de ses accompagnements au travers de **3 INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE** différents et complémentaires.

Tout d'abord, l'implication des décideurs dans les accompagnements réalisés. En effet, pour qu'un accompagnement soit réellement transformatif, il nous apparaît comme nécessaire que les décideurs soient pleinement impliqués\* pour garantir une appropriation des enjeux au plus haut niveau de la structure et donc une continuité dans les actions à mener.

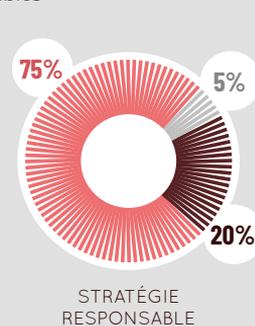
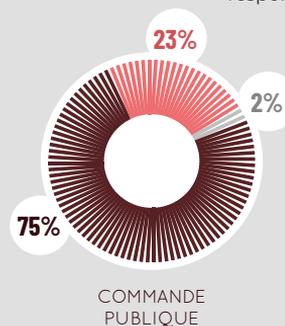
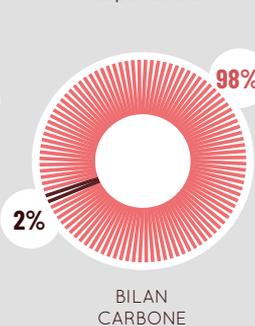
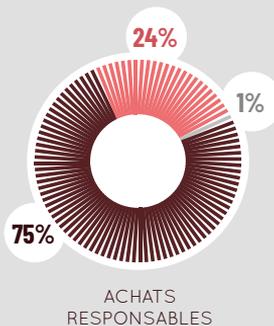
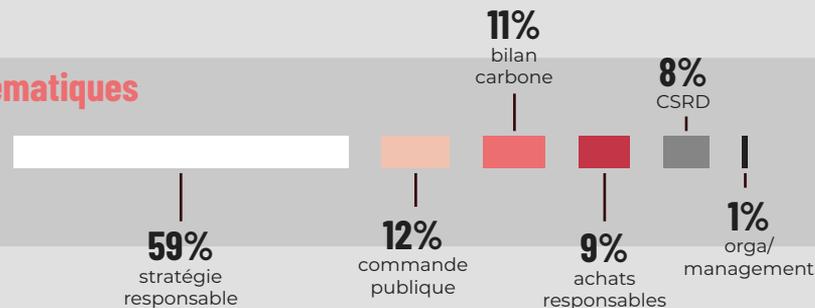
D'autre part, l'Agence Déclic s'est donnée pour objectif de maintenir un niveau d'activité majoritairement en région pour contribuer à transformer les territoires. Enfin, notre cabinet ne proposant que des accompagnements directement en lien au développement durable, la croissance de l'entreprise témoigne en elle-même d'un impact positif sur les clients et les territoires.

\*A minima un membre du Codir impliqué dans l'équipe projet ou la direction du pôle pour les grands comptes

## Nos chiffres clés de l'année :



## Thématiques



## Réalisations cette année :

Bien que l'arrivée de la CSRD puisse faire craindre une approche plus technique et moins stratégique du développement durable dans les organisations, nous avons développé des méthodologies d'accompagnement impliquant systématiquement les Codir/Comex y compris dans une perspective de réflexion prospective de leur modèle d'affaires. Nous avons lancé une implantation géographique d'agence à Lyon, afin d'adresser des besoins d'accompagnement en région Région Auvergne Rhône Alpes qui nous semblaient insuffisamment adressés. Cela permet d'accroître notre couverture géographique et d'être au plus près de la compréhension des besoins d'un nouveau territoire.

Enfin, nous avons poursuivi notre croissance en volume d'accompagnement et en chiffre d'affaires, ce qui témoigne du dynamisme de l'intégration des questions de durabilité dans les structures publiques, privées et associatives et donc de la transformation des territoires.

## Nos enjeux pour demain :

- **Poursuivre les accompagnements** stratégiques et renforcer nos méthodes prospectives
- **Consolider** notre présence en **Région Auvergne Rhône Alpes**
- **Maintenir un taux de croissance** soutenu tout en améliorant la qualité de nos accompagnements
- Chercher à **mesurer l'impact de nos accompagnements** de manière plus complète

## ASSURER DES ACCOMPAGNEMENTS QUI ONT DES IMPACTS POSITIFS POUR LES CLIENTS ET LES TERRITOIRES

Indicateurs	Valeurs cibles 2023-24 EXERCICE 10	Résultats 2023-2024 EXERCICE 10	Conformité (ok ou pas ok)	Tendance (à l'amélioration ou à la dégradation)
<b>Accompagnements dans lesquels sont impliqués les décisionnaires*</b> (en pourcentage par rapport au total des accompagnements)	>50%	94%	ok	↗
<b>Taux de clients implantés en région</b> (par rapport à Paris)	>50%	88%	ok	↗
<b>Taux de croissance de l'agence</b>	Maintien de l'activité n-1	38%	ok	↗

## Avis du comité de mission

Les résultats et les tendances sont positives, il convient de célébrer et de féliciter les collaborateurs pour le travail réalisé notamment sur la confiance nouée et renouvelée avec les décisionnaires. Les fondamentaux de l'Agence Déclic sont en place dans un contexte de croissance et de diversité territoriale.

Il nous paraît important de suivre la part des missions CSRD pour éviter une « dépendance » à ces activités réglementaires à l'avenir ainsi qu'un regard sur le maintien de l'implication des dirigeants sur ces accompagnements.

Nous vous incitons à questionner les valeurs cibles ainsi qu'à réfléchir au-delà du taux de croissance au nombre de bénéficiaires des accompagnements par exemple.



# OBJECTIF 2 :

## LA QUALITÉ

### DE NOS ACCOMPAGNEMENTS

L'Agence Déclic contribue à rendre ses territoires plus performants et durables par l'intermédiaire de son modèle d'affaires lui-même et des missions réalisées avec ses clients.

## Explications :

La qualité d'une mission s'illustre par différents facteurs, de la gestion de projet au respect du calendrier, en passant par la posture professionnelle des consultants à la pertinence des livrables rendus.

La mesure de la qualité de nos accompagnements est donc évidente.

Nous avons sélectionné **4 indicateurs de suivi** pour s'en assurer :

1

### Quelle est leur satisfaction à l'issue de la mission ?

Si nos clients sont satisfaits, l'engagement à faire évoluer leurs pratiques sera plus important.

satisfaction

2

### Nous recommanderaient-ils auprès d'autres structures ?

Recommander l'Agence Déclic à d'autres structures est un gage de qualité et de confiance fort à l'issue de projets stratégiques.

recommandation

3

### La mission a-t-elle été utile pour leur modèle d'affaires, leur stratégie, leur écosystème ?

Une mission peut être certes de qualité et conforme aux attentes initiales mais se doit aussi d'être utile pour amener notre client vers plus de responsabilité et de durabilité.

utilité

4

### Quel est le niveau de montée en compétences de l'équipe projet ou de l'interlocuteur sur les sujets traités avec l'Agence Déclic, une fois la mission réalisée ?

Nous travaillons « avec » nos clients et non « pour ». Rendre autonomes nos clients à l'issue de nos missions est important afin de pérenniser les engagements définis et les actions mises en œuvre.

montée en compétence

## Réalisations cette année :

Nous mesurons la qualité de nos missions par l'intermédiaire d'un questionnaire adressé à chaque client en fin de projet. Chaque chef.fe de projet a la responsabilité de l'envoi et de s'assurer de recevoir le questionnaire complété. Cette année, nous avons obtenu peu de retours de la part de nos clients, environ une trentaine de réponses pour 230 missions réalisées.

À noter que ce taux de réponse est en baisse de 36% par rapport à l'exercice précédent. Cette baisse est multifactorielle mais reflète un manque de vigilance de la part des chefs.fe de projet quant à la complétude du questionnaire, en faisant un enjeu notable pour demain.

**NB :** Suite à un ajustement du périmètre par rapport au calcul initial, il est à noter que, pour les accompagnements en conseil :

- la valeur 2023 du niveau d'utilité de la mission est de 3,8/4 (au lieu de 3/4).

- la valeur 2022 du niveau de montée en compétence est de 2.88/4 (au lieu de 2,7/4).

À l'avenir, la méthodologie de calcul de ces indicateurs va évoluer afin d'harmoniser les méthodes de calcul entre le conseil et la formation qui diffèrent légèrement actuellement. Les résultats pris en compte seront ceux de la période fiscale (soit du 1er septembre au 31 août). Ces évolutions nous permettront de toujours mieux comparer les résultats d'une année sur l'autre et d'avoir une meilleure lisibilité entre les activités de conseil et de formation.

## Nos enjeux pour demain :

➡ S'assurer de **la complétude des questionnaires de satisfaction**, sous la responsabilité des chefs de projet (trop peu de réponses pour cet exercice)

## ASSURER DES ACCOMPAGNEMENTS DE QUALITÉ

Indicateurs	Valeurs cibles EXERCICE 10	Conseil		Formation	
		Atteinte des valeurs cibles	Tendance	Atteinte des valeurs cibles	Tendance
<b>Mesure de la satisfaction client</b> (de 1 à 4)	>3/4	Oui (3,71)	↘	Oui (3,86)	↘
<b>Niveau de recommandation client</b> (Oui/Non)	>80%	Oui (100%)	↗	Oui (98,5%)	↗
<b>Niveau d'utilité de la mission</b> (de 1 à 4)	>3/4	Oui (3,84)	▬	Oui (3,48)	↗
<b>Niveau de montée en compétences</b> (autonomie) <b>des interlocuteurs et</b> <b>des équipes de la structure mesurée</b> selon le retour client (de 1 à 4)	>2/4	Oui (3,16)	↗	Oui (3,87)	↗

## Avis du comité de mission

Les résultats et les tendances sont positives, il convient de célébrer et de féliciter les collaborateurs pour le travail réalisé notamment sur la confiance nouée et renouvelée avec les décisionnaires. Les fondamentaux de l'agence sont en place dans un contexte de croissance et de diversité territoriale.

Il nous paraît important de suivre la part des missions CSRD pour éviter une « dépendance » à ces activités réglementaires à l'avenir ainsi qu'un regard sur le maintien de l'implication des dirigeants sur ces accompagnements.

Nous vous incitons à requestionner les valeurs cibles ainsi qu'à réfléchir au-delà du taux de croissance au nombre de bénéficiaires des accompagnements par exemple.



# OBJECTIF 3 :

## NOTRE SPHÈRE D'INFLUENCE

L'Agence Déclic contribue à rendre ses territoires plus performants et durables par l'intermédiaire de son modèle d'affaires lui-même et les accompagnements réalisés auprès de ses clients.

## Explications :

Pour atteindre sa raison être l'Agence Déclic a choisi d'agir également au travers de sa sphère d'influence, c'est-à-dire au-delà des accompagnements réalisés auprès des clients. Cela passe par la création et la diffusion de contenus qualitatifs sur les thématiques de durabilité mais aussi la présence régulière dans les réseaux territoriaux.

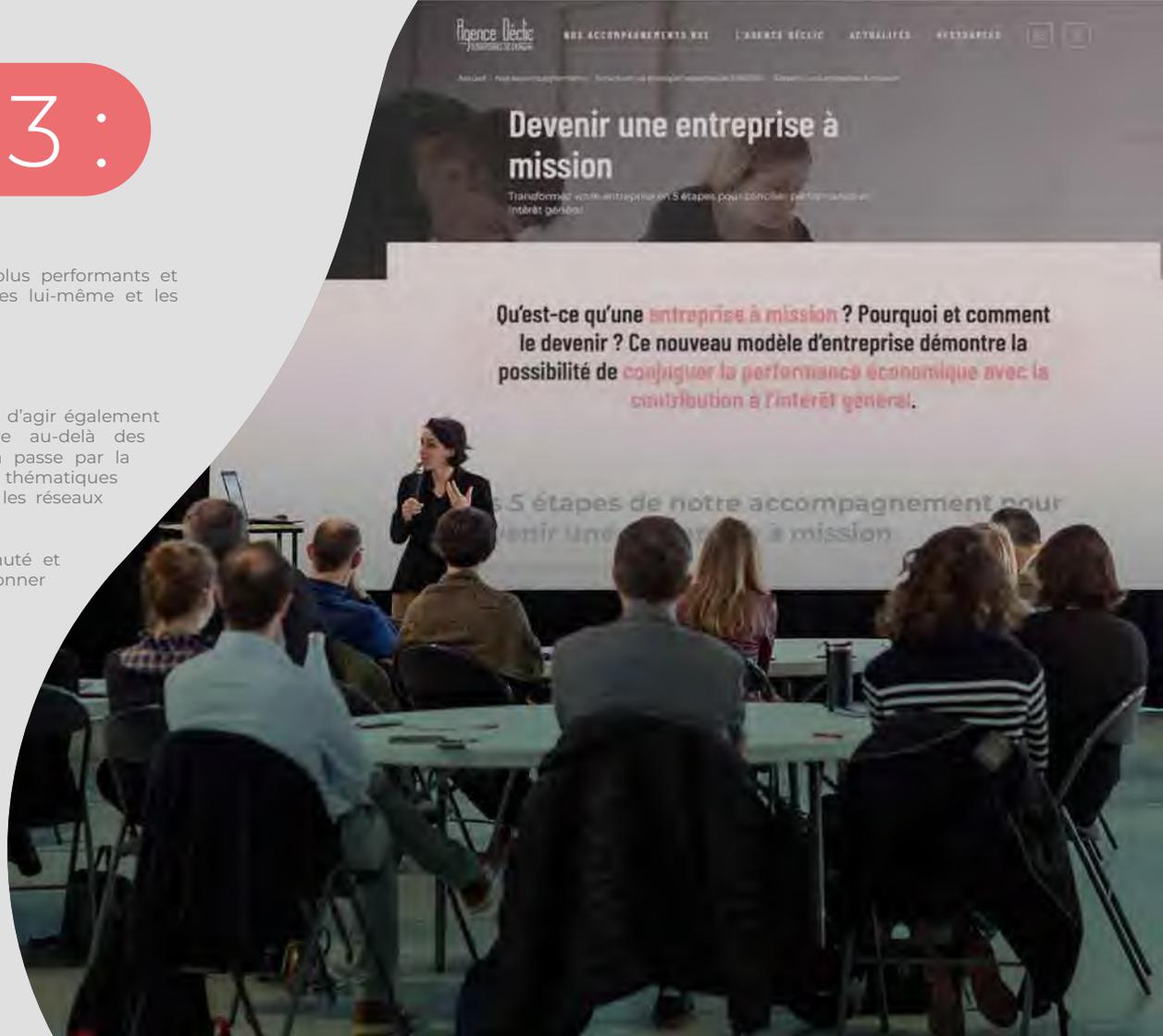
Ainsi, nous souhaitons faire croître notre communauté et rendre accessibles les sujets de durabilité pour « donner envie » à un maximum d'individus ou de structures de travailler sur ces sujets.

## Réalisations cette année :

Nous avons testé des nouveaux formats comme les articles et webinaires « décryptage » afin de proposer un contenu alliant expertise et expérience pour partager les enseignements accumulés au cours de ces 10 dernières années.

Nous avons également identifié les réseaux territoriaux en région Région Auvergne Rhône Alpes et fait le choix de rejoindre l'ANDRH\* enfin, la structuration des fonctions marketing et communication nous a permis de gagner en qualité et régularité dans la diffusion de contenu et ainsi d'accroître notre communauté.

\*Association Nationale des Directeurs des Ressources Humaines



# NOTRE SPHÈRE D'INFLUENCE

	Indicateurs	Valeurs cibles 2023-2024 EXERCICE 10	Résultats 2023-2024 EXERCICE 10	Conformité	Tendance
Influence sur nos territoires d'implantation	Abonnés Newsletters	Maintien de l'activité n-1	RSE : 846 ACHATS : 473	ok	↗
	Abonnés LinkedIn	Maintien de l'activité n-1	5 374	ok	↗
	Entretiens conseils réalisés (dont participations aux webinaires dédiés)	Maintien de l'activité n-1	145h	ok	↘
	Investissements réseaux	Maintien de l'activité n-1	13	ok	↘*

## Indicateurs

### Production de contenus alliant expertise et pédagogie

Durant l'année écoulée, l'Agence Délic a partagé sur son site **30 articles RSE** et réalisé **12 fiches de vulgarisation des marchés publics**. Nous avons animé **10 webinaires RSE** et **9 webinaires RH**. Lors de cette période, **9 newsletters RSE** et **10 newsletters Marché Public** ont été diffusés.

=> tous les consultants sont impliqués pour poursuivre cet objectif lié à la diffusion de l'expertise de façon pédagogique.

En dehors des bureaux, les membres de la D-Clique ont participé à **11 événements**. Dans le détail, **4 webinaires**, **3 prises de parole**, **1 podcast**, **1 Forum**, **1 article de magazine** et **1 intervention radio**.

Pour finir, **un ouvrage sur les marchés publics** a été édité.

### Participation aux chantiers collectifs sur le conseil responsable

Objectif en « **attente** » car les seuls chantiers spécifiques au conseil et connus à ce jour sont le groupe de travail du **Syntec** et la **CEC Conseil** et nous nous sommes déjà beaucoup investis au sein d'autres collectifs tel que **la Communauté des entreprises à mission** et bientôt **l'ANDRH\*\***.

\*\*Association Nationale des Directeurs des Ressources Humaines



## Nos enjeux pour demain :

- **Identifier** des zones ou sujets d'influence nouveaux
- **Affirmer** notre vision
- **Consolider** les nouveaux formats développés

## Avis du comité de mission

Des éléments qualitatifs ont plus d'intérêt qu'une valeur cible quantitative.

Les précisions apportées sur les contenus des éléments produits nous paraissent qualitatives, nous vous encourageons à tisser des liens avec le monde académique pour ces créations de contenus et vous encourageons à donner votre avis sur vos sujets d'expertise en affirmant votre vision.

Nous pensons que votre rapport de mission doit être en lui-même un outil d'influence. Enfin, dans le cadre de votre sphère d'influence, il nous paraît intéressant de chercher à avoir une représentation des différentes régions dans le comité de mission.

\* Le comité de mission a validé la conformité de l'indicateur même si le nombre de réseaux investis a légèrement baissé (-2).

# OBJECTIF 4 :

NOTRE

## MAÎTRISE DES STANDARDS

ET RÉFÉRENTIELS EN DÉVELOPPEMENT DURABLE

### Explications :

Intégrer la notion d'intérêt général dans les pratiques des entreprises, inciter à l'achats publics durables ou encore rendre pérennes économiquement les associations sont des objectifs auxquels le développement durable permet de répondre.

L'Agence Déclic accompagne ses clients dans cette logique de durabilité par l'intermédiaire d'outils reconnus et adaptés à chaque contexte, à chaque ambition, à chaque projet.



**1** CERTAINS SONT VOLONTAIRES ET ATTESTENT D'ENGAGEMENTS RESPONSABLES À DIFFÉRENTS NIVEAUX : SUR LE PLAN SOCIAL, ENVIRONNEMENTAL OU SOCIÉTAL, À L'ÉCHELLE FRANÇAISE OU INTERNATIONALE. NOUS RETROUVONS LES LABELS, CERTIFICATIONS OU AUTRES RÉFÉRENTIELS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE.

**2** D'AUTRES SONT RÉGLEMENTAIRES ET PERMETTENT D'UTILISER LA RSE COMME UN OUTIL DE CONFORMITÉ ET D'ÉVOLUTION DES MODÈLES D'AFFAIRES. NOUS RETROUVONS PAR EXEMPLE LA CORPORATE SUSTAINABILITY REPORTING DIRECTIVE - CRSD

(ancienne Déclaration de Performance Extra Financière – DPEF)

## Réalisations cette année :

Au sein de l'Agence Déclic, avant de pouvoir proposer des accompagnements répondant aux besoins de nos clients, nous testons et appliquons ces outils en interne. Notre volonté est de rester pionnier sur les thématiques de développement durable appliquées à nos clients, pour cela nous devons veiller à assurer la maîtrise de ces référentiels.

Néanmoins, cela n'est pas toujours évident. Certains des projets menés avec nos clients sont conditionnés par ces outils, à l'instar de la CSRD qui vient bousculer le reporting financier et extra financier de bon nombre d'entreprises. Fraîchement transposée en droit français depuis fin 2023, la CSRD sera complétée par des normes sectorielles qui viendront préciser les données attendues dans les prochaines années.

Ce manque d'informations nous invite ainsi à maintenir des pratiques agiles avec nos clients mais aussi en interne. En effet, bien que l'Agence Déclic ne soit pas soumise à la CSRD dans les prochaines années, nous nous sommes appliqués ses exigences à notre modèle d'entreprise. Se mettre à la place du client nous permet de toujours mieux comprendre sa perception du sujet et d'adapter nos méthodes de travail. Par l'intermédiaire d'une équipe projet CSRD interne, nous avons formalisé notre modèle d'affaires et notre chaîne de valeur afin d'y qualifier les impacts de nos activités sur l'environnement et notre sphère sociale et sociétale.

Des risques et des opportunités pour notre stratégie ont également émergés permettant d'adapter notre modèle aux potentielles évolutions futures. L'exercice n'est pas simple. Entre la gestion de la charge liée à notre activité, la coordination de l'équipe en interne et la nécessaire construction d'outils CSRD compatibles, le projet sera finalisé par un plan d'actions d'ici à fin 2024.

## MAÎTRISER LES STANDARDS ET RÉFÉRENTIELS EN DEVELOPPEMENT DURABLE

Indicateurs	Valeurs cibles EXERCICE 10	Atteinte des valeurs cibles	Tendance
Niveau d'implémentation en interne des plus hauts standards de développement durable	À minima le <b>maintien des valeurs de l'exercice 9</b>	B Corp Démarche de Société à Mission Démarche d'application de la CSRD pour les entreprises volontaires Bilan carbone	
Niveau de maîtrise des référentiels et méthodes en développement durable selon l'application dans nos accompagnements	<b>Pas de valeur cible définie car dépendance des secteurs accompagnés, du marché et de la réglementation</b> (si déjà fait chez un client)	12 (Bcorp, SDG, Société à mission, Ecovadis, ISO 26000, Engagé RSE, Lucie, Bilan Carbone, Référentiel RSE Propreté, Bâtisseurs responsables, ISO 20400 – RFAR, Positive compagny)	

### Avis du comité de mission

Les résultats et tendances sont stables et démontrent un maintien de l'implémentation des standards de développement durable satisfaisant. Il nous paraîtrait pertinent de faire un retour d'expérience formalisé de cette application au sein de l'Agence Déclic pour apporter des éléments qualitatifs et une analyse critique sur les différents standards.

D'autre part, nous vous encourageons à rendre visible votre travail de veille sur l'état de l'art des standards afin de faciliter une mise en perspective.



### Nos enjeux pour demain :



Poursuivre la maîtrise de l'application de la CSRD pour les PME volontaires, puis selon les normes sectorielles qui émergeront dans les prochaines années

# Voici les résultats de notre renouvellement de labellisation B Corp en 2023,



**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**

## ainsi que le détail par thématique :

**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 :

Depuis de nombreuses années maintenant, nous avons défini notre raison d'être et nos objectifs statutaires, ils nous guident et nous conviennent, car nous les avons toujours envisagés comme exprimant la contribution sociétale de l'entreprise au travers de son modèle d'affaires, de ses activités. Nous l'avons construit de cette façon comme une intuition, un parti pris qui n'était pas forcément partagé par d'autres entreprises à mission, au départ.

Les travaux de la communauté des entreprises à mission confirment aujourd'hui cette approche centrée sur le cœur des activités davantage que sur les pratiques responsables des entreprises... alors nous continuons en questionnant régulièrement nos objectifs opérationnels sous l'œil impitoyablement bienveillant de notre comité de mission.

Nous pouvons réussir cela avec **notre équipe forte de 30 talents** aujourd'hui et plus demain qu'il nous faut intégrer, former à la **Déclic Touch** et accompagner pour certain dans le métier de consultant. Il s'agit en soit d'un beau défi qui conditionne à lui seul notre capacité à relever tous les autres.

Nous avons ainsi cette année créé des modules de formation internes regroupés dans notre **Kisschool\*** et co-construit notre socle managérial pour que chaque collaborateur puisse avoir les ressources et appuis pour performer auprès de nos clients. Cette étape de consolidation nous a semblé être un préalable indispensable avant de développer de nouveaux dispositifs visant la régénération des consultants évoquée dans notre précédent rapport.

Nous nous employons avec cœur à incarner et faire vivre notre mission en faisant de notre mieux, tout simplement.

\*KISS = keep it sexy, short, sustainable

## Nous avons de nombreux défis à relever au cours de la prochaine année :

- ▶ Consolider notre implantation en région Région Auvergne Rhône Alpes et plus globalement maintenir un développement soutenu partout où les structures ont besoin d'accompagnement.
- ▶ Confirmer la qualité de nos accompagnements en mariant les approches techniques et stratégiques et en maintenant un haut niveau d'implication des décisionnaires.
- ▶ Chercher à aller plus loin sur la mesure d'impact de nos accompagnements.
- ▶ Préciser nos messages et renforcer notre influence.
- ▶ Poursuivre notre maîtrise de la CSRD.



Contact :

[www.agence-declic.fr](http://www.agence-declic.fr)

[contact@agence-declic.fr](mailto:contact@agence-declic.fr)

Agence Déclic  
— TERRITOIRES DE DEMAIN

---

RENNES - NANTES - PARIS - LYON



## Devenir une entreprise à mission

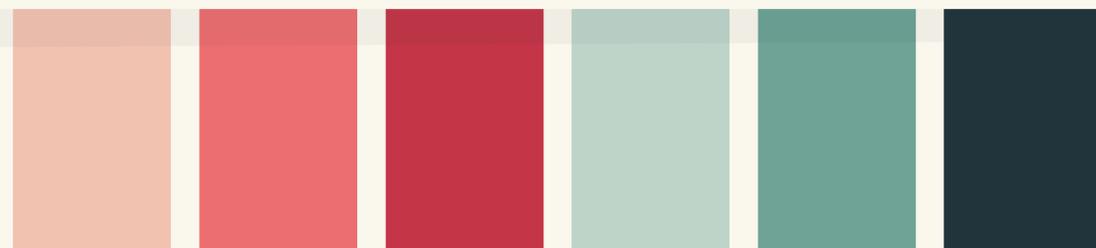
Transformez votre entreprise en 5 étapes pour concilier performance et intérêt général

Qu'est-ce qu'une **entreprise à mission** ? Pourquoi et comment le devenir ? Ce nouveau modèle d'entreprise démontre la possibilité de **conjuguer la performance économique avec la contribution à l'intérêt général**.

5 étapes de notre accompagnement pour devenir une entreprise à mission

# 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 SOGESCOT  
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 :

- ▶ **À L'EXTERNE, AUPRÈS DE NOS CLIENTS :**  
Nous travaillons soit pour des organismes **publics** dont la finalité est expressément l'intérêt général soit pour des organismes **privés** ou associatifs afin de les aider à intégrer les enjeux de longs termes et d'intérêt général à travers les sujets que nous traitons : RSE, le carbone, les achats responsables, l'égalité F/H.
- ▶ **À L'INTERNE, AUPRÈS DE NOS COLLABORATEURS :**  
Bien qu'attentif au besoin individuel de chaque collaborateur nous avons une approche avant tout **collective** ou l'intérêt général passe avant l'intérêt individuel. « Les projets de l'Agence sont l'affaire de tous » est d'ailleurs une des phrases de notre manifeste qui vient ancrer cette vision. Cela nous a notamment amené à mettre en place des objectifs collectifs et un **système d'intéressement égalitaire**, ou bien encore d'**ouvrir notre capital aux collaborateurs** ayant plus d'un an d'ancienneté.

## 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.

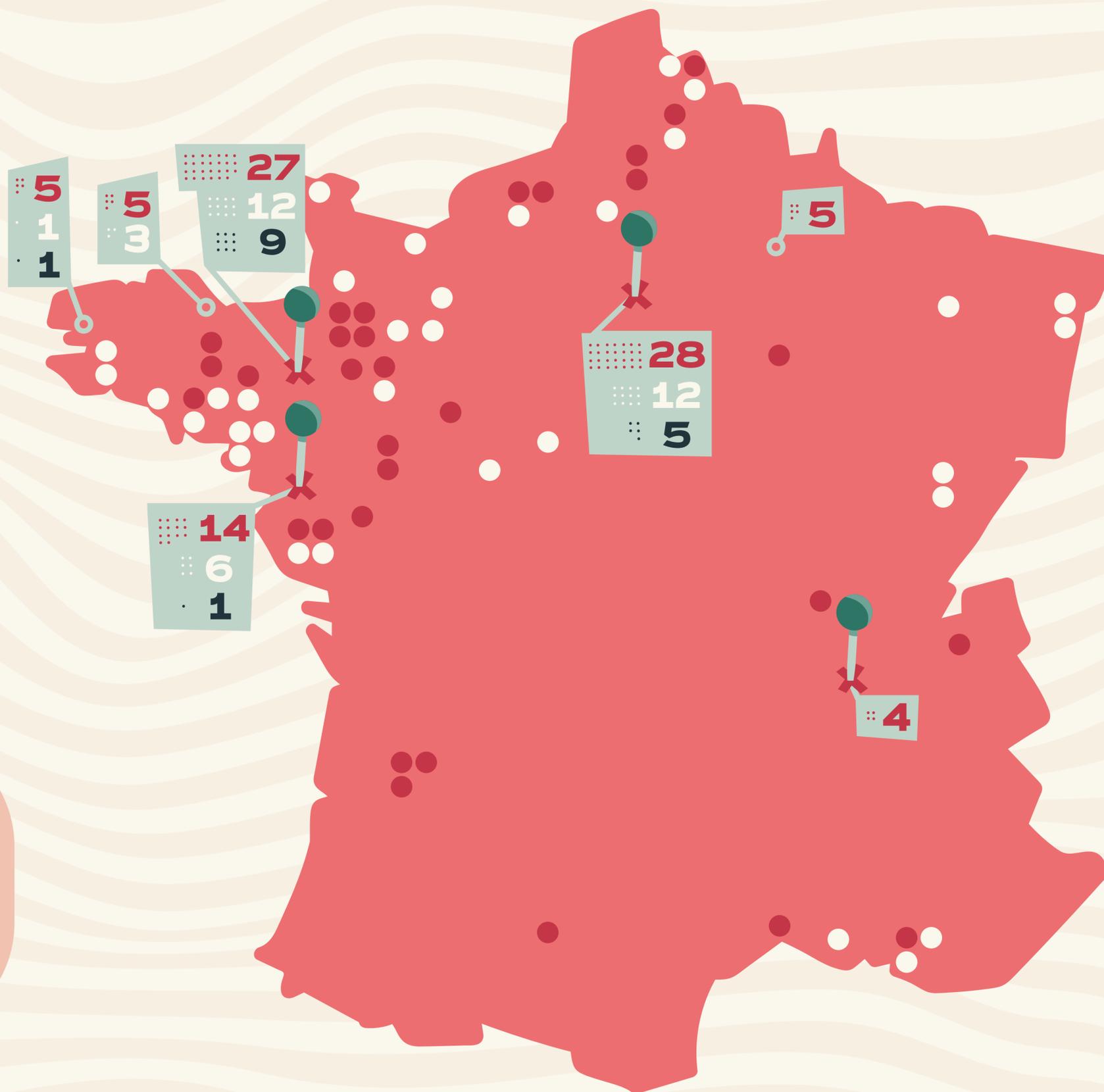
D'AUTRES CHANTIERS RESTENT OUVERTS. IL NOUS RESTE DE L'ÉNERGIE À METTRE POUR PASSER DE L'INTENTION À LA RÉALISATION..



# 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

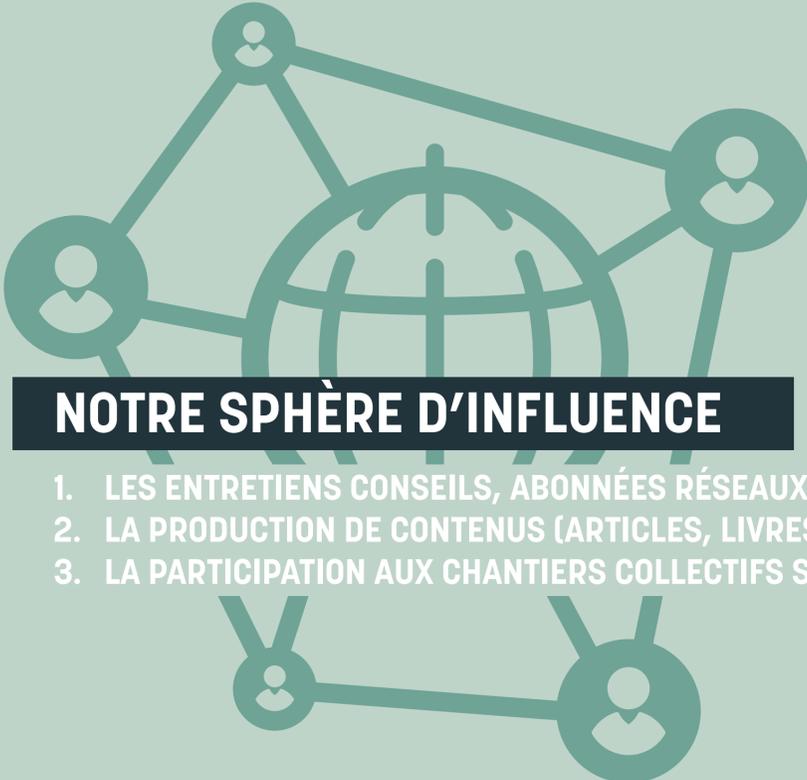
## LA QUALITÉ DE NOS ACCOMPAGNEMENTS

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



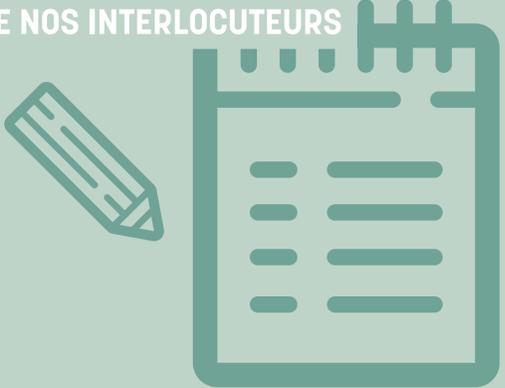
4

CATÉGORIES  
D'INDICATEURS



## NOTRE SPHÈRE D'INFLUENCE

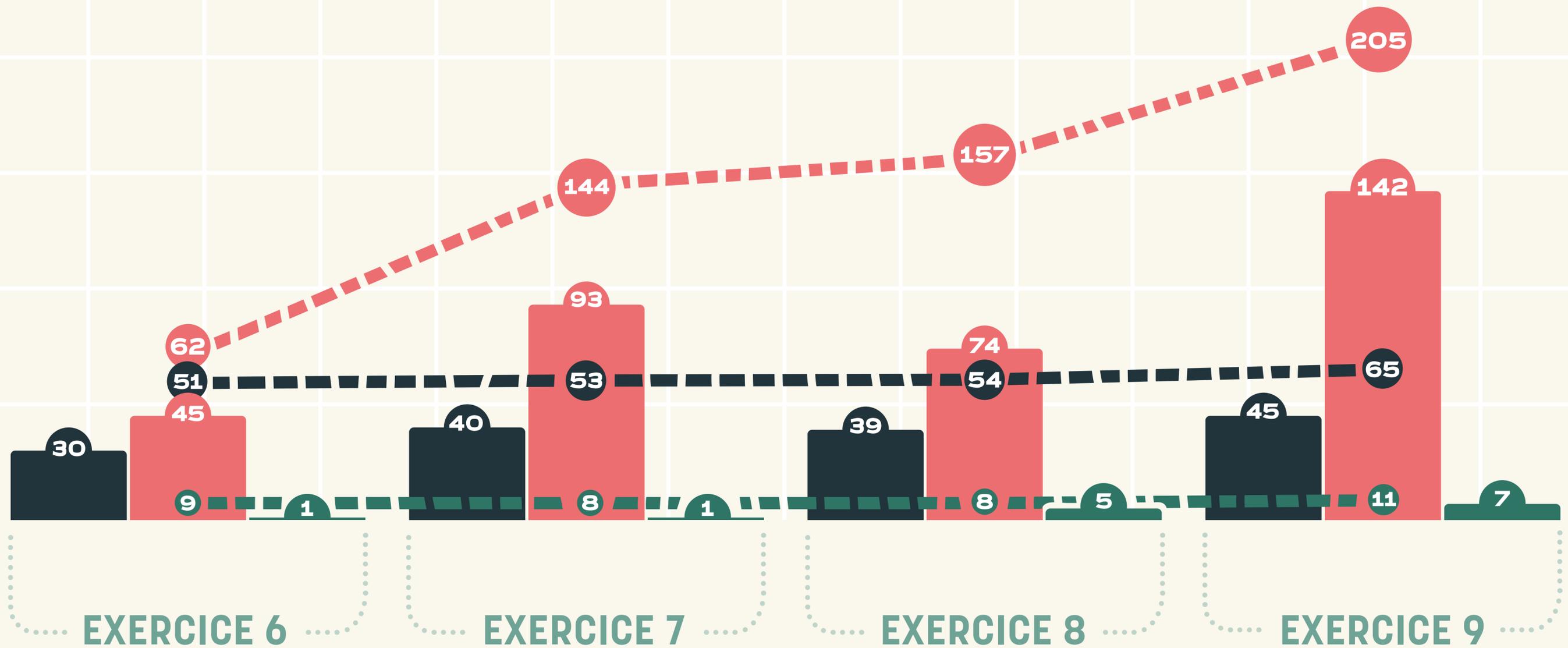
1. LES ENTRETIENS CONSEILS, ABONNÉES RÉSEAUX SOCIAUX ET INVESTISSEMENTS RÉSEAUX
2. LA PRODUCTION DE CONTENUS (ARTICLES, LIVRES BLANCS...)
3. LA PARTICIPATION AUX CHANTIERS COLLECTIFS SUR LE CONSEIL RESPONSABLE



## 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	
<b>MESURE DE LA SATISFACTION CLIENT</b> (DE 1 À 4)	3,55/4	<b>3,8/4</b>	3,68/4	<b>3,91/4</b>	> 3/4
<b>NIVEAU DE RECOMMANDATION CLIENT</b> (OUI/NON)	100% OUI	<b>98% OUI</b>	100% OUI	<b>98,2% OUI</b>	> 80% OUI
<b>NIVEAU D'UTILITÉ DE LA MISSION</b> (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	<b>3/4</b>	3,39/4	<b>3,45/4</b>	> 3/4
<b>NIVEAU DE MONTÉE EN COMPÉTENCES</b> (AUTONOMIE) DES INTERLOCUTEURS ET DES ÉQUIPES DE LA STRUCTURE MESURÉE SELON LE RETOUR CLIENT (DE 1 À 4)	2,7/4	<b>2,97/4</b>	4/4	<b>3,74/4</b>	> 2/4

## INDICATEURS DE MESURE DE NOTRE IMPACT :

EXERCICE	EXERCICE 6	EXERCICE 7	EXERCICE 8	EXERCICE 9	VALEURS CIBLES EXERCICE 9*
<b>DÉCISIONNAIRES DANS LA MISSION RÉALISÉE</b> (EN % PAR RAPPORT AU TOTAL D'ACCOMPAGNEMENTS)	27 SOIT 36%	80 SOIT 40,6%	67%	<b>73%</b>	> 50% 
<b>TAUX DE CLIENTS IMPLANTÉS EN RÉGION</b> PAR RAPPORT À PARIS	100%	97,8%	86%	<b>84%</b>	> 50% 
<b>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</b>	2,5%	98,7%	44,3%	<b>15,6%</b>	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*
<b>INFLUENCE SUR NOS TERRITOIRES D'IMPLANTATION AU TRAVERS DES DONNÉES SUIVANTES :</b>  (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	<b>MAINTIENT</b> 
<b>PRODUCTION DE CONTENUS ALLIANT EXPERTISE ET PÉDAGOGIE</b>	-	7	16	<b>16</b>	<b>EN MOYENNE 1 PAR CONSULTANT.E</b> 
<b>PARTICIPATION AUX CHANTIERS COLLECTIFS SUR LE CONSEIL RESPONSABLE (EN NOMBRE)</b>	1	1	1	<b>1</b>	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>B CORP SDG</b> Société à mission Bilan carbone	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="background-color: #2e7d32; color: white; padding: 5px 10px; border-radius: 10px; font-weight: bold;">MAINTIENT</div> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Tester la pertinence d'un Index EgaPro</li> <li>&gt; S'appliquer la CSRD dans le cadre de la mise à jour de notre démarche RSE.</li> </ul>
NIVEAU DE MAÎTRISE DES RÉFÉRENTIELS/MÉTHODES EN DÉVELOPPEMENT DURABLE SELON L'APPLICATION DANS NOS ACCOMPAGNEMENTS	2	8	12	<b>12</b>	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 :

**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**

**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**

**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

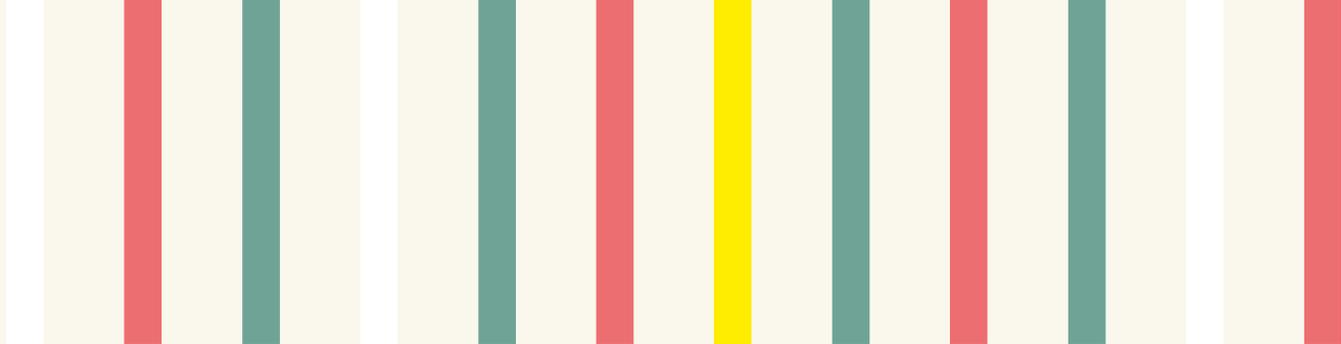
Financial Security : **4.9**  
Health, Wellness, & Safety : **9.6**  
Career Development : **5.0**  
Engagement & Satisfaction : **6.5**

**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 KISSS\***  
(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](http://www.agence-declic.fr)

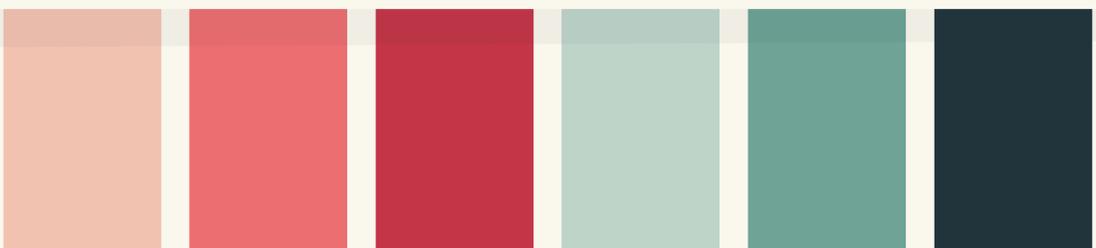
[contact@agence-declic.fr](mailto:contact@agence-declic.fr)

Agence Déclic  
— TERRITOIRES DE DEMAIN

RENNES - NANTES - PARIS - LYON



RAPPORT DE MISSION #2  
DÉCEMBRE 2022





# 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 :

## Un format repensé

Dans le cadre de cette démarche, l'équipe de l'Agence Déclic a saisi l'opportunité d'aller une nouvelle fois à la rencontre de ses parties prenantes, membres de son écosystème. Le comité de mission était l'occasion de les mobiliser autour d'une démarche pleine de sens. Cet organe de gouvernance est dédié au suivi de la mission et à l'atteinte des objectifs fixés par l'Agence Déclic. Son regard, à la fois externe et interne, est précieux et vient mettre en lumière des questionnements, doutes mais aussi des aspects positifs de la démarche menée.

**NOUS AVONS AINSI IDENTIFIÉ LES PROFILS QUI LE COMPOSENT, REPRÉSENTATIFS DE NOTRE ÉCOSYSTÈME ET DE NOS ACTIVITÉS.**

*Membres du comité de mission :*



**Julie Massieu,**  
AGENCE DÉCLIC  
représentante des associés



**Julien Jarny,**  
AGENCE DÉCLIC  
représentant des salariés



**Anne-Laure Simon,**  
AGENCE DÉCLIC  
en charge de la stratégie

*Une dizaine d'invités permanents, représentant nos parties prenantes, dont :*



**Sophie Simon,**  
CONSEIL RÉGIONAL  
DE BRETAGNE  
experte thématique



**Geoffroy Belhenniche,**  
UNILASALLE RENNES, ÉCOLE DES  
MÉTIERES DE L'ENVIRONNEMENT  
représentant des clients privés



**Paul LeCallenec,**  
CONSEIL DÉPARTEMENTAL  
DE MAYENNE  
représentant des clients publics

# UN COMITÉ DE MISSION 2.0 !

L'année 2021/22 a été rythmée par 2 rencontres du comité de mission avec des échanges moins denses que l'année précédente. En effet, la définition des objectifs opérationnels ayant été réalisée, il convenait cette année de faire vivre le dispositif et de l'intégrer dans le fonctionnement quotidien de l'entreprise. Nous avons noté un essoufflement du comité et des difficultés à se réunir ou encore le souhait pour certains membres de passer la main après 2 ans d'investissement. Cela nous a poussé à repenser le mode de fonctionnement du comité et les attendus de celui-ci. 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.

Au regard de cette première période d'expérimentation, nous avons décidé le maintien d'un comité de mission mais dans un format restreint à 3 membres : 1 représentant des salariés, 1 représentant des associés, 1 expert interne. Il s'agit de pouvoir traiter rapidement les sujets « techniques ». Pour les sujets plus « stratégiques », nous sollicitons nos parties prenantes via une liste d'invités permanents qui regroupe une dizaine de personnalités. Nous les remercions pour leur engagement à nos côtés.

L'objectif est d'avoir au moins 3 ou 4 invités présents lors de chaque comité et qu'ils ne se sentent pas mis en défaut lorsqu'ils ne peuvent pas se rendre disponibles. Ils bénéficient tous d'un rendez-vous d'embarquement et ont accès en ligne à des informations de base et concrètes sur notre entreprise et notre comité de mission, les rapports de mission, comptes rendus de réunions etc.

## Sophie SIMON - Experte économie circulaire - Conseil Régional de Bretagne

### Pourquoi avoir accepté d'être membre du comité ?

Ma première rencontre avec l'Agence Déclic remonte à 7 ans, lorsque je suis arrivée en territoire breton. À l'époque nous échangeons en tant qu'experts des Transitions sur la structuration de l'offre de conseil de l'Agence Déclic, sur l'écosystème breton, sur les méthodes de consulting en RSE. J'ai accepté d'être membre « expert » du comité de mission afin d'y apporter mon regard constructif et bienveillant, et par curiosité car je découvre le fonctionnement des entreprises à mission. Je trouve que l'entraide dans notre milieu est nécessaire, alors, j'ai accepté de donner un peu de mon temps personnel au service d'une chouette équipe !

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

Je suis une "partie prenante" au regard à la fois sincère et vigilant ! Mon rôle avec les autres membres du comité est de vérifier que les décisions de l'entreprise sont en lien avec les critères sociaux et environnementaux définis ensemble. Je participe également à la construction du rapport annuel et peut être sollicitée lors de l'audit. Cet exercice est riche de sens et de découvertes.

Au début de la mission, j'aurais imaginé pouvoir apporter mes compétences d'économie circulaire pour accompagner le développement de l'offre de conseil, mais ce n'était pas le sujet au sein du comité de mission !

### Après 2 ans, le comité a décidé de revoir les modalités de fonctionnement, pouvez-vous nous dire pourquoi ?

Lors du dernier Comité de mission, a été proposé par l'Agence Déclic, conformément à ses statuts, le maintien d'un comité de mission dans un format restreint à 3 membres : 1 représentant des salariés, 1 représentant des associés, 1 expert interne. Les autres participants sont des invités permanents (représentant différentes parties prenantes de l'entreprise) et ponctuels en fonction des sujets, pour une durée d'une année. En effet, les membres externes sont souvent pris, et il est difficile de tous nous rassembler facilement. Je trouve ce schéma plus facile à porter pour l'Agence Déclic. Nous verrons dans l'année à venir le niveau de mobilisation des invités permanents.



# Notre premier audit par un OTI\*

## ► NOUS AVONS ENGAGÉ L'AVENTURE DE L'ENTREPRISE À MISSION, DÈS FIN 2019, CONSTRUIT, EXPÉRIMENTÉ LES OBJECTIFS STATUTAIRES, OPÉRATIONNELS, EMBARQUÉ L'ÉQUIPE ET LE COMITÉ DE MISSION !

L'an dernier, nous avons publié notre premier rapport de mission qui faisait état de l'ensemble de notre démarche, nos choix, nos partis pris, nos premiers résultats et nos prochains défis.

Il convient d'actualiser aujourd'hui ces informations et de faire un point d'étape sur cette démarche.

Tout d'abord nous avons vécu notre premier audit par un Organisme Tiers Indépendant. Après en avoir consulté plusieurs nous avons retenu le cabinet Endrix-Compta Durable, pour son approche complète et sa capacité à s'adapter à la taille de notre organisation.

Après l'audit rigoureux mais néanmoins sympathique durant lequel 4 des membres du comité de mission ont été interrogés et un certain nombre d'éléments de preuves transmis, l'avis de l'OTI est le suivant...

**« L'Agence Déclic respecte chacun des objectifs sociaux et environnementaux qu'elle s'est donnée pour mission de poursuivre, en cohérence avec sa raison d'être et son activité au regard de ses enjeux sociaux et environnementaux. »**

\* Organisme Tiers Indépendant

## Au-delà de la satisfaction de voir confirmer la cohérence du dispositif mis en place par l'agence, L'OTI A FAIT DES REMARQUES PARTICULIÈREMENT PERTINENTES POUR NOUS AIDER À PROGRESSER notamment :

- des **objectifs statutaires** de la société qui correspondent également au modèle d'affaires de l'entreprise. Du fait de ses valeurs la société part du postulat qu'elle ne réalisera que des accompagnements conformes à sa raison d'être et à ses objectifs statutaires. Cette vision est partagée par les membres du comité de mission avec lesquels nous nous sommes entretenus. Nous suggérons que la société mette plus en évidence l'alignement de ses accompagnements à sa mission.
- Nous suggérons également la **communication des résultats** des indicateurs en fonction des trois typologies de clients mentionnés dans les objectifs statutaires afin de renforcer la cohérence entre les objectifs formulés, la raison d'être et l'activité de l'entité au regard de ses enjeux sociaux et environnementaux.
- **Quatre catégories d'indicateurs** ont été construits dans l'objectif de mesurer la qualité et l'impact positif des accompagnements ainsi que la contribution, l'influence et la maîtrise des standards et référentiels en développement durable de la société. Nous avons relevé que la société n'avait pas encore établis d'objectifs cibles, par choix.

---

**FORTS DE CES REMARQUES NOUS AVONS TRAVAILLÉ À LES PRENDRE EN COMPTE ET À FAIRE ÉVOLUER NOS PRATIQUES AINSI, LA PREMIÈRE REMARQUE CONCERNANT LES OBJECTIFS STATUTAIRES ALIGNÉS SUR LE MODÈLE D'AFFAIRES, IL S'AGIT D'UN PARTI PRIS QUE NOUS AVONS EXPLIQUÉ DANS LE PRÉCÉDENT RAPPORT DE MISSION. NOUS TRAVAILLONS À LA CLARIFICATION DE NOS ÉLÉMENTS DE COMMUNICATION SUR NOTRE SITE INTERNET.**

---



## 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



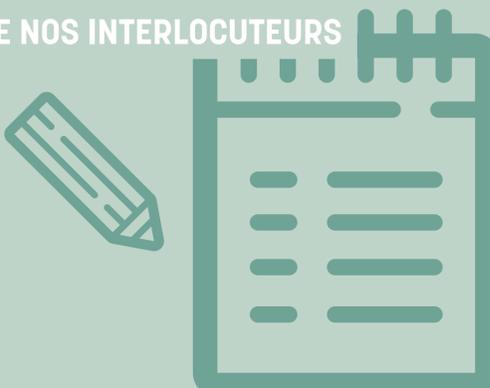
4

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 DÉSORMAIS 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.**



Notre analyse s'est basée sur les données relatives à trois exercices comptables, à cheval sur plusieurs années :

**EXERCICE 6** › DU 1<sup>ER</sup> SEPTEMBRE 2019 AU 31 AOÛT 2020

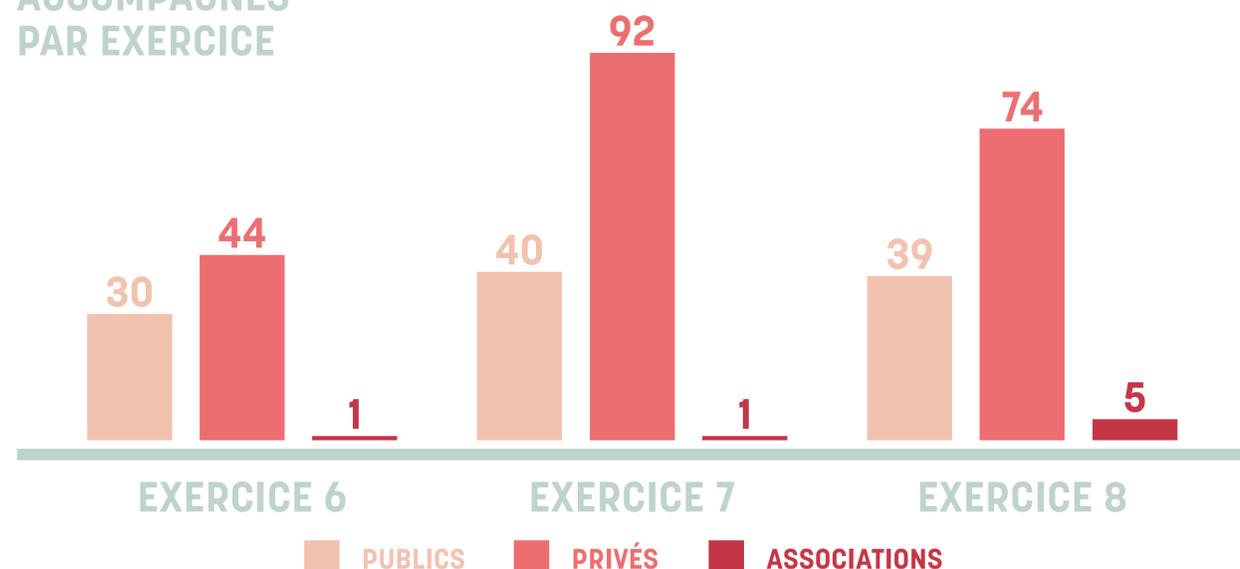
**EXERCICE 7** › DU 1<sup>ER</sup> SEPTEMBRE 2020 AU 31 AOÛT 2021

**EXERCICE 8** › DU 1<sup>ER</sup> SEPTEMBRE 2021 AU 31 AOÛT 2022

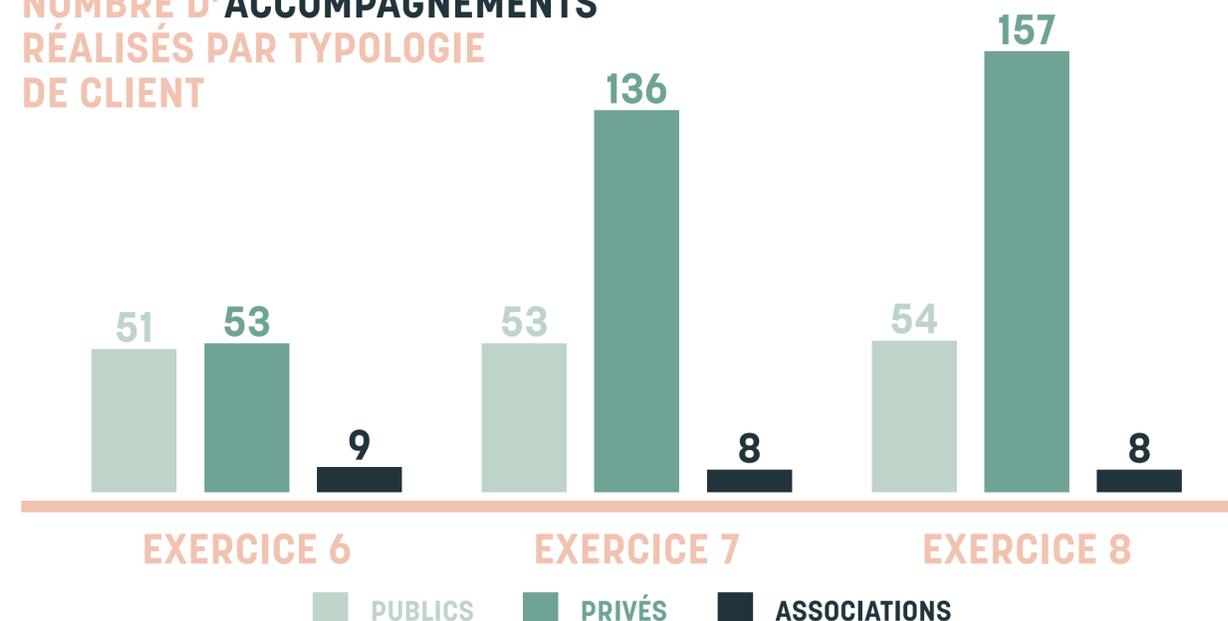
Nos indicateurs étaient conditionnés par le **nombre de clients accompagnés** et le **nombre d'accompagnements réalisés**.

**VOICI LES DONNÉES RELATIVES AUX EXERCICES CONCERNÉS :**

**NOMBRE DE CLIENTS ACCOMPAGNÉS PAR EXERCICE**



**NOMBRE D'ACCOMPAGNEMENTS RÉALISÉS PAR TYPOLOGIE DE CLIENT**



CES CHIFFRES DÉNOTENT UNE AUGMENTATION DU « PANIER MOYEN », C'EST-À-DIRE DES MISSIONS PLUS IMPORTANTES AINSI QU'UNE BONNE FIDÉLISATION CLIENT. IL Y A MOINS D'ACCOMPAGNEMENTS DE 1<sup>ER</sup> NIVEAU, LES PROJETS SONT PLUS LONGS ET PLUS COMPLETS. L'ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE SUIT L'ÉVOLUTION DU MARCHÉ ET DE SES CLIENTS, NOTAMMENT EN CE QUI CONCERNE LEUR MATURITÉ SUR LA THÉMATIQUE RSE.

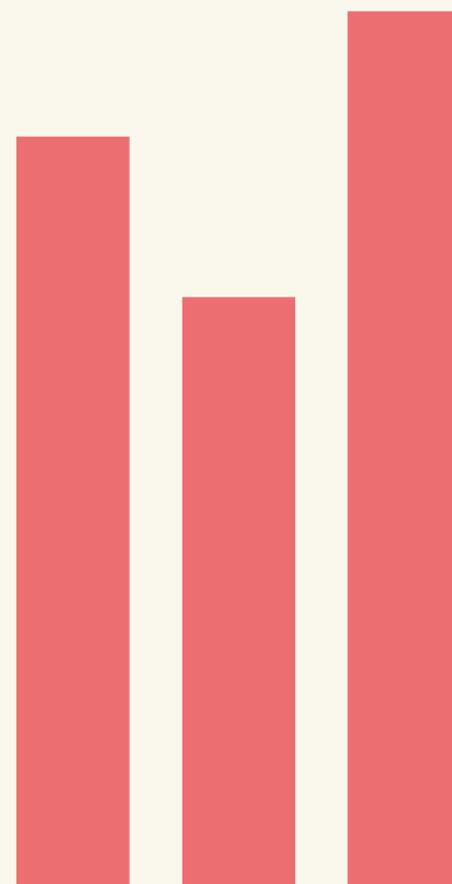
# DES OBJECTIFS STRATÉGIQUES

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 :



	MESURE DE LA QUALITÉ	MÉTHODE DE COLLECTE	EXERCICE 7	EXERCICE 8	VALEURS CIBLES EXERCICE 9*
1.	MESURE DE LA SATISFACTION CLIENT (DE 1 À 4)	QUESTIONNAIRE EN FIN DE MISSION	ACTIVITÉ CONSEIL : NM ACTIVITÉ FORMATION :	ACTIVITÉ CONSEIL : 3,55/4 ACTIVITÉ FORMATION : 3,68/4	> 3/4
2.	NIVEAU DE RECOMMANDATION CLIENT (OUI/NON) SI OUI, POURQUOI ?	QUESTIONNAIRE EN FIN DE MISSION	ACTIVITÉ CONSEIL : NM ACTIVITÉ FORMATION :	ACTIVITÉ CONSEIL : 100% OUI ACTIVITÉ FORMATION : 100% OUI	> 80% OUI
3.	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>	QUESTIONNAIRE EN FIN DE MISSION  QUESTIONNAIRE 6 MOIS APRÈS LA FIN DE LA MISSION	ACTIVITÉ CONSEIL : NM ACTIVITÉ FORMATION : 23.9% SATISFAISANT 76.1% TRÈS SATISFAISANT	ACTIVITÉ CONSEIL : 3,8/4 ACTIVITÉ FORMATION : 3,39/4	> 3/4
4.	NIVEAU DE MONTÉE EN COMPÉTENCES (AUTONOMIE) DES INTERLOCUTEURS ET DES ÉQUIPES DE LA STRUCTURE, MESURÉ SELON LE RETOUR CLIENT (DE 1 À 4)	QUESTIONNAIRE EN FIN DE MISSION	NM	ACTIVITÉ CONSEIL : 2,7/4 ACTIVITÉ FORMATION : 4/4	> 2/4

NM\* : NON-MESURÉ SUR L'EXERCICE CONCERNÉ (PROCESS DE COLLECTE EN COURS DE CRÉATION)

\*CO-CONSTRUITES AVEC LE COMITÉ DE MISSION

# INDICATEURS DE MESURE DE NOTRE IMPACT :

1. DÉCISIONNAIRES DANS LA MISSION RÉALISÉE (EN % PAR RAPPORT AU TOTAL D'ACCOMPAGNEMENTS)

EXERCICE 6

27 soit 36%

EXERCICE 7

80 soit 40,6%

EXERCICE 8

67%

VALEURS CIBLES EXERCICE 9\*

> 50%

2. Taux de clients implantés en région par rapport à Paris

100%

97,8%

86%

> 50%

3. Taux de croissance de l'Agence Déclit 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%

CA : 402 979€

CA : 800 932€

CA : 1 155 508 €

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 :

MESURE DE NOTRE CONTRIBUTION ET DE NOTRE SPHÈRE D'INFLUENCE

EXERCICE 6

EXERCICE 7

EXERCICE 8

VALEURS CIBLES EXERCICE 9\*

1. INFLUENCE SUR NOS TERRITOIRES D'IMPLANTATION AU TRAVERS DES DONNÉES SUIVANTES :

(A) ABONNÉS NEWSLETTER RSE

A) /

A) 518

A) 653

(B) ABONNÉS NEWSLETTER CP

B) /

B) 307

B) 403

(C) ENTRETIENS CONSEILS RÉALISÉS

C) 40

C) 40

C) 44 (SOIT 33H)

MAINTIEN

(D) INVESTISSEMENT RÉSEAUX

D) 12

D) 13

D) 14

(E) ABONNÉS LINKEDIN & TWITTER

E) /

E) 3 229

E) 3 082 ABANDON TWITTER

2. PRODUCTION DE CONTENUS ALLIANT EXPERTISE ET PÉDAGOGIE

/

7

16

EN MOYENNE 1 PAR SALARIÉ

3. PARTICIPATION AUX CHANTIERS COLLECTIFS SUR LE CONSEIL RESPONSABLE (EN NOMBRE)

1

1

1

# INDICATEURS « RÉFÉRENCE PIONNIÈRE »

1. NIVEAU D'IMPLÉMENTATION EN INTERNE DES PLUS HAUTS STANDARDS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

EXERCICE 6

B CORP  
Société à mission

EXERCICE 7

B CORP - SDG  
Société à mission

EXERCICE 8

B CORP - SDG - TOUMAÏ  
Société à mission - Bilan carbone

EXERCICE 9

Définition tous les 2 ans d'un pool cible en comité de mission

2. NIVEAU DE MAÎTRISE DES RÉFÉRENTIELS/ MÉTHODES EN DÉVELOPPEMENT DURABLE SELON L'APPLICATION DANS NOS ACCOMPAGNEMENTS

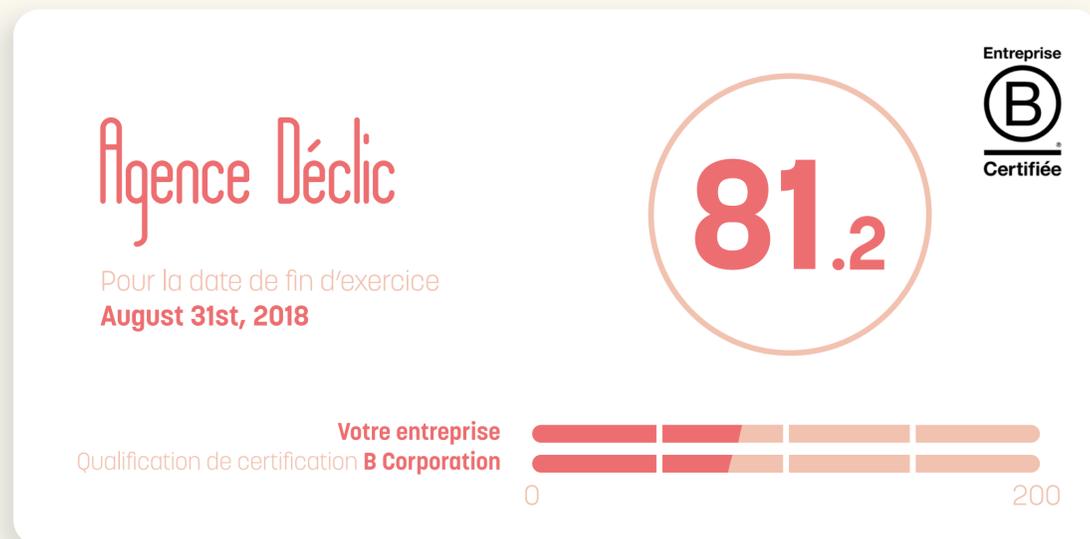
2

8

12

Pas de cible car dépend des secteurs adressés et du marché

# VOICI LES RÉSULTATS DE NOTRE LABELLISATION B CORP (NOVEMBRE 2019), le renouvellement est en cours



## AINSI QUE LE DÉTAIL PAR THÉMATIQUE :

Pour le pilier **GOVERNANCE**, nous avons augmenté notre score grâce à la formalisation de notre mission, de la transparence de l'entreprise quant à sa performance financière auprès de ses collaborateurs ainsi qu'auprès des parties prenantes externes sur la performance sociale et environnementale.



### GOVERNANCE

Mission & Engagement : **1.0**  
Corporate Accountability : **0.5**  
Transparency : **3.1**  
+ Mission Locked : **7.5**

Pour le pilier **COLLECTIVITÉS**, nous mesurons la diversité au sein de l'entreprise via des critères de sexe et d'âge, nous créons des emplois (5 postes ouverts entre septembre 2020 et août 2021), et participons à l'organisation et à l'animation d'événements autour des sujets sociaux et environnementaux.



### COMMUNITY

Job Creation : **1.5**  
Diversity & Inclusion : **4.3**  
Civic Engagement & Giving : **2.2**  
Local Involvement : **12.4**  
Suppliers, Distributors & Product : **0.5**  
+ Local Economic Development : **N/A**  
N/A Points : **0.7**

Ce sont sur les enjeux **ENVIRONNEMENTAUX** que la majorité du progrès reste à réaliser. Lors de la certification, nous suivions déjà nos consommations d'eau et d'énergies, ainsi que nos déplacements. Dans une démarche d'amélioration continue, nous avons aujourd'hui réalisé notre bilan carbone sur la période septembre 2019 - août 2020 : 21 tonnes eq CO2.



### ENVIRONMENT

Land, Office, Plant : **3.2**  
Inputs : **2.7**  
Outputs : **1.1**

Concernant le pilier **COLLABORATEURS**, tous nos collaborateurs sont en CDI. De plus, une partie de notre bénéfice est également versée à tous nos salariés de façon équitable, et ces derniers bénéficient d'une prise en charge à 100% de leur mutuelle d'entreprise.



### WORKERS

Compensation & Wages : **6.5**  
Benefits : **12.1**  
Training & Education : **1.9**  
Worker Ownership : **2.6**  
Management & Worker Communication : **6.5**

Enfin, sur le pilier **CLIENT**, la totalité de nos points provient de l'impact positif de nos activités pour nos clients. En effet, nos services permettent une meilleure prise en compte de l'intérêt général et du développement durable dans leurs activités et pratiques.



### CUSTOMERS

+ Support for Underserved Purpose Driven Enterprises : **8.1**  
+ Impact Improvement : **2.1**  
+ Serving in Need Populations : **N/A**

# Nos enjeux pour **demain**

- ▶ **PRÉCISER LA DÉFINITION DE LA NOTION DE TERRITOIRE** ET LE LIEN AVEC NOS ACTIVITÉS
- ▶ **POURSUIVRE 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
- ▶ **RENFORCEMENT DES ANTENNES EXISTANTES** (NANTES ET PARIS) **ET OUVERTURE D'UNE NOUVELLE AGENCE EN RÉGION AUVERGNE RHÔNE ALPES** POUR AUGMENTER LA COUVERTURE GÉOGRAPHIQUE DE L'ENTREPRISE ET LA PROXIMITÉ AVEC LES ENTREPRISES DE CE TERRITOIRE





Contact :

[www.agence-declic.fr](http://www.agence-declic.fr)

[contact@agence-declic.fr](mailto:contact@agence-declic.fr)

Agence Déclic  
— TERRITOIRES DE DEMAIN

---

RENNES - NANTES - PARIS