

# RAPPORT DE MISSION



**L'ÉCOSPHÈRE  
AGGELOS**

**ECOSPHERE AGGELOS**

***EXERCICE 2024***



**Nos 4 piliers de la RSE**

## SOMMAIRE

1.	ÉDITO.....	4
2.	MOT DU DIRIGEANT.....	5
3.	QUI SOMMES NOUS ?.....	6
4.	UN ENGAGEMENT DE LONGUE DATE.....	7
5.	ÉMERGENCE DE LA SOCIÉTÉ À MISSION.....	8
6.	NOTRE RAISON D’ÊTRE ET NOS OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE.....	10
7.	NOTRE COMITÉ DE MISSION.....	12
8.	DETAILS DE NOS OBJECTIFS STATUTAIRES EN QUELQUES MOTS.....	13
9.	NOTRE FEUILLE DE ROUTE.....	15
10.	LE TRAVAIL DU COMITÉ DE MISSION EN 2024.....	16
11.	DÉPLOIEMENT DE L’OBJECTIF N°1 : S’inscrire dans la stratégie bas carbone 2050.....	17
12.	DÉPLOIEMENT DE L’OBJECTIF N°2 : Prendre soin de notre communauté de travail.....	23
13.	DÉPLOIEMENT DE L’OBJECTIF N°3 : Soutenir les actions sur les transitions, dans notre quartier, au bénéfice des humains et non humains.....	28
14.	DÉPLOIEMENT DE L’OBJECTIF N°4 : Perpétuer notre engagement RSE et l’essaimer.....	31
15.	PERSPECTIVES 2025.....	34
16.	CONCLUSIONS DU COMITÉ DE MISSION.....	35

# 1. ÉDITO

Agir à la hauteur de notre raison d'être.

C'est avec cette boussole que nous avons traversé 2024, une année à la fois exigeante et féconde.

Dans un contexte parfois instable – sur le plan économique, climatique ou politique – notre cap est resté clair : incarner une entreprise à mission vivante, cohérente, enracinée dans les transitions d'aujourd'hui.

Être entreprise à mission, ce n'est pas un statut figé, c'est un engagement en mouvement. Cela implique de se questionner continuellement, de mesurer nos impacts, d'accepter nos zones d'inconfort et de nous donner collectivement les moyens de progresser.

C'est le sens des objectifs que nous avons poursuivis cette année avec le comité de mission : réduire notre empreinte carbone, prendre soin de notre communauté de travail, soutenir des initiatives locales et essaimer une culture de la responsabilité au-delà de nos murs.

Ce rapport de mission témoigne de cette dynamique : il donne à voir les actions concrètes, les chantiers encore en cours, les arbitrages parfois nécessaires. Il reflète aussi ce qui fait la force de l'Écosphère Aggelos : un collectif engagé, des valeurs vécues au quotidien, une volonté de relier sens, stratégie et utilité.

Ici, nous montrons comment nous avons structuré notre démarche bas carbone, cultivé la fidélité avec nos partenaires, renforcé nos pratiques internes de gouvernance, accompagné des projets engagés, ou encore porté des offres d'accompagnement RSE au service d'autres organisations.

Nous n'avons pas réponse à tout. Mais nous faisons de chaque question un levier pour avancer, en cohérence avec notre mission.

En 2025, nous poursuivrons cette route avec lucidité, enthousiasme, et toujours l'envie de contribuer, à notre échelle, à un monde plus juste, plus sobre, plus coopératif.

Merci à toutes celles et ceux qui cheminent à nos côtés.

Maud Mercury  
Référente de mission au sein de l'Écosphère Aggelos

## 2. MOT DU DIRIGEANT

L'année 2023 restera comme une étape décisive dans l'histoire de l'Écosphère Aggelos. Depuis notre engagement pionnier en 2003, avec la signature de la charte COM'AVENIR pour une communication responsable portée par l'APACOM, nous avons toujours considéré la responsabilité sociétale et environnementale non comme une option, mais comme un socle structurant de notre activité.

Vingt ans plus tard, forts d'un parcours RSE riche et évolutif, nous avons franchi un nouveau cap : celui de devenir société à mission. Ce choix, loin d'être symbolique, traduit une conviction profonde : dans un monde traversé par des crises multiples, les entreprises ont un rôle central à jouer pour contribuer à un avenir plus soutenable, plus juste, plus humain.



**Alain Gross**  
Directeur général de  
l'Écosphère Aggelos

Notre certification B Corp, que nous renouvelons avec exigence depuis près de dix ans, a déjà profondément transformé notre organisation. Elle nous a outillés, challengés, mis en mouvement. Mais la qualité de société à mission va plus loin encore : elle nous engage juridiquement, moralement et collectivement. Elle nous oblige à inscrire dans nos statuts une raison d'être et des objectifs sociaux et environnementaux précis, assortis d'indicateurs de suivi transparents.

Cette année 2024, a été intense pour notre deuxième exercice en tant que société à mission. Elle nous a permis de continuer à structurer notre démarche, de questionner nos pratiques et de renforcer notre impact. Notre comité de mission, constitué de personnalités inspirantes, a joué un rôle clé : il nous a interpellés, encouragés, parfois bousculés, et surtout, il nous a aidés à garder le cap.

Dans un contexte économique incertain, où les repères évoluent rapidement, cette mission agit comme une boussole. Elle nous rappelle pourquoi nous faisons ce que nous faisons. Elle nous pousse à rester alignés, à concilier performance et responsabilité, à inscrire nos projets dans une dynamique de progrès continu.

Ce rapport de mission est à la fois un exercice de transparence et une invitation au dialogue. Il donne à voir ce que nous avons accompli durant cette année : les actions concrètes, les chantiers ouverts, les arbitrages opérés, les points d'attention. Il témoigne aussi de l'énergie collective que nous mobilisons chaque jour pour faire vivre nos engagements.

À toutes celles et ceux – clients, partenaires, collaborateurs, membres du comité – qui contribuent à cette aventure, nous adressons un grand merci.

Ensemble, nous faisons le pari qu'il est possible d'entreprendre autrement. Et surtout, durablement.

### 3. QUI SOMMES NOUS ?

Une finalité, l'épanouissement de soi et des autres, une ambition, donner du sens, un métier, le design global !

Fondée en 1997 à Bordeaux, l'agence Aggelos est une agence conseil en communication, engagée dans une démarche RSE et certifiée B Corp.

L'agence a créée l'Ecosphère Aggelos, un système dans lequel Aggelos, Eugène! et Triple C interagissent ensemble.

Cette dynamique permet de mutualiser les compétences, de coopérer et de nous adapter avec souplesse et agilité dans un environnement mouvant.

Pour nos clients, c'est la possibilité de bénéficier d'une approche de design global.

Nous sommes une structure d'environ 30 salariés.

Nous sommes basés sur deux sites géographiques :

- L'agence de communication au 21 rue Grateloup à Bordeaux
- L'atelier de menuiserie pour élaborer les éléments de design d'espace à l'espace Garonne, 5 avenue Alfonséa à Floirac.



Figure 1 - Agence Aggelos au 21 rue Grateloup



Figure 2 - Atelier de menuiserie à Floirac

## 4. UN ENGAGEMENT DE LONGUE DATE

Pour Aggelos, la prise en compte du développement à impact positif correspond à une démarche globale qui prend en compte tous les aspects de la RSE.

L'Écosphère Aggelos est engagée depuis de nombreuses années dans une démarche de transition écologique qui a été validée par l'AFNOR puis par B Corp depuis 2015.

Limiter notre empreinte environnementale et jouer un rôle positif au niveau social et sociétal fait partie intégrante des valeurs qui animent l'agence au quotidien.

Aggelos fait partie de la communauté des entreprises labélisées B Corp depuis 2015. Le détail des résultats de notre dernière labélisation en 2022 est transparent et est publié sur le site de B Corp. En 2024, nous nous préparons pour notre 4<sup>e</sup> labélisation B Corp.

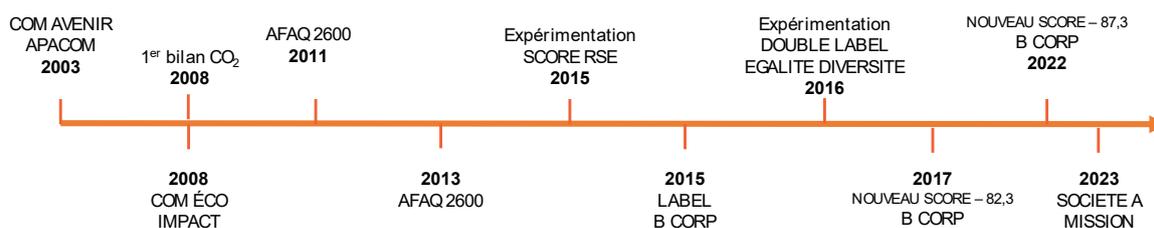
Notre démarche est un chemin en progression constante pour aller encore plus loin dans nos engagements.

---

**20 ans d'engagements qui se questionnent, s'affinent et s'enrichissent.**

**20 ans pour nous (re)dire que notre responsabilité se cache dans nos manières de vivre, de faire et de travailler.**

**20 ans pour partager nos pratiques de développement à impact positif avec toutes nos parties prenantes.**



Notre engagement a fait l'objet, en 2024, d'un travail de recherche scientifique sur les Labels RSE mené par Emmanuelle SAUVAGE (MCF) et Stéphane TREBUCQ (PR) - enseignants-chercheurs à l'IAE de Bordeaux et à l'IRGO.

## 5. ÉMERGENCE DE LA SOCIÉTÉ À MISSION

Pourquoi s'engager dans le statut de société à mission alors que nous avons déjà un label RSE exigeant, le label B Corp ?

Les deux cadres partagent une vision complémentaire : l'entreprise, par son activité, peut avoir une contribution sociétale positive.

La qualité de société à mission permet à l'entreprise de formaliser le rôle sociétal qu'elle souhaite tenir. B Corp est une carte de navigation pour aider l'entreprise à tenir ce rôle avec des exigences environnementales et sociétales élevées, sur ses opérations et ses parties prenantes.

B Corp propose un outil de mesure et de gestion d'impact, le B Impact Assessment (BIA), qui donne à l'entreprise un cadre pour mettre en œuvre sa mission, et la traduire auprès de ses parties prenantes.

Ainsi, il était tout naturel pour l'Ecosphère Aggelos de s'orienter vers la formalisation officielle de son engagement avec la qualité juridique de société à mission.

Différents éléments dans la vie de l'Écosphère l'ont amenée naturellement vers le statut de Société à mission :

1- Une finalité depuis 2006 : Accompagner des projets de communication, tout en favorisant l'épanouissement de soi et des autres, dans le cadre d'une activité économique raisonnable qui permet d'en vivre.

2- Création du comité de « biensurveillance » de l'écosphère qui préfigure le rôle du comité de mission

3- Promulgation de la loi PACTE en 2019 permettant aux entreprises d'intégrer les enjeux sociaux et environnementaux dans leur stratégie.

4- Séminaire de l'écosphère en 2022 : travail collectif pour imaginer un monde meilleur en liant l'écosphère et son environnement de vie

5- Élément déclencheur : lecture du livre « Ralentir ou périr : L'économie de la décroissance » de Timothée Parrique (contenant un extrait sur les entreprises à mission).

Co-construction de la future Écosphère Aggelos lors du séminaire de 2022 + Rédaction en commun de notre dernier plan d'orientation 2021-2025 :

Avec ce nouveau statut de société à mission, nous pouvons désormais grâce à la loi PACTE affirmer juridiquement que le profit n'est pas la finalité unique de l'Écosphère Aggelos, mais un moyen au service d'une mission partagée avec ses différentes parties prenantes : salariés, clients, fournisseurs et partenaires.

## 6. NOTRE RAISON D'ÊTRE ET NOS OBJECTIFS DE DEVELOPPEMENT DURABLE

Nous avons modifié nos statuts et intégré notre raison d'être ainsi que des objectifs statutaires de développement durable.

Pour construire ce projet, nous nous sommes basés sur les ateliers de travail collectifs, les ateliers du Faire Ensemble, la méthode éprouvée d'Aggelos depuis 2012, pour envisager notre entreprise en 2030.

Nous avons voulu ancrer nos piliers que sont la communication, la RSE, notre impact carbone et la solidarité sur notre territoire.

### 1- Vers une raison d'être depuis 2006

Nous avons repris notre finalité et l'avons fait évoluer pour répondre davantage à notre vision de l'entreprise.

Notre raison d'être est donc la suivante :

**Accompagner nos cliente.es dans des projets de communication, en favorisant l'épanouissement de soi et des autres, dans le cadre d'une activité économique raisonnable, soutenable, à impact positif qui permet d'en vivre.**

*Focus sur les mots clés :*

RAISONNABLE : parallèle avec l'agriculture raisonnée, notion de décroissance, pas de surcharge de travail

L'agriculture raisonnée est un mode de gestion des productions agricoles, visant à minimiser l'impact de l'agriculture sur l'environnement en optimisant les intrants tout en maintenant, voire en améliorant la rentabilité économique des fermes.

SOUTENABLE : notion de limites planétaires, durable, parallèle avec la démarche RSE.

IMPACT POSITIF : démarche RSE mise en place d'engagements sociaux et environnementaux.

QUI PERMET D'EN VIVRE : ≠ s'enrichir, ≠ survivre

### 2- Vers des objectifs statutaires

Pour définir nos objectifs de développement durable, nous avons repris les items de notre atelier du faire ensemble de 2022 :

2030 - Bas carbone – économie circulaire – autosuffisance – expertise / formation / accompagnement aux meilleures pratiques environnementales/ éthiques – numérique responsable – être engagé – modèle économique – communauté – parties prenantes – confiance – cohésion – solidarité – impacts positifs.

Tous ces éléments ont permis de construire nos quatre objectifs de Développement à impact positif :

- 1- S'inscrire dans la stratégie bas carbone 2050
- 2- Prendre soin de notre communauté de travail
- 3- Soutenir les actions sur les transitions, dans notre quartier, au bénéfice des humains et non humains
- 4- Perpétuer notre engagement RSE et l'essaimer

Ces objectifs ainsi que notre raison d'être sont notre boussole vers le cap 2030 et au-delà.

### **La mission de l'Écosphère Aggelos :**

**Notre raison d'être :** Accompagner nos cliente.es dans des projets de communication, en favorisant l'épanouissement de soi et des autres, dans le cadre d'une activité économique raisonnable, soutenable, à impact positif qui permet d'en vivre.

### **Nos objectifs de Développement Durable :**

1. S'inscrire dans la stratégie bas carbone 2050
2. Prendre soin de notre communauté de travail
3. Soutenir les actions sur les transitions, dans notre quartier, au bénéfice des humains et non humains
4. Perpétuer notre engagement RSE et l'essaimer

## 7. NOTRE COMITE DE MISSION

Bien qu'étant une petite structure, nous avons souhaité former un comité de mission pour instaurer un nouvel organe de gouvernance au sein de notre organisation.

Notre volonté est de pouvoir porter un regard différent sur notre entreprise.

Partager – challenger – vérifier – contrôler ; voilà les missions du comité de mission.

Notre comité de mission a été construit autour de personnes ayant des sensibilités autour de nos quatre objectifs statutaires de développement à impact positif : RSE, solidarité, territoire, communication, carbone.

Il est composé de 8 membres, 6 membres externes et 2 membres internes dont 1 renouvelé à chaque réunion du comité de mission.



**Sandrine Frederick**  
Directrice de clientèle  
AGGELOS



**Suzanne Galy**  
Directrice de la  
communication  
Mairie de Bègles



**Laurent Pierre  
Gilliard**  
Directeur Prospective et  
Communication  
UNITEC



**Didier Jeanjean**  
Adjoint au maire  
chargé de la nature en  
ville et des quartiers  
apaisés  
Mairie de Bordeaux



**Anne Sophie Novel**  
Journaliste indépendante



**Elodie Rochel**  
Freelance consulting RSE



**Ludovic Tuduri**  
Enseignant-Chercheur  
Université de Bordeaux



**Un membre  
volontaire** (différent  
à chaque réunion du  
comité de mission)  
AGGELOS

En 2024, le comité de mission s'est réuni trois fois pour poursuivre les discussions et la mise en action de notre mission.

## 8. DETAILS DE NOS OBJECTIFS STATUTAIRES EN QUELQUES MOTS

### **Genèse de l'objectif n°1 - S'inscrire dans la stratégie bas carbone 2050**

L'engagement dans une démarche bas carbone est un des piliers de l'Ecosphère Aggelos. Dans ce contexte d'enjeu climatique fort, nous souhaitons réduire nos émissions de gaz à effet de serre.

Le premier Bilan Carbone® d'Aggelos date de 2008. Ancrés dans cette démarche, nous améliorons au fur et à mesure des années nos façons de travailler et d'être pour réduire notre impact carbone. Nous appliquons les préceptes : Eviter -Réduire – Remplacer - Contribuer.

Afin d'atteindre notre objectif de se maintenir sous une concentration de 1 tonne de CO<sub>2</sub> équivalent par ETP sur les scopes 1 et 2 et sous une concentration de 70 tonnes de CO<sub>2</sub> équivalent par M€ de CA pour le scope 3, nous travaillons à réduire au maximum nos émissions avant de contribuer.

Notre rêve serait de pouvoir acquérir une superficie de forêt pour contribuer à diminuer notre impact carbone qui serait aussi un nouveau lieu de vie et de partage pour l'Ecosphère.

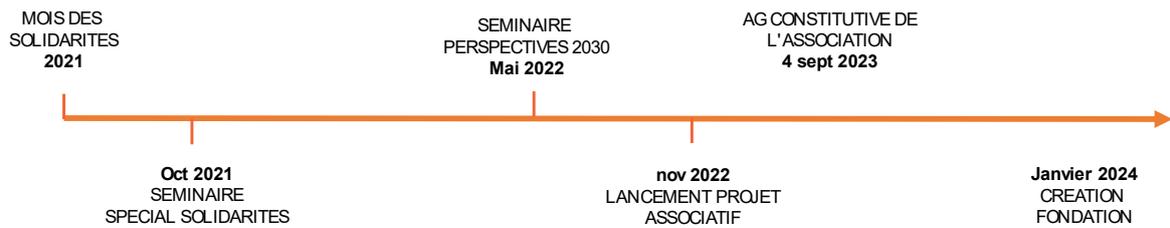
### **Genèse de l'objectif n°2 – Prendre soin de notre communauté de travail**

Cet objectif est né de notre volonté de reconnaître l'importance vitale des relations humaines et économiques qui structurent l'Ecosphère Aggelos. En tant que société à mission, nous ne pouvons envisager notre impact sans inclure celles et ceux qui le rendent possible au quotidien : nos collaborateurs, nos fournisseurs et nos clients.

Le lien entre ces parties prenantes majeures repose sur un socle commun : une activité économique soutenable, raisonnable et juste, qui garantit à chacun les conditions d'un engagement durable. C'est pourquoi prendre soin de cette communauté, c'est aussi veiller à la santé de notre modèle, à l'équilibre de nos relations et à la vitalité du collectif.

### **Genèse de l'objectif n°3 – Soutenir les actions sur les transitions, dans notre quartier, au bénéfice des humains et non humains**

Depuis le séminaire 2022 où les collaborateurs de l'Ecosphère Aggelos ont pu dessiner ensemble leur vision de l'avenir pour l'agence pour 2030, le mot solidarité est implanté dans les actions à mener. Le mois des solidarités en 2021, lors duquel plusieurs intervenants ont témoigné auprès des collaborateurs d'Aggelos, a été le moment initiateur vers la construction d'un projet de solidarité au sein de l'agence.



Dans ce contexte, l'objectif pour l'Ecosphère Aggelos a été dès ce moment la création à terme d'une association et d'une fondation d'entreprise.

### **Genèse de l'objectif n°4 – Perpétuer notre engagement RSE et l'essaimer**

Aggelos est reconnue comme une agence de communication engagée RSE depuis 20 ans. Cet engagement est validé et valorisé par l'obtention du label B Corp.

Bien qu'ancré dans l'ADN de l'écosphère, cet engagement doit perdurer dans le temps, servir d'exemple, être source d'inspiration pour d'autres structures qui souhaitent s'engager dans une démarche RSE.

Ainsi, nous ambitionnons de renouveler notre label B Corp avec une note améliorée pour challenger nos propres pratiques RSE.

De plus, pour témoigner de notre engagement et montrer qu'être une entreprise impliquée dans une démarche RSE est une entreprise qui écrit son avenir de façon durable, nous voulons nous impliquer dans la transmission à travers des sensibilisations, des témoignages lors d'interventions et même accompagner des structures dans leur cheminement vers la RSE.

## 9. NOTRE FEUILLE DE ROUTE

Face aux défis environnementaux, sociaux et économiques qui s'intensifient, nous avons souhaité structurer notre action autour d'objectifs opérationnels clairs.

Ils incarnent notre ambition d'agir concrètement pour un monde plus durable, au service des humains et du vivant, et constituent notre boussole collective pour les années à venir.

Ainsi, pour ancrer la mission au cœur de notre modèle, nous avons décliné une feuille de route opérationnelle.

### S'inscrire dans la stratégie bas carbone 2050

- Réaliser un Bilan Carbone® chaque année
- Suivre notre trajectoire bas carbone

### Prendre soin de notre communauté de travail

- Avoir un climat « favorable » au sein de l'écosphère
- Suivre la fidélisation de nos clients
- Fournisseurs (toujours en cours de réflexion)
- Avoir une activité économique raisonnable, soutenable, qui permet d'en vivre

### Soutenir les actions sur les transitions, dans notre quartier, au bénéfice des humains et non humains

- Créer une association d'entreprise pour soutenir les actions sur les transitions, dans notre quartier, au bénéfice des humains et non humains
- Créer une fondation pour soutenir les actions sur les transitions, dans notre quartier, au bénéfice des humains et non humains
- Soutenir les actions de La Changerie et de la Fondation
- Suivre les actions de l'association et de la fondation

### Perpétuer notre engagement RSE et l'essaimer

- Conserver le label B Corp
- Organiser et/ou participer à événements liés à la RSE
- Contribuer à la transformation/sensibilisation de structures à la RSE
- Communiquer de façon responsable

Pour tout cela, le comité de mission a challengé l'Écosphère Aggelos sur les actions à entreprendre pour répondre aux objectifs opérationnels au fil des réunions.

## MISSION 2024 : Bilan et résultats

Afin d'évaluer de manière rigoureuse la mise en œuvre de la raison d'être d'Aggelos, nous avons défini, pour chacun de nos quatre objectifs statutaires, des objectifs opérationnels ainsi que des indicateurs de suivi.

Cette section présente les principales actions engagées en lien avec ces objectifs, les résultats obtenus sur la période, ainsi que les indicateurs retenus pour mesurer les effets de notre démarche. Elle permet de rendre compte des avancées réalisées, des leviers activés, mais aussi des points de vigilance pour poursuivre nos engagements avec cohérence et impact.

### 10. LE TRAVAIL DU COMITE DE MISSION EN 2024

Dès sa première année d'exercice, le comité de mission s'est familiarisé avec son rôle et a challengé Aggelos.



Tout au long de l'année 2024, le comité de mission a continué d'œuvrer pour déployer la mission d'Aggelos en proposant des objectifs opérationnels et des actions.

#### **3<sup>e</sup> réunion du comité de mission :**

- Figurer les objectifs opérationnels/actions/indicateurs de pilotage
- Préparer le rapport de mission pour l'année 2023
- Retour d'expériences des autres réunions du comité de mission / contribution / engagement

#### **4<sup>e</sup> réunion du comité de mission :**

- Présenter l'Organisme Tiers Indépendant (OTI), le cabinet AJC, qui va auditer la qualité de mission d'Aggelos
- Rappeler la raison d'être, les objectifs statutaires de développement durable
- Prendre acte des objectifs opérationnels et des indicateurs
- Faire le point sur les actions 2024 pour préparer le rapport de mission pour l'année 2024
- Challenger sur les actions à entreprendre pour 2025

## 11. DEPLOIEMENT DE L'OBJECTIF N°1 : S'inscrire dans la stratégie bas carbone 2050

La transition vers une économie bas carbone n'est pas une option : c'est une responsabilité collective à laquelle nous choisissons de contribuer pleinement, à notre échelle. En tant qu'entreprise de communication, nous avons un double rôle à jouer :

1. Réduire l'empreinte carbone de nos propres activités,
2. Accompagner nos client-es vers des choix plus sobres et durables.

S'inscrire dans la stratégie bas carbone 2050, c'est pour nous assumer cette double exigence – de cohérence interne et d'impact externe.

Cet objectif irrigue nos arbitrages quotidiens, de la gestion des déplacements et des achats à nos recommandations stratégiques et créatives. Il nous pousse à innover, à nous former, à mesurer nos impacts pour mieux les réduire. C'est aussi un levier pour embarquer notre écosystème vers une communication plus responsable, résolument tournée vers les transitions.

### MOT DU COMITE DE MISSION :

*« Votre distinction entre les scopes 1-2 et le scope 3 est très claire et utile, surtout pour des personnes moins expertes du sujet. Et l'accent mis sur les services à transformer est particulièrement pertinent. »* Laurent Pierre Gilliard

*« Ce qui me frappe, c'est la qualité de votre démarche carbone. Vous ne vous contentez pas de bien faire, vous allez plus loin en impliquant vos fournisseurs dans leur propre transition. C'est exigeant et exemplaire. »* Didier Jeanjean

*« Vous êtes engagés dans une trajectoire bas carbone ambitieuse, et on voit que vous encouragez vos clients et fournisseurs à améliorer leurs propres méthodes de calcul. Est-ce qu'en retour, nous, membres du comité, on peut aussi vous encourager à aller encore plus loin sur certains leviers ? »* Ludovic Tuduri

*« Aggelos doit valoriser son bilan carbone sur les scopes 1 & 2 car beaucoup d'entreprises se contentent de ce périmètre. De plus, il est nécessaire de rappeler les résultats moyens des entreprises de services, ou même d'agences de communication/scénographie sur les scopes 1, 2 et 3 éventuellement. »* Sandrine Frederick

*« Votre façon de documenter votre trajectoire carbone est très rigoureuse et pédagogique. En tant qu'observatrice externe, j'apprécie particulièrement la manière dont vous faites évoluer vos méthodes pour intégrer des données plus précises, quitte à remettre en cause des habitudes. C'est cette exigence méthodologique, tournée vers la progression, qui rend votre démarche crédible. »* Anne Sophie Novel

*« Ce qui me frappe, c'est la cohérence entre votre discours et vos actes. Vous ne vous contentez pas d'afficher une trajectoire 1,5° ambitieuse : vous l'incarnez dans vos choix, vos méthodes de calcul, votre exigence vis-à-vis de vos partenaires. En tant que communicante, je trouve très inspirant que vous fassiez de la sobriété un axe de narration assumé. »* Suzanne Galy

*« En tant qu'accompagnatrice d'entreprises B Corp, je vois rarement une trajectoire aussi structurée et ambitieuse. La clarté sur les scopes, la volonté d'améliorer les données et l'engagement des partenaires font vraiment la différence. C'est une démarche exemplaire pour une entreprise à mission, qui pourrait inspirer d'autres structures de votre taille. »* Elodie Rochel

## MISE EN ŒUVRE DE L'OBJECTIF :

Ce 10<sup>e</sup> Bilan Carbone® d'Aggelos a été réalisé en suivant la méthode Bilan Carbone® V8, avec un périmètre organisationnel couvrant l'ensemble des activités de l'agence.

Le périmètre opérationnel inclut les émissions des scopes 1, 2 et 3 significatifs, pour l'année 2024. L'année de référence reste 2021.

L'outil Toovalu a été utilisé pour structurer la démarche, avec une trajectoire de réduction fondée sur un objectif de réchauffement limité à 1,5°C, tel que défini par la Science Based Targets initiative (SBTi). Cette trajectoire implique une réduction annuelle de 4,67 % de nos émissions, soit une diminution de 9,24 tonnes de CO<sub>2</sub>e par an. L'objectif cumulé à horizon 2030 est une baisse de 42,03 %, représentant 83,2 tonnes de CO<sub>2</sub>e sur 9 ans.

Nous avons fait ce choix ambitieux pour rester en cohérence avec les Accords de Paris et renforcer notre responsabilité environnementale.

Depuis 2021, un travail approfondi est mené pour améliorer la précision de notre cartographie des flux, notamment en ce qui concerne les émissions du scope 3. Cela inclut un effort particulier pour s'éloigner des approches basées sur les ratios monétaires, et ainsi réduire les incertitudes liées aux facteurs d'émission.

Nous avons mis également en place des actions fortes comme

Par ailleurs, nous intégrons progressivement les mises à jour de la base Empreinte de l'ADEME et élargissons notre analyse aux produits vendus, dans la limite des données disponibles.

Cette démarche volontariste, en constante amélioration, témoigne d'un pilotage rigoureux de notre trajectoire bas carbone.

Elle s'accompagne d'actions concrètes menées depuis 2008 pour transformer nos pratiques et celles de nos parties prenantes, entre autres :

- Depuis 2006, utilisation de l'autopartage CITIZ pour + de 70% des déplacements professionnels en voiture, et passage à 100 % depuis juin 2023,
- Depuis 2008, présentation des résultats des Bilans Carbone® à l'équipe et lancement d'une réflexion stratégique interne sur les leviers de réduction de notre empreinte à la suite,
- En 2008, 1<sup>ère</sup> session de formation à l'écoconception ; puis 2024, 2<sup>e</sup> session, cycle de formation à l'écoconception pour toute l'équipe Aggelos,
- En, 2012, lors du déménagement dans de nouveaux locaux, nous avons fait le choix de maintenir notre engagement depuis 1997 : ne pas avoir recours à la climatisation dans nos locaux, seulement des ventilateurs et des règles de vie adaptées en fonction des conditions de températures de travail,
- Depuis 2016, mise en place du forfait mobilité durable (dans la continuité de l'indemnité vélo qui était déjà en place avant les obligations réglementaires),
- En 2020, intégration aux règles de déplacements professionnels de ne pas utiliser l'avion (exemple Bordeaux-Berlin (aller-retour) en train),
- En 2023 :
  - Suppression du remboursement des repas carnés lors des missions,

- Financement de formations à la pratique du vélo en milieu urbain,
- Signature d'un accord d'intéressement intégrant un bonus conditionné aux résultats carbone sur la période 2023–2027,
- Analyse de notre portefeuille fournisseurs pour cibler les leviers de décarbonation,
- Sensibilisation des collaborateurs et partenaires à travers deux causeries autour du Bilan Carbone®, un séminaire thématique et l'atelier 2 Tonnes (21 participants).

Ces actions concrètes structurent notre engagement collectif et ancrent notre ambition bas carbone dans notre fonctionnement quotidien.

### **MOYENS MIS EN PLACE :**

Pour structurer notre engagement dans la stratégie bas carbone à l'horizon 2050, plusieurs moyens financiers, humains, organisationnels et techniques ont été mobilisés.

Un abonnement à l'outil Toovalu nous permet d'assurer un suivi régulier de nos émissions et de modéliser notre trajectoire selon les objectifs climatiques internationaux.

En parallèle, deux membres de l'équipe ont été formés aux niveaux 1 et 2 de la méthode Bilan Carbone®, renforçant ainsi notre autonomie et notre expertise interne.

La collecte des données repose sur la mise à disposition volontaire de l'ensemble des informations internes nécessaires (achats, déplacements, énergie, etc.), et sur un travail collectif mobilisant l'équipe.

Une causerie dédiée a permis de réévaluer et affiner notre cartographie des flux, socle indispensable pour assurer la cohérence et la fiabilité de nos résultats.

Un dialogue a également été engagé avec plusieurs fournisseurs afin de sortir progressivement de l'approche par ratios monétaires. L'objectif est de favoriser une traçabilité directe des émissions à partir des factures – exprimées à la fois en euros et en équivalent CO<sub>2</sub> – lorsque cela est possible.

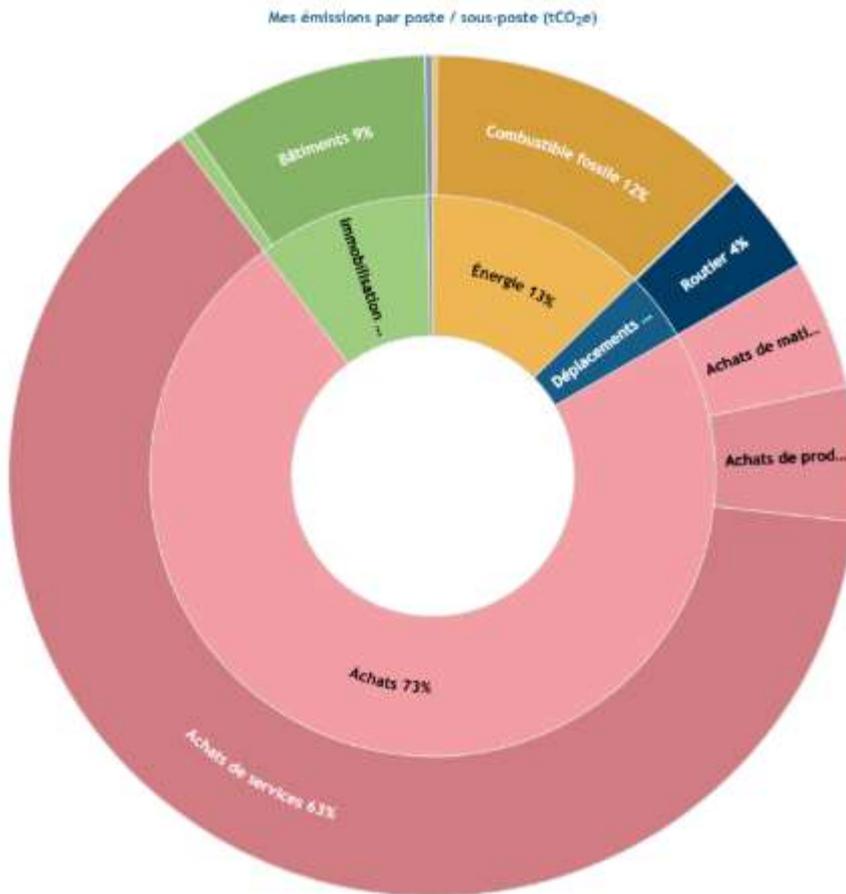
Dans ce même esprit d'amélioration, nous avons co-construit avec Toovalu un outil de calcul Excel simplifié, permettant de mieux estimer l'empreinte carbone de certains postes d'achats récurrents.

Enfin, la formation et l'accompagnement de l'équipe à l'écoconception (notamment sur les volets print, événementiel et numérique) complète cette dynamique, en outillant concrètement l'agence pour réduire l'impact environnemental de ses productions.

### **RESULTATS :**

Avant de présenter le tableau complet de résultats des données de mission sur cet objectif, nous souhaitons illustrer le détail de nos émissions de gaz à effet de serre en 2024 ainsi que le suivi depuis 2021 avec l'outil Toovalu.

#### Bilan Carbone® 2024 :

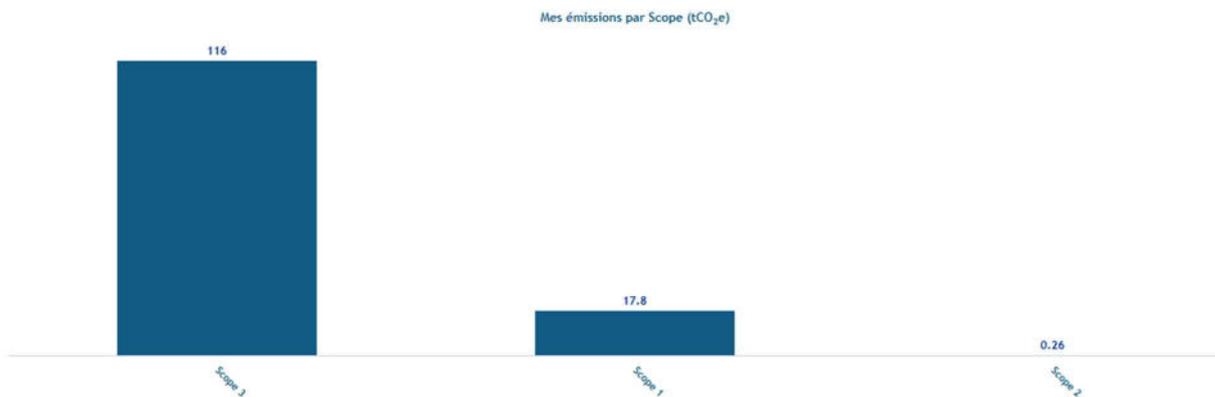


En 2024, l'empreinte carbone d'Aggelos analysée est de 143 tonnes de CO<sub>2</sub>e avec une incertitude de mesure de 24%.

Nous observons la part prépondérante des achats de prestations de service qui pèse dans notre empreinte. Ils représentent 63% des émissions d'Aggelos.

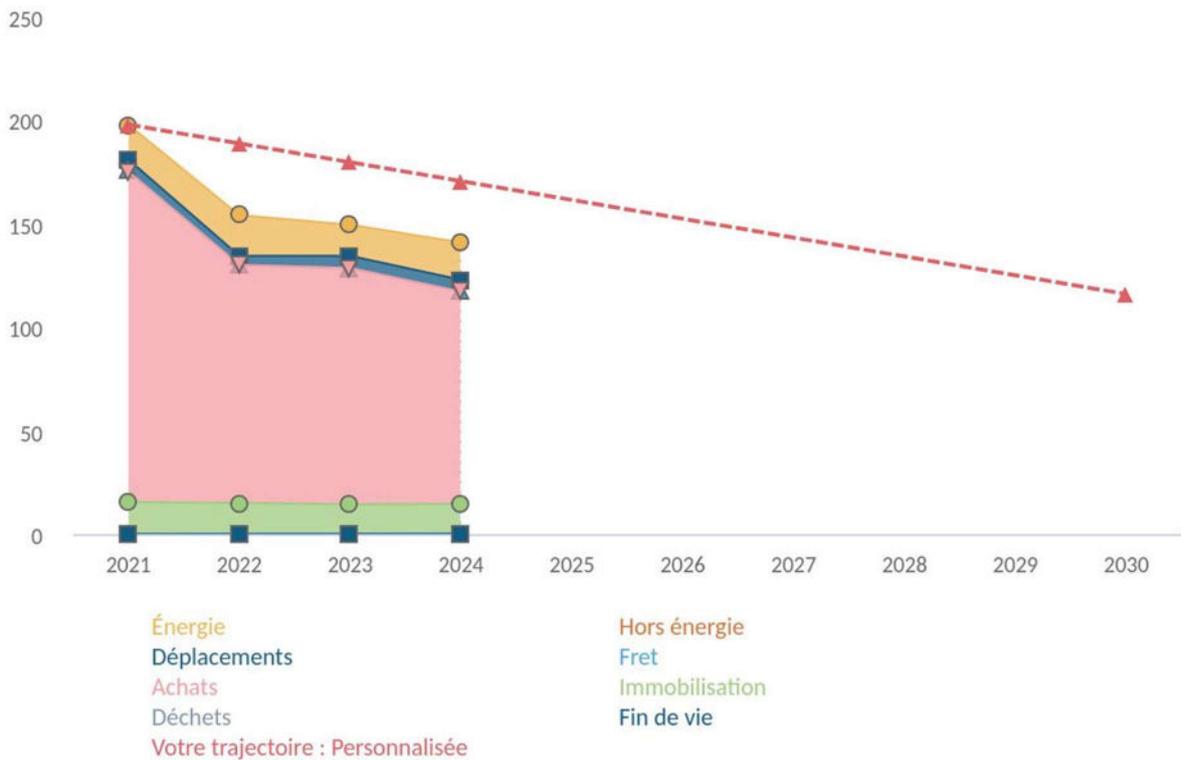
Ceci est également bien visible dans la répartition de l'empreinte carbone selon les scopes d'analyse.

En effet, les achats font partie du scope 3. Nous observons que les émissions directes d'Aggelos, c'est-à-dire les scopes 1 et 2, sont très faibles en comparaison du scope 3.



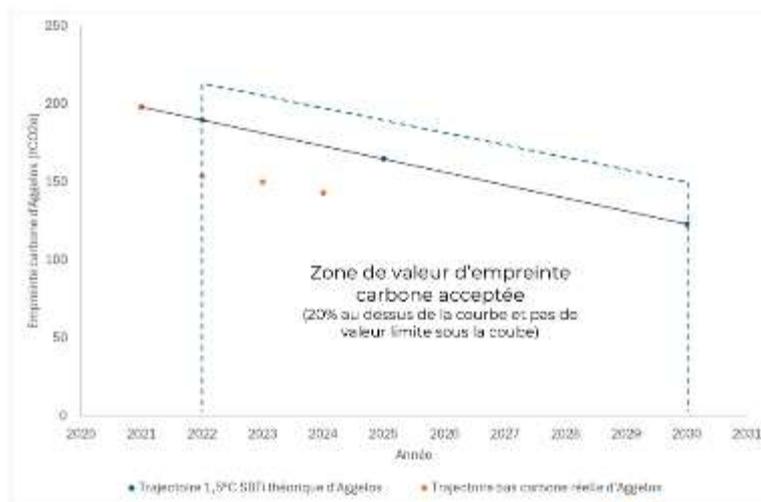
Ces résultats mettent en évidence le travail nécessaire d'Aggelos sur le scope 3 et en particulier sur les émissions liées aux achats.

Notre trajectoire bas carbone est donc dépendante de ce poste d'émission.



Nous observons que, actuellement, notre trajectoire réelle est en dessous de la trajectoire choisie (1,5°C (SBTi)). Notre analyse des émissions du scope 3 sera plus étendue au fur et à mesure du temps, nous avons donc décidé d'accepter un écart relatif au-dessus de la trajectoire de 20%. Nous n'avons pas fixé de valeur d'écart relatif en dessous de la trajectoire bas carbone.

Pour illustrer cette zone d'acceptabilité, nous avons schématisé la courbe théorique suivante :



La compilation des résultats de nos objectifs bas carbone est présentée dans le tableau suivant :

Objectifs opérationnels	Indicateur de suivi	Résultat 2023	Objectifs 2024	Résultat 2024
-------------------------	---------------------	---------------	----------------	---------------

<b>Réaliser un Bilan Carbone® chaque année</b>	Résultat du Bilan Carbone® sur les 3 scopes	<b>Sur les 3 scopes :</b> <b>150tCO<sub>2</sub>e</b> (26% d'incertitude)	<b>Sur les 3 scopes :</b> 173 tCO <sub>2</sub> e	<b>Sur les 3 scopes :</b> <b>143tCO<sub>2</sub>e</b> (24% d'incertitude)
	Résultat du Bilan Carbone® sur les scopes 1 +2	<b>Scope 1+2 :</b> <b>0,47tCO<sub>2</sub>e/ETP</b>	<b>Scope 1+2 :</b> Se maintenir scope 1+2<1tCO <sub>2</sub> eETP	<b>Scope 1+2 :</b> <b>0,67tCO<sub>2</sub>e/ETP</b>
	Résultat du Bilan Carbone® sur le scope 3	<b>Scope 3 :</b> <b>62tCO<sub>2</sub>e/M€ de CA</b>	<b>Scope 3 :</b> se maintenir en dessous de 70tCO <sub>2</sub> e/M€	<b>Scope 3 :</b> <b>47tCO<sub>2</sub>e/M€ de CA</b>
<b>Suivre notre trajectoire bas carbone</b>	Comparaison à la trajectoire choisie et comparaison aux résultats du secteur : Ecart relatif entre la valeur attendue par la trajectoire 1,5°C et la valeur mesurée	17%	Valeur ≤20% au-dessus de la courbe Pas de valeur fixée en dessous de la courbe	17,3% en dessous de la courbe

### NOTES DE CALCULS

Lors d'expériences, un **écart relatif** est une valeur calculée qui permet de déterminer si la valeur ciblée par l'expérimentation respecte son cahier des charges ou non. Cet écart s'exprime de préférence en pourcentage (%) et est toujours positif : le calcul change donc en fonction de la grandeur la plus grande.

- Si **grandeur mesurée > grandeur de référence**
- Si **grandeur de référence > grandeur mesurée**

$$\text{écart relatif} = \frac{\text{grandeur mesurée} - \text{grandeur de référence}}{\text{grandeur de référence}}$$

$$\text{écart relatif} = \frac{\text{grandeur de référence} - \text{grandeur mesurée}}{\text{grandeur de référence}}$$

Dans le suivi de notre trajectoire bas carbone, nous nous fixons d'accepter un écart relatif de 20% au-dessus de la courbe et toutes les valeurs en dessous de la courbe.

## 12. DEPLOIEMENT DE L'OBJECTIF N°2 :

### Prendre soin de notre communauté de travail

Prendre soin de notre communauté de travail, c'est reconnaître que la qualité des relations humaines est au cœur de notre impact. Cet objectif traduit notre volonté de faire de l'Écosphère Aggelos un écosystème vivant, équilibré et soutenable, au service d'un projet collectif.

Il s'exprime d'abord dans l'attention portée à notre équipe interne. Il s'incarne aussi dans notre lien aux client-es, fondé sur la confiance, l'écoute et la co-construction. Côté fournisseurs, beaucoup de choses sont déjà mises en place. Nous avons conscience de l'importance d'une chaîne de valeur alignée avec nos engagements ; c'est pourquoi cet axe sera à structurer en 2025. Enfin, nous veillons à maintenir une activité économique saine et pérenne, capable de soutenir nos engagements tout en contribuant à la vitalité de notre territoire.

À travers cet objectif, nous affirmons que la performance économique ne peut être dissociée de la qualité des liens que nous entretenons avec celles et ceux qui rendent notre activité possible.

#### MOT DU COMITE DE MISSION :

*« Je note l'effort fait à l'attention des fournisseurs ce qui laisse imaginer la qualité que vous portez à vos équipes et aux clients. Je note tout particulièrement la volonté que la performance économique ne peut être dissociée de la qualité des liens et de la stratégie bas carbone évoquée en objectif 1 »* Didier Jeanjean

*« Pour obtenir plus de réponses lors des sondages météo-climat, peut-être imposer un temps commun en réunion le lundi matin par exemple pour remplir le questionnaire ? »* Sandrine Frederic

*« On sent une vraie culture de la transparence et de la confiance dans vos modes de gouvernance. »* Ludovic Tuduri

*« Le taux de fidélisation des fournisseurs pourrait devenir un indicateur intéressant, à l'image de celui des clients. »* Laurent Pierre Gilliard

*« La météo-climat, les cercles de gouvernance, le souci de transparence : on sent un effort sincère pour créer un climat de travail aligné avec vos valeurs. Mais je pense que vous pourriez aller encore plus loin en objectivant certaines perceptions, et en explorant la manière dont les "zones d'ombre" s'expriment ou non. C'est aussi cela, prendre soin : créer des espaces pour ce qui ne se dit pas facilement. »* Anne Sophie Novel

*« L'écoute et la transparence dont vous faites preuve à l'intérieur de votre collectif sont très perceptibles. La météo-climat, les cercles de gouvernance, la recherche de fidélisation, tout cela montre que vous placez le lien humain au cœur de votre performance. Il reste peut-être à trouver des indicateurs plus explicites pour mieux objectiver cette belle intention. »* Suzanne Galy

*« Le lien entre gouvernance partagée, qualité du travail et performance globale est bien compris chez Aggelos. Vous faites vivre vos valeurs en interne. Structurer davantage les indicateurs RH vous permettra de mieux valoriser ce que vous faites déjà très bien. »* Elodie Rochel

## MISE EN ŒUVRE & MOYENS ASSOCIES :

### *Avoir un climat « favorable » au sein de l'écosphère*

La rigueur des actions mises en place dans le cadre de l'objectif 1, lié à notre empreinte carbone, ne doit en aucun cas se faire au détriment de la cohésion ou du bien-être au travail. Bien au contraire : nous veillons à ce que cette ambition environnementale s'inscrive dans un climat de travail serein, coopératif et respectueux, au cœur de notre objectif 2 – prendre soin de notre communauté de travail.

Ces contraintes sont toujours discutées, expliquées, partagées. Elles s'accompagnent de mesures de soutien (formations, temps d'échange, démarches collectives). Elles donnent du sens à notre quotidien professionnel, renforcent notre fierté collective, et nourrissent un projet d'entreprise cohérent, aligné, profondément humain.

Cet axe se traduit donc par une attention portée au climat interne, à la valorisation des collaborateurs et à l'ancrage de nos valeurs communes dans le quotidien de l'agence.

En 2023, à l'initiative du comité de mission, nous avons conçu et lancé une enquête "météo climat" destinée à évaluer régulièrement le ressenti des équipes. Cet outil, pensé comme un baromètre annuel (ou pluriannuel), permet de suivre dans le temps l'évolution de l'ambiance de travail, des dynamiques collectives et des besoins d'ajustement.

Au-delà de ce dispositif de mesure, plusieurs leviers ont été activés en 2024 pour renforcer le bien-être au travail et l'implication des collaborateurs :

Le partage des valeurs est cultivé au quotidien dans nos pratiques et nos échanges, renforçant la cohérence entre nos convictions et notre fonctionnement interne.

Les cercles de gouvernance intégrant les collaborateurs favorisent l'autonomie, la participation active aux décisions et la transparence dans les processus collectifs.

Le comité des fêtes, instance conviviale et informelle, soutient la qualité des relations interpersonnelles et crée des moments de respiration dans les cycles de travail.

Une campagne de communication vidéo interne, menée cette année, a permis de valoriser les membres de l'équipe.

Des formations ciblées (notamment en écoconception ou dans le cadre du CHEDD) ont enrichi les compétences, nourri les motivations et renforcé le sentiment d'appartenance.

### **Suivre la fidélisation de nos clients**

La qualité des relations avec nos clients et leur fidélité dans le temps constituent un indicateur essentiel de la vitalité de notre communauté de travail.

En 2024, nous avons renforcé notre suivi de cette dimension en mobilisant des outils et des démarches concrètes.

Nous avons souscrit un abonnement au logiciel Sellsy, afin d'optimiser la gestion de notre base clients et d'enrichir notre capacité d'analyse.

Chaque année, une photographie de la répartition des clients actifs est établie, comparée aux années précédentes pour identifier les évolutions, les signaux de stabilité ou d'alerte, ainsi que les opportunités de consolidation de la relation.

En complément, un questionnaire de satisfaction a été conçu et diffusé pour mieux comprendre les attentes, les points de satisfaction et les marges de progression perçues par nos clients. Ce retour terrain alimente une boucle d'amélioration continue, en lien direct avec les valeurs de transparence, de coopération et de progrès qui fondent notre engagement.

### **Fournisseurs (toujours en cours de réflexion)**

La relation aux fournisseurs fait partie intégrante de notre communauté de travail et représente un levier stratégique pour incarner nos engagements environnementaux, sociaux et éthiques.

En 2024, cette dimension est restée en phase de réflexion active, avec une volonté affirmée de dynamiser notre approche déjà responsable et partenariale.

Nous pourrions nous appuyer sur des éléments existants :

- Tableau d'identification des fournisseurs selon les critères RSE B Corp (proximité, indépendance, ...)
- Charte de confiance d'Aggelos,
- Modèle d'audit d'évaluation régulière,
- Transposition de l'enquête satisfaction clients aux fournisseurs.
- 

### **Avoir une activité économique raisonnable, soutenable, qui permet d'en vivre**

Assurer une activité économique stable, raisonnable et soutenable constitue un socle indispensable pour faire vivre durablement notre écosystème.

En 2024, plusieurs leviers ont été mis en œuvre pour consolider notre modèle et sécuriser l'équilibre entre ambition, sobriété et viabilité économique.

En plus du suivi comptable qui est assuré avec rigueur par notre cabinet comptable, garant de la fiabilité des données financières, nous bénéficions, en parallèle, de l'accompagnement de la société NDIX pour la gestion administrative courante, permettant de fluidifier les processus internes et de libérer du temps opérationnel pour les équipes.

Sur le plan commercial, l'équipe est toujours structurée autour d'une responsable du développement et d'un alternant dédié, avec un point hebdomadaire pour ajuster les priorités, partager les retours terrains et suivre l'avancement des projets.

Un suivi régulier du chiffre d'affaires, par typologie de clients, est mis en place pour mieux comprendre la dynamique économique de l'agence et anticiper les évolutions.

Enfin, plusieurs cercles de gouvernance permettent de piloter collectivement le fonctionnement et les orientations stratégiques de l'entreprise, en veillant à maintenir un équilibre entre performance, cohérence de valeurs et engagement collectif.

## RESULTATS :

Objectifs opérationnels	Indicateur de suivi	Résultat 2023	Objectifs 2024	Résultat 2024
<b>Avoir un climat « favorable » au sein de l'écosphère</b>	Résultat compilé des enquêtes météo climat	-	Résultat = min 50% de répondants + min70% de soleil et éclaircies au total	64% de répondants 80% de soleil et éclaircies au total (analyse sur 3 enquêtes entre 2023 et 2024)
<b>Suivre la fidélisation de nos clients</b>	Taux de fidélisation	65	Avoir un taux de fidélisation > 60% d'une année à l'autre	66
<b>Fournisseurs (toujours en cours de réflexion)</b>	-	-	-	-
<b>Avoir une activité économique raisonnable, soutenable, qui permet d'en vivre</b>	Comparaison du CA avec la marge	74%	Taux de marge brute entre 65 et 70%	72%

## 13. DEPLOIEMENT DE L'OBJECTIF N°3 :

### Soutenir les actions sur les transitions, dans notre quartier, au bénéfice des humains et non humains

Notre ancrage territorial est au cœur de notre engagement en tant qu'entreprise à mission.

A travers cet objectif, nous affirmons notre responsabilité vis-à-vis du territoire que nous habitons et avec lequel nous souhaitons construire des liens durables.

Pour nous, les transitions écologiques, sociales et culturelles doivent se penser et se vivre ici, dans la proximité, dans le lien, dans l'action concrète.

C'est dans cette optique qu'est née La Changerie, association de proximité fondée par l'Écosphère Aggelos, en lien direct avec les valeurs portées par notre équipe et les aspirations de notre quartier.

En parallèle, la création de la Fondation de l'Écosphère, abritée par la Fondation du protestantisme, traduit notre volonté de structurer durablement notre soutien aux projets qui renforcent la résilience des territoires face aux bouleversements en cours.

À travers des actions de sensibilisation, d'expérimentation et de partage, nous soutenons des initiatives locales qui articulent solidarité humaine, préservation du vivant et justice climatique.

#### MOT DU COMITE DE MISSION :

*« C'est exemplaire ! L'insertion de l'entreprise dans son quartier est très importante. »* Didier Jeanjean

*« Un très beau projet qui a sollicité des heures importantes de bénévolat et des démarches sur le temps de travail. »*  
Sandrine Frederick

*« Valoriser le bénévolat en équivalent monétaire est un bon moyen de montrer l'impact réel de votre engagement. »*  
Laurent Pierre Gilliard

*« Le repositionnement de la Changerie vers moins d'actions mais plus ciblées semble pertinent pour préserver l'élan collectif. »* Ludovic Tuduri

*« Votre implication territoriale m'a marquée. Ce n'est pas une posture : vous engagez réellement du temps, des moyens, de l'énergie dans des dynamiques locales. Ce qui m'interroge, à présent, c'est la capacité à faire durer cet engagement sans s'essouffler, et à passer peut-être d'un modèle bénévole à un modèle plus structuré, pour que l'impact local puisse être consolidé. »* Anne Sophie Novel

*« En tant que membre d'une collectivité engagée, je mesure l'impact réel que peuvent avoir des entreprises comme la vôtre, lorsqu'elles s'investissent dans leur territoire. Votre soutien à la Changerie et à des associations culturelles ou inclusives donne un ancrage très concret à votre mission. La vigilance sur la pérennité de l'énergie bénévole me semble particulièrement lucide. »* Suzanne Galy

*« L'impact territorial est souvent sous-estimé dans les démarches RSE, or ici il est pleinement incarné. En tant qu'entreprise à mission, vous assumez un rôle actif sur votre territoire, ce qui est tout à fait aligné avec les attentes du pilier "communauté" de B Corp. Formaliser cette contribution renforcera encore sa légitimité et sa pérennité. »*  
Elodie Rochel

## **MISE EN ŒUVRE & MOYENS ASSOCIES :**

L'année 2024 a été marquée par la consolidation de nos soutiens à des initiatives locales, porteuses de transitions écologiques et sociales. Ces engagements se sont principalement incarnés à travers notre implication auprès de la Changerie et de la Fondation de l'Écosphère, deux structures adossées à Aggelos.

L'implication humaine des équipes constitue un pilier fort de cet engagement : les collaborateurs d'Aggelos sont membres de droit de l'association, certains siègent au conseil d'administration ou au comité de pilotage de la Fondation, d'autres consacrent du temps de bénévolat au fonctionnement et à l'animation de ces structures.

Le soutien matériel et financier s'est également renforcé : Aggelos met à disposition ses locaux et libère du temps pour permettre la participation des collaborateurs aux actions menées.

Des financements ont été octroyés à la Changerie, tant par l'agence que par la Fondation de l'Écosphère.

La participation des collaborateurs à des fresques et ateliers a été rendue possible grâce à une prise en charge par l'agence.

Enfin, des outils de gouvernance et de pilotage ont été mis en place ou poursuivis : Un comité de pilotage de la Fondation de l'Écosphère se réunit régulièrement pour assurer le suivi des projets soutenus.

Aggelos contribue également à la visibilité des initiatives via le tournage de vidéos promotionnelles et le relais des publications de la Changerie et de la Fondation sur ses propres canaux.

## RESULTATS :

Objectifs opérationnels	Indicateur de suivi	Résultat 2023	Objectifs 2024	Résultat 2024
<b>Créer une association d'entreprise pour soutenir les actions sur les transitions, dans notre quartier, au bénéfice des humains et non humains</b>	PV de création de l'association La Changerie	Réalisée	-	-
<b>Créer une fondation pour soutenir les actions sur les transitions, dans notre quartier, au bénéfice des humains et non humains</b>	PV de création de la Fondation de l'Ecosphère		Création de la Fondation de l'Ecosphère	Réalisé
<b>Soutenir les actions de La Changerie et de la Fondation</b>	Suivre le temps de bénévolat		Phase expérimentale : objectif qualitatif sur le temps de bénévolat	178 jours
<b>Suivre les actions de l'association et de la fondation</b>	Nombre d'actions de la Changerie + Nombre d'appel à projets et nombre de projets reçus par la Fondation		Phase expérimentale : La Fondation = 1 appel à projets // La Changerie = organiser au moins 10 actions dans l'année	Fondation de l'Ecosphère : 1 appel à projet réalisé La Changerie : 25 actions réalisées

## 14. DEPLOIEMENT DE L'OBJECTIF N°4 :

### Perpétuer notre engagement RSE et l'essaimer

Perpétuer notre engagement RSE et le diffuser autour de nous, c'est assumer notre responsabilité d'entreprise engagée, mais aussi notre rôle de passeur et de moteur de transitions. En 2024, cet objectif s'est exprimé à travers quatre axes structurants.

Le premier, fondamental, est la volonté de conserver en 2025 notre label B Corp, qui reconnaît notre exigence sociale, environnementale et de gouvernance. Cette labellisation n'est pas un aboutissement mais un cap structurant, qui guide nos pratiques et éclaire nos arbitrages.

Le deuxième axe consiste à faire savoir pour faire grandir, en participant activement à des événements, tables rondes et rencontres dédiées à la RSE, ou en les organisant nous-mêmes, pour nourrir les échanges et faire émerger des solutions partagées.

Le troisième engagement est celui de la transmission : nous contribuons, autant que possible, à sensibiliser et à accompagner d'autres structures dans leur propre cheminement vers une responsabilité élargie.

Enfin, notre engagement passe aussi par une communication responsable, cohérente avec nos valeurs, attentive à ses impacts, et orientée vers le sens, plus que vers la seule visibilité.

#### MOT DU COMITE DE MISSION :

*« Je renouvèle mes compliments sur la qualité de votre engagement. »* Didier Jeanjean

*« Continuer à porter haut et fort les belles valeurs qui nous animent et contribuent à nous différencier. »*  
Sandrine Frederick

*« L'offre Hi 2030 illustre bien votre volonté de transformation du secteur, depuis votre cœur de métier. »* Laurent  
Pierre Gilliard

*« La transversalité entre engagement RSE, formation des équipes et activité commerciale est remarquable et inspire confiance. »* Ludovic Tuduri

*« Vous incarnez une forme d'exemplarité RSE qui est à la fois assumée et discrète. Je vous encourage à la rendre plus visible encore : non pas pour cocher des cases, mais parce que vos démarches peuvent inspirer d'autres acteurs, dans vos métiers comme ailleurs. Partager vos apprentissages, vos doutes, vos bifurcations, c'est aussi faire œuvre de transparence. Et pour un observateur extérieur, c'est ce qui donne le plus envie d'y croire. »* Anne  
Sophie Novel

*« Votre démarche RSE est exemplaire parce qu'elle est profondément intégrée : elle infuse vos métiers, vos offres, vos communications. Ce n'est pas un discours périphérique, c'est une culture. Je salue particulièrement votre capacité à embarquer d'autres structures dans cette dynamique. C'est ainsi que se construit une transformation systémique. »* Suzanne Galy

*« Votre progression sur la grille B Impact montre une vraie appropriation des outils RSE. Vous êtes en train d'aligner votre cœur de métier avec votre raison d'être, ce qui est le signe d'une entreprise à mission bien en place. La prochaine étape est de rendre visible et mesurable cet impact pour embarquer d'autres acteurs à votre suite. »* Elodie Rochel

## **MISE EN ŒUVRE & MOYENS ASSOCIES :**

L'année 2024 a été marquée par une volonté claire de renforcer notre engagement en matière de responsabilité sociétale des entreprises (RSE) et de le diffuser plus largement auprès de nos parties prenantes. Cet objectif s'est décliné autour de quatre axes structurants :

### ***Axe 1 – Conserver le label B Corp***

Dans la continuité de notre engagement historique, nous avons poursuivi les démarches nécessaires au maintien de notre labellisation B Corp :

Recrutement d'un responsable RSE dès 2023 pour piloter et structurer cette ambition.

Participation de ce dernier à la formation B Leaders en 2024, afin de maîtriser les exigences du label.

Anticipation de la prochaine labellisation avec l'ouverture du nouveau questionnaire BIA en octobre 2024.

### ***Axe 2 – Organiser et/ou participer à des événements liés à la RSE***

La sensibilisation passe par l'échange. C'est dans cette logique que nous avons organisé 11 causeries RSE en interne tout au long de l'année, et participé à 11 événements externes, renforçant notre présence dans les écosystèmes engagés.

### ***Axe 3 – Contribuer à la transformation des structures***

Nous avons lancé l'offre Horizon Impact 2030, dédiée à l'accompagnement RSE des organisations. Cette dynamique s'appuie notamment sur :

- La mobilisation du B Leader formé en interne
- La compétence de 2 collaborateurs formés à la méthode Bilan Carbone® et aux enjeux de la RSE
- La sensibilité à l'engagement RSE du directeur de développement commercial formé en 2024 au Collège des Hautes Etudes du Développement Durable (CHEDD).

### ***Axe 4 – Communiquer de façon responsable***

La communication est un levier puissant : nous avons veillé à ce que nos prises de parole – notamment sur LinkedIn – soient en cohérence avec nos valeurs, en valorisant l'engagement sans verser dans le greenwashing. Ce positionnement est aussi affirmé dans nos réponses aux appels d'offres/consultations, où nous soulignons l'importance de pratiques sincères, mesurables et impactantes.

## RESULTATS :

Objectifs opérationnels	Indicateur de suivi	Résultat 2023	Objectifs 2024	Résultat 2024
<b>Conserver le label B Corp</b>	Certificat d'obtention du label B Corp	-	Ouverture du BIA pour préparer la 4e labélisation B Corp en 2025	Accès au BIA pour intégrer les réponses au questionnaire à partir du 11 octobre 2024
<b>Organiser et/ou participer à évènements liés à la RSE</b>	Nombre d'évènement liés à la RSE par an	-	Au moins 10 évènements liés à la RSE (1 à 2 fois par an à l'extérieur)	11 causeries en interne 11 évènements à l'extérieur d'Aggelos
<b>Contribuer à la transformation/sensibilisation de structures à la RSE</b>	Nombre de structures sensibilisée/en route vers la RSE	-	Contribuer à la transformation/sensibilisation de 3 structures à la RSE par an	4 structures accompagnées
<b>Communiquer de façon responsable</b>	Nombre de communications	-	100% de nos communications commerciales sensibilisent à l'importance de la RSE 40% de nos communications linkedin ont un message à but RSE	100% des réponses/présentations aux clients comportent une sensibilisation à la RSE 40% de nos communications LinkedIn contiennent un message RSE

## 15. PERSPECTIVES 2025

Dans un contexte économique tendu depuis janvier 2025, marqué notamment par des prises de position externes ayant fragilisé nos engagements, l'année à venir s'annonce comme une étape clé pour renforcer nos relations fournisseurs et affirmer notre modèle d'entreprise soutenable.

Parmi les chantiers prioritaires :

Le lancement d'un questionnaire de satisfaction fournisseurs, inspiré de notre engagement B Corp, afin de mieux comprendre leurs attentes, évaluer la qualité de la collaboration et identifier des pistes d'amélioration concrètes.

La mise à jour de notre charte de confiance, document structurant qui formalise nos engagements réciproques et renforce la transparence dans les relations commerciales.

La création d'un tableau d'identification des fournisseurs selon des critères RSE, en lien avec notre référentiel B Corp (proximité géographique, indépendance de la structure, gouvernance féminine, engagements sociaux ou environnementaux, etc.), afin de mieux cartographier notre écosystème et orienter nos choix en conscience.

Ces actions visent à consolider un partenariat fondé sur la confiance, même dans un contexte incertain. Elles s'inscrivent dans une trajectoire plus large : celle d'une activité raisonnable et soutenable, qui permet à chacun d'en vivre, fidèle à notre raison d'être et à notre ambition de prendre soin de notre communauté de travail.

## 16. CONCLUSIONS DU COMITE DE MISSION

Le comité de mission d'Aggelos salue l'engagement résolu de l'entreprise en faveur d'une transition écologique et sociale sincère. Les contributions des membres témoignent d'une reconnaissance unanime de la démarche engagée, autant dans ses principes que dans sa mise en œuvre.

Sur le volet carbone, Aggelos démontre un haut niveau d'exigence. La clarté pédagogique apportée dans la distinction entre les scopes 1, 2 et 3 est saluée, tout comme l'ambition d'impliquer les fournisseurs dans leur propre trajectoire. Une telle posture, rare dans les secteurs de la communication et de la scénographie, mérite d'être valorisée. La volonté d'encourager clients et partenaires à progresser, tout en acceptant de se laisser interpellé pour aller plus loin encore, incarne une dynamique de responsabilité partagée et d'amélioration continue.

Le soin apporté à la communauté de travail prolonge naturellement cette exigence. L'attention portée aux fournisseurs, aux équipes et aux clients montre que la performance économique ne peut être pensée sans la qualité des liens humains et sans cohérence avec les engagements environnementaux.

L'ancrage local d'Aggelos constitue un autre marqueur fort. L'implication dans des projets de quartier, parfois sur le temps de travail, parfois bénévole, témoigne d'une entreprise qui ne se contente pas d'être implantée : elle s'insère, elle contribue, elle partage. Ces démarches sont perçues comme exemplaires.

Enfin, la portée transversale de la démarche RSE est soulignée. Elle irrigue l'ensemble des actions, conférant à l'entreprise une cohérence rare et différenciante. Les membres du comité encouragent Aggelos à continuer à porter haut ses valeurs, à les affirmer, à les incarner, et à en faire un levier d'influence pour ses parties prenantes.

À travers leurs regards croisés — citoyens, experts, journalistes, élus ou praticiens — les membres du comité poursuivront leur mission de vigie active : à la fois appui, aiguillon et miroir, pour encourager l'équipe à maintenir le cap et amplifier encore son impact.



**L'ÉCOSPHÈRE  
AGGELOS**