



Agence Déclic  
— TERRITOIRES DE DEMAIN



# *l'aventure de* **L'AGENCE DÉCLIC**

► **NOUS ENVISAGEONS NOTRE ESPÈCE  
COMME UN ÉLÉMENT D'UN ÉCOSYSTÈME  
HÉBERGÉ SUR UNE PLANÈTE AUX  
RESSOURCES FINIES.**

Les besoins humains à couvrir sont nombreux et différenciés : physiologiques (se nourrir, dormir...), de sécurité (logement, protection), d'appartenance (amitié, amour, communauté), d'estime de soi (identité, utilité) et d'accomplissement (développer ses compétences, ses valeurs) - cf *Pyramide de Maslow*.

Pour répondre à ses besoins, notre espèce a développé de multiples organisations : institutions publiques (écoles, hôpitaux, musées...), entreprises privées (alimentation, transports, services...), associations (cultures, sport...) qui grâce à de nombreuses interactions permettent de couvrir partiellement ou totalement l'ensemble de ces besoins.

Pour faciliter les échanges entre les organisations et entre les individus et les organisations, notre espèce a développé des mécanismes économiques plus ou moins complexes reposant in fine sur un sentiment, sans lequel rien n'est possible : la confiance.

*Nous avons la conviction que nous  
allons au-devant de changements  
majeurs qui vont drastiquement  
conditionner nos vies.*

Il convient d'inventer un nouveau modèle, permettant de répondre aux besoins humains d'aujourd'hui mais aussi de demain.

Dans cette nécessaire transition, les organisations (entreprises, collectivités, associations) ont un rôle crucial à jouer, car elles disposent de leviers économiques, sociaux et environnementaux majeurs qu'elles doivent rapidement actionner.

Ces actions doivent être menées de manière collective et coordonnée et les organisations ont besoin d'être accompagnées dans ce changement d'approche afin d'intégrer ces enjeux dans leurs projets et leurs décisions. Nous voulons à notre niveau et sur les territoires, les accompagner à se tourner vers ces nouveaux modèles.

**L'AGENCE DÉCLIC**, créée en 2014 est une entreprise de conseil et formation en développement durable / Responsabilité Sociétale des Organisations basée à Rennes, Nantes et Paris. En mai 2017 lors d'un travail de fondation entre « futurs » associés, elle a rédigé sa raison d'être permettant ainsi de définir le sens, le « **POURQUOI** » du projet entrepreneurial. Cette raison d'être a été définie antérieurement à la loi Pacte et n'a pas été modifiée, elle constitue la boussole qui guide l'ensemble des décisions stratégiques et quotidiennes de l'entreprise depuis.



2014  
2017  
2021

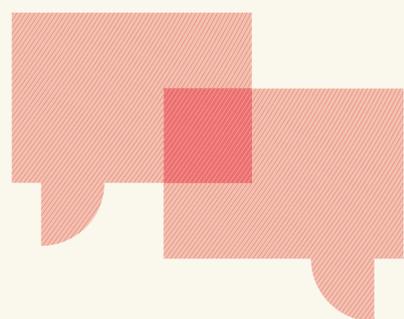


# Notre raison d'être

... est de 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 :**

### **1 organe / 7 membres**

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. CE COMITÉ DE MISSION EST AINSI PORTÉ PAR 7 MEMBRES BÉNÉVOLES ET VOLONTAIRES :**



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



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



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



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



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



**Mégane Blot,**  
GROUPE VIDÉAL  
représentante des fournisseurs



**Dominique Auberger,**  
CITÉDIA  
partenaire

# quelle vision de cette démarche de **société** à mission ?

**LE COMITÉ DE MISSION** s'est réuni à **3** reprises en un an. L'objectif de ces rencontres était le même : obtenir l'avis de ses membres au sujet des ambitions fixées et du travail réalisé pour les atteindre. Lors du premier comité de mission, les objectifs stratégiques ainsi que la première version des indicateurs de suivi ont été présentés et challengés.

**Un travail d'ajustement a été réalisé** à la suite permettant une validation des indicateurs lors du deuxième comité de mission.

Le troisième comité ayant eu lieu en novembre 2021 nous a permis de présenter une première trame de rapport de mission : **le comité s'est ainsi intéressé à sa structuration, son contenu et bien évidemment aux données récoltées permettant l'atteinte des objectifs fixés.**

Certaines de ces données manquaient au rapport. En effet, nous nous sommes posés de nouvelles questions depuis le lancement de cette démarche de société à mission. De nouveaux aspects ont été intégrés dans nos manières de travailler, de nouvelles informations à analyser ont été ciblées permettant de répondre à la mission, rendant ainsi leur collecte préalable impossible.

L'équipe de **l'AGENCE DÉCLIC** s'est ainsi mobilisée pour coconstruire ces nouveaux modes de collecte issus des réflexions du comité et des objectifs opérationnels travaillés, notamment en lien avec des indicateurs de mission que nous présenterons ci-après. La question des résultats, soit l'atteinte des objectifs opérationnels, est importante mais la question des moyens affectés à la réalisation l'est tout autant.

**Maintenant que les présentations ont été réalisées et que notre comité de mission vous est familier, nous vous proposons de passer aux objectifs que nous nous sommes fixés et aux moyens mis en œuvre pour les atteindre.**



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

Pourquoi avoir accepté d'être membre du comité ?

Par sympathie pour le collectif que constitue **l'AGENCE DÉCLIC**. Des fondateurs aux collaborateurs, tous s'impliquent pour la formation de nos élèves : il est bien normal de renvoyer la balle ! Mais aussi parce que se lancer dans **UNE ENTREPRISE À MISSION**, c'est aussi accepter de réduire l'éventail des choix au profit du bien commun et c'est important de répondre présent à de telles démarches.

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

Un rôle de **PARTIES PRENANTES** certes bienveillantes mais exigeantes : être capable de faire résonner intérêt du client, respect de la raison d'être mais aussi intérêt de l'agence. L'objectif est atteignable mais mérite d'être étudié avec les bonnes informations. Les regards croisés apportés lors des réunions du comité nourrissent les débats et invitent à revenir à l'essence même de qui constitue le métier de **CONSEIL EN RSE**.

Quel est votre bilan de cette première année ?

Une année riche en **DÉCOUVERTES** : comprendre le concept de société à mission, découvrir ce que fait réellement **l'AGENCE DÉCLIC** au-delà de la représentation partielle que j'en avais, inventer avec les autres membres du comité de mission les indicateurs pertinents. C'est en travail **COLLABORATIF** qui apporte aussi pour sa propre structure et c'est cela qui est passionnant !

# LES OBJECTIFS DE L'AGENCE DÉCLIC : D'OÙ NOUS SOMMES PARTIS, OÙ NOUS SOMMES AUJOURD'HUI

L'Agence Déclic s'est fixée pour rappel les objectifs stratégiques suivant, caractérisant sa mission :

> 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.

## 4 GRANDS AXES

Afin de mesurer leur atteinte, de faciliter le suivi de ces objectifs par le comité de mission, des indicateurs ont été créés autour de 4 grands axes. La mission de l'Agence Déclic étant étroitement liée à ses activités quotidiennes :

1. LA MESURE DE LA QUALITÉ DE NOS ACCOMPAGNEMENTS ;
2. LA MESURE DE L'IMPACT POSITIF DE NOS ACCOMPAGNEMENTS, TANT SUR L'ASPECT CONSEIL QUE FORMATION ;
3. LA MESURE DE NOTRE CONTRIBUTION ET DE NOTRE SPHÈRE D'INFLUENCE, À LA FOIS EN TANT QU'ACTEUR ÉCONOMIQUE ET CABINET DE CONSEIL EN STRATÉGIE RESPONSABLE ;
4. LA MAÎTRISE DES STANDARDS ET RÉFÉRENTIELS EN DÉVELOPPEMENT DURABLE.

*Notre analyse s'est basée sur les données relatives à deux 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

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

Voici les données relatives aux deux exercices concernés :

	PUBLICS	PRIVÉS	TOTAL	dont associations
CLIENTS EXERCICE 6	30	45	75	/
ACCOMPAGNEMENTS RÉALISÉS EX6	51	62	113	9
CLIENTS EXERCICE 7	40	93	133	/
ACCOMPAGNEMENTS RÉALISÉS EX6	53	144	197	8

# INDICATEURS DE MESURE DE L'IMPACT DE NOS ACCOMPAGNEMENTS :

Associée à la mesure de la qualité, la mesure de l'impact de nos accompagnements est un élément permettant d'assurer que nous répondons bien à notre mission. En effet, si le chiffre d'affaires de l'Agence Décllic augmente ou si notre implantation géographique s'intensifie mais que nos accompagnements ne sont pas utiles pour nos clients, grandir et adresser de nouveau territoire n'a pas d'intérêt. Ces indicateurs sont au nombre de 3.

**1. Le premier indicateur** porte sur l'implication des décisionnaires (direction générale) dans la démarche : leur engagement dans les échanges, le suivi du projet et les temps de travail est important et conditionne la transformation effective des pratiques de la structure dans la durée.

**2. Le deuxième indicateur** s'intéresse à l'implantation géographique de l'Agence Décllic : depuis début 2021, nous sommes aussi implantés à Paris, un territoire où le nombre de structures est important. Dans notre raison d'être, nous adressons bien tous les territoires. Ainsi, par le suivi de l'implantation géographique des clients que nous accompagnons, nous vérifions que nous adressons bien cette ambition territoriale.

**3. Le troisième indicateur** évalue le taux de croissance de l'entreprise en chiffres d'affaires selon N-1 : cette donnée couplée à la qualité et à l'utilité de nos accompagnements permet d'avancer que si l'Agence Décllic croît, ses impacts positifs pour ses clients et sur ses territoires d'implantation augmentent. Une croissance qui a du sens car au service de la mission.

MESURE DE L'IMPACT

MÉTHODE DE COLLECTE

EXERCICE 6

EXERCICE 7

**1. TAUX D'IMPLICATION DES DÉCISIONNAIRES DANS LA MISSION RÉALISÉE** (EN % PAR RAPPORT AU TOTAL D'ACCOMPAGNEMENTS SUR L'EXERCICE CONCERNÉ)

TABLEAU DE BORD (SUIVI DES FONCTIONS DES INTERLOCUTEURS DANS LES MISSIONS RÉALISÉES)

**36%** **40,6%**

**2. TAUX DE CLIENTS IMPLANTÉS EN RÉGION PAR RAPPORT À PARIS** (EN % SELON LE TOTAL D'ACCOMPAGNEMENTS SUR L'EXERCICE CONCERNÉ)

TABLEAU DE BORD

**100%** **97,8%**

**3. 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, SELON L'EXERCICE PASSÉ (EN %)

TABLEAU DE BORD

**2,5%** **98,7%**

CA : 402 979€ (ANNÉE COVID) CA : 800 932 €

# INDICATEURS DE MESURE DE LA QUALITÉ :

La mesure de la qualité de nos accompagnements est relative à leur utilité : qu'apportent nos missions de conseil et de formation à nos clients ?

En quoi nos clients mettent en œuvre des pratiques plus responsables et quelle est leur satisfaction à l'issue de la mission ? Nous recommanderaient-ils auprès d'autres structures ?

Nous travaillons « avec » nos clients et non « pour » : quel est le niveau de montée en compétences de l'équipe projet ou de l'interlocuteur sur les sujets traités avec l'Agence Décllic, une fois la mission réalisée ? Une mission de qualité, c'est ainsi une mission utile aux bénéficiaires parfois inattendus.

MESURE DE LA QUALITÉ

MÉTHODE DE COLLECTE

EXERCICE 6

EXERCICE 7

- MESURE DE LA SATISFACTION CLIENT** (DE 1 À 4)

QUESTIONNAIRE EN FIN DE MISSION

ACTIVITÉ CONSEIL : NM\*  
ACTIVITÉ FORMATION : NM
- TAUX DE RECOMMANDATION CLIENT/STAGIAIRE** (EN %)

QUESTIONNAIRE EN FIN DE MISSION

ACTIVITÉ CONSEIL : NM  
ACTIVITÉ FORMATION : NM
- NIVEAU D'UTILITÉ DE LA MISSION** (DE 1 À 4, DE NON-SATISFAISANT À TRÈS SATISFAISANT)

QUESTIONNAIRE EN FIN DE MISSION

QUESTIONNAIRE 6 MOIS APRÈS LA FIN DE LA MISSION

COMMENT QUALIFIERIEZ-VOUS L'UTILITÉ DE LA MISSION ?

QUELLES SONT LES CONSÉQUENCES INATTENDUES MESURÉES ?

ACTIVITÉ CONSEIL : NM  
ACTIVITÉ FORMATION : NM

ACTIVITÉ CONSEIL : NM  
ACTIVITÉ FORMATION : 23.9% SATISFAISANT, 76.1% TRÈS SATISFAISANT
- NIVEAU DE MONTÉE EN COMPÉTENCES DES INTERLOCUTEURS ET DES ÉQUIPES DE LA STRUCTURE, MESURÉ SELON LE RETOUR CLIENT**

QUESTIONNAIRE EN FIN DE MISSION

NM NM

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

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

Au-delà de nos accompagnements, l'**Agence Décllic** est un membre actif de l'écosystème du conseil et de la formation responsables. Nous souhaitons ainsi évaluer notre pouvoir d'influence sur d'autres parties prenantes que nos clients : des réseaux, des personnes en reconversion, des étudiants, des curieux et curieuses de la RSE...

Créateur de contenus diffusés sur les réseaux sociaux et au travers de newsletters, l'**Agence Décllic** touche un public varié. De plus, notre contribution à la recherche académique et notre participation aux chantiers collectifs sur le conseil responsable positionnent l'entreprise et ses consultant.es dans une démarche de recherche en réseaux et avec d'autres acteurs des territoires au service de la mission.

MESURE DE NOTRE CONTRIBUTION ET DE NOTRE SPHÈRE D'INFLUENCE	MÉTHODE DE COLLECTE	EXERCICE 6	EXERCICE 7
<b>1.</b> INFLUENCE SUR NOS TERRITOIRES D'IMPLANTATION AU TRAVERS DES DONNÉES SUIVANTES : <b>(A) ABONNÉS NEWSLETTER RSE</b> <b>(B) ABONNÉES NEWSLETTER COMMANDE PUBLIQUE</b> <b>(C) ENTRETIENS CONSEILS RÉALISÉS</b> <b>(D) INVESTISSEMENT RÉSEAUX</b> <b>(E) ABONNÉS LINKEDIN</b> <b>(F) ABONNÉS TWITTER</b>	SUIVI DE LA POLITIQUE COMMUNICATION ET MARKETING	<b>A) NM*</b> <b>B) NM</b> <b>C) 40</b> <b>D) 12</b> <b>E) NM</b> <b>F) NM</b>	<b>A) 518</b> <b>B) 307</b> <b>C) 40</b> <b>D) 13</b> <b>E) 2 327</b> <b>F) 902</b>
<b>2.</b> CONTRIBUTION À LA PRODUCTION DE CONTENUS ALLIANT EXPERTISE ET PÉDAGOGIE / PARTENARIATS PÉDAGOGIQUES (EN NOMBRE)	SUIVI DE LA POLITIQUE COMMUNICATION ET MARKETING	NM	7
<b>3.</b> PARTICIPATION AUX CHANTIERS COLLECTIFS SUR LE CONSEIL RESPONSABLE (EN NOMBRE)	TABLEAU DE BORD	1 (SOCIAL CHANGE NANTES)	1 (SOCIAL CHANGE NANTES)

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

# MAÎTRISE DES STANDARDS ET RÉFÉRENTIELS EN DÉVELOPPEMENT DURABLE :

Le **développement durable** et son application au sein des entreprises et organisations est propre à chaque structure : son ambition, son niveau d'engagement initial et ses moyens mais également son secteur d'activité ou sa taille. Des **référentiels** existent permettant de cadrer ce travail autour d'une grille de lecture compréhensible des parties prenantes de la structure.

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

MAÎTRISE DES STANDARDS ET RÉFÉRENTIELS EN DÉVELOPPEMENT DURABLE.	MÉTHODE DE COLLECTE	EXERCICE 6	EXERCICE 7
<b>1.</b> IMPLÉMENTATION EN INTERNE DES PLUS HAUTS STANDARDS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE (EN NOMBRE)	TABLEAU DE BORD	- LABEL B CORP - DÉMARCHE DE SOCIÉTÉ À MISSION	- LABEL B CORP - SDG ACTION MANAGER (OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE) - DÉMARCHE DE SOCIÉTÉ À MISSION
<b>2.</b> NIVEAU DE MAÎTRISE DES RÉFÉRENTIELS/MÉTHODES EN DÉVELOPPEMENT DURABLE SELON L'APPLICATION DANS NOS ACCOMPAGNEMENTS (EN NOMBRE)	TABLEAU DE BORD	2	8

# ILLUSTRATION AVEC LE CONTRÔLE DE GESTION RSE

*DANS UNE LOGIQUE D'INNOVATION, UN DE NOS CHANTIERS EN COURS EST L'APPROFONDISSEMENT DE CE NOUVEAU MODE DE PILOTAGE DE L'ENTREPRISE*

*La valeur économique d'une entreprise, ses recettes et ses charges, ne sont plus les seuls critères d'analyse de sa performance. A une échelle plus globale et plus représentative de ses impacts, dans un contexte d'urgence climatique et de nécessaire équité entre les individus, ses valeurs sociale et environnementale doivent être mesurées.*

*Comment trouver une cohérence entre ces trois aspects – **économique** –*

***social – environnemental**, à l'échelle d'une entreprise et de son bilan **comptable** ? Nous portons ainsi notre attention et mettons notre énergie pour aboutir à terme à une comptabilité **triple capital** qui, nous en sommes persuadés, sera à l'avenir un mode d'analyse de la performance **globale** d'une entreprise.*

*Nous sommes en cours de création, avec l'aide d'un prestataire, d'un tableau de bord intégré et mesurant ces trois capitaux relatifs à la gestion de **l'Agence Déclio**.*



COMME ÉVOQUÉ PRÉCÉDEMMENT, NOTRE MISSION AINSI QUE LES OBJECTIFS ET INDICATEURS SONT CENTRÉS SUR LA CONTRIBUTION DE L'AGENCE, D'AUTRE PART, NOUS RÉALISONS CEPENDANT LE SUIVI ET LA RÉDUCTION DE NOS IMPACTS SOCIÉTAUX, VIA LE LABEL **B CORP**.

## VOICI LES RÉSULTATS DE NOTRE PREMIÈRE LABELLISATION B CORP EN NOVEMBRE 2019 :



## 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**

- ▶ **INTÉGRER LES MOYENS DE COLLECTE DES DONNÉES** À NOS OUTILS RÉCEMMENT DÉPLOYÉS POUR FACILITER LE SUIVI ET LE REPORTING DANS LA LOGIQUE DÉJÀ INITIÉE DE TABLEAU DE BORD **RSE**
- ▶ **INTÉGRER** DANS LA PRATIQUE DE TOUS LES **CONSULTANTS, L'ÉVALUATION** DE LA QUALITÉ ET DE L'IMPACT **DE LA MISSION** À L'INSTANT T ET DANS LA DURÉE À TRAVERS LA MISE EN OEUVRE DU PROCESS DÉFINI
- ▶ **DÉTERMINER DES AXES D'AMÉLIORATION** DE NOS PRATIQUES POUR RÉPONDRE À NOS OBJECTIFS ET SERVIR NOTRE MISSION
- ▶ **FAIRE VIVRE LE COMITÉ DE MISSION** POUR FAVORISER LES SYNERGIES ET MONTER EN COMPÉTENCES ENSEMBLE SUR CE NOUVEL ORGANE DE **GOVERNANCE**
- ▶ **CRÉER DU LIEN** ENTRE LE COMITÉ DE MISSION, LE CONSEIL D'ADMINISTRATION ET LE **HAPPY BOARD**  
(ORGANE CONSTITUÉ D'ENTREPRENEURS INSPIRANTS QUE NOUS RÉUNISSONS UNE FOIS PAR AN POUR FAIRE LE BILAN DE L'ANNÉE PASSÉE, PROJETER LA SUIVANTE ET RECUEILLIR LEURS AVIS SUR LES DÉCISIONS STRATÉGIQUES ENVISAGÉES.)





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