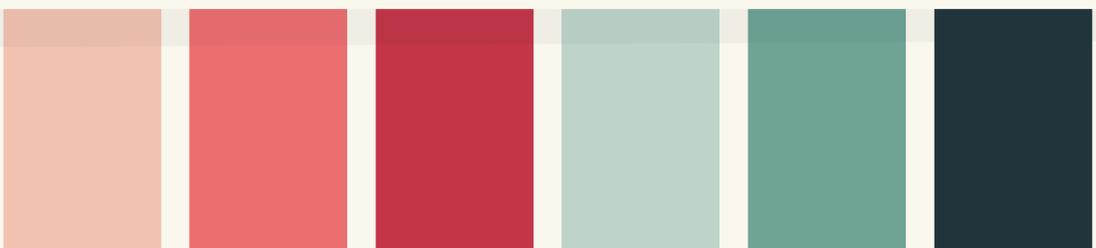




RAPPORT DE MISSION #2
DÉCEMBRE 2022





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, 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 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^{ER} SEPTEMBRE 2019 AU 31 AOÛT 2020

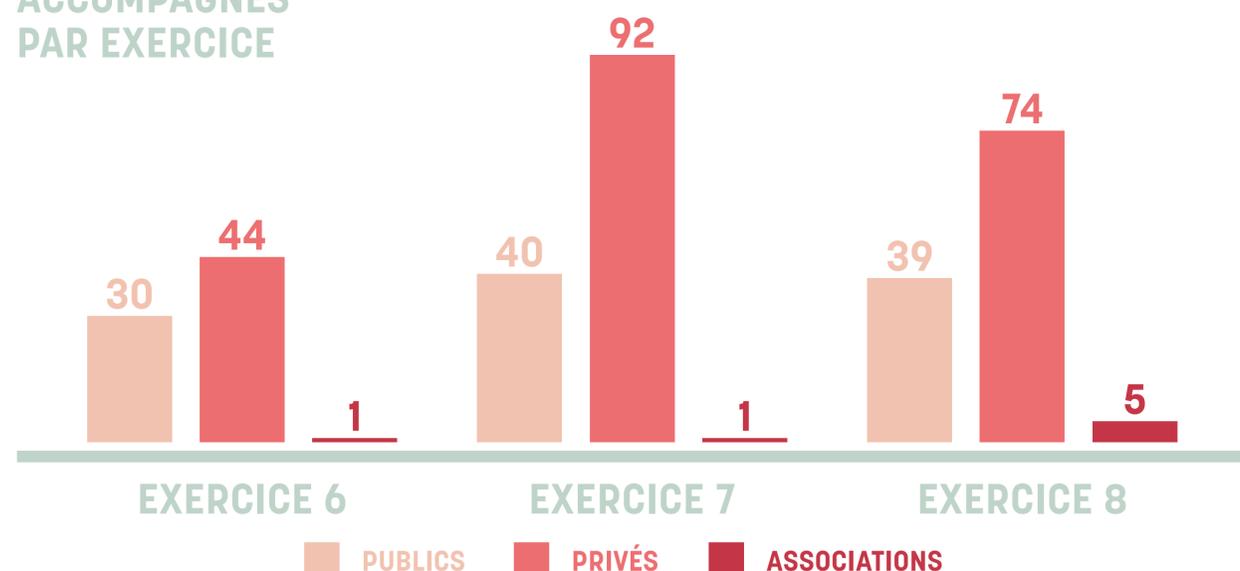
EXERCICE 7 › DU 1^{ER} SEPTEMBRE 2020 AU 31 AOÛT 2021

EXERCICE 8 › DU 1^{ER} SEPTEMBRE 2021 AU 31 AOÛT 2022

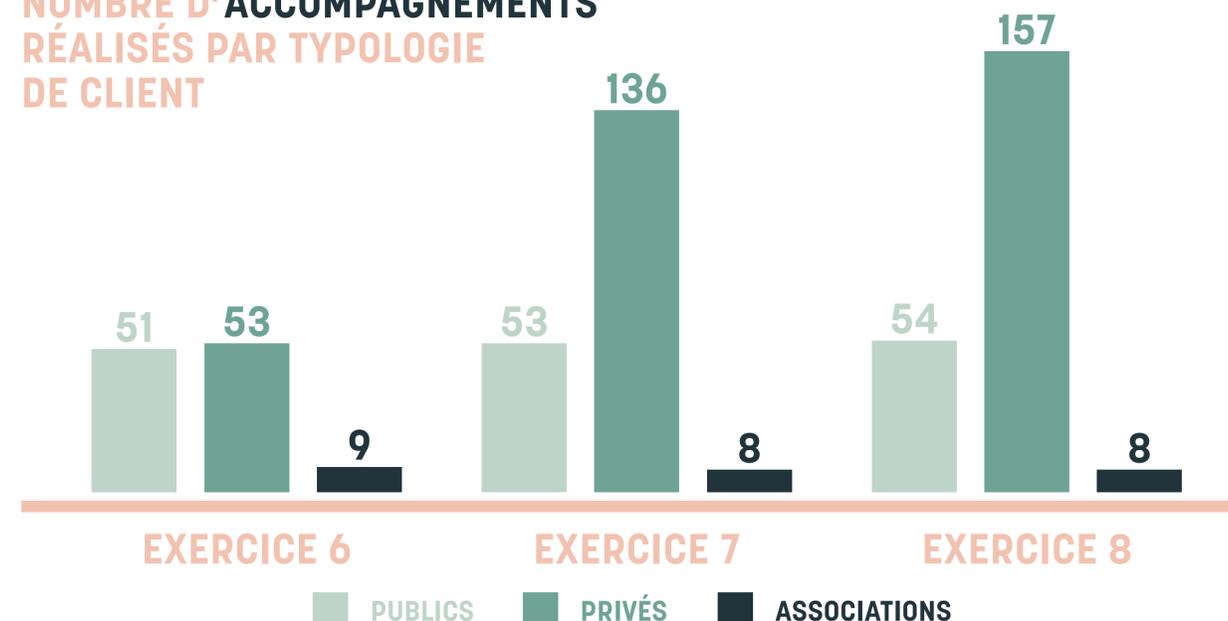
Nos indicateurs étaient conditionnés par le **nombre de clients accompagnés** et le **nombre d'accompagnements réalisés**.

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^{ER} 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.

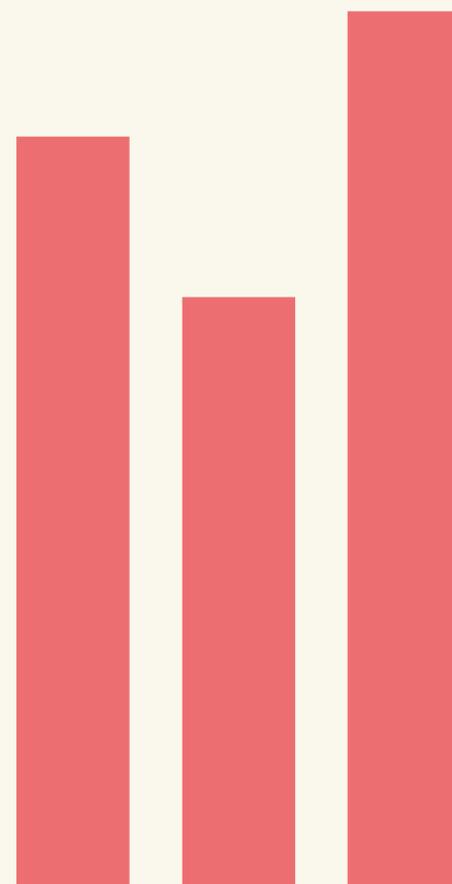
DES OBJECTIFS STRATÉGIQUES

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
- ▶ **POURUIVRE 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

contact@agence-declic.fr

Agence Déclic
— TERRITOIRES DE DEMAIN

RENNES - NANTES - PARIS