

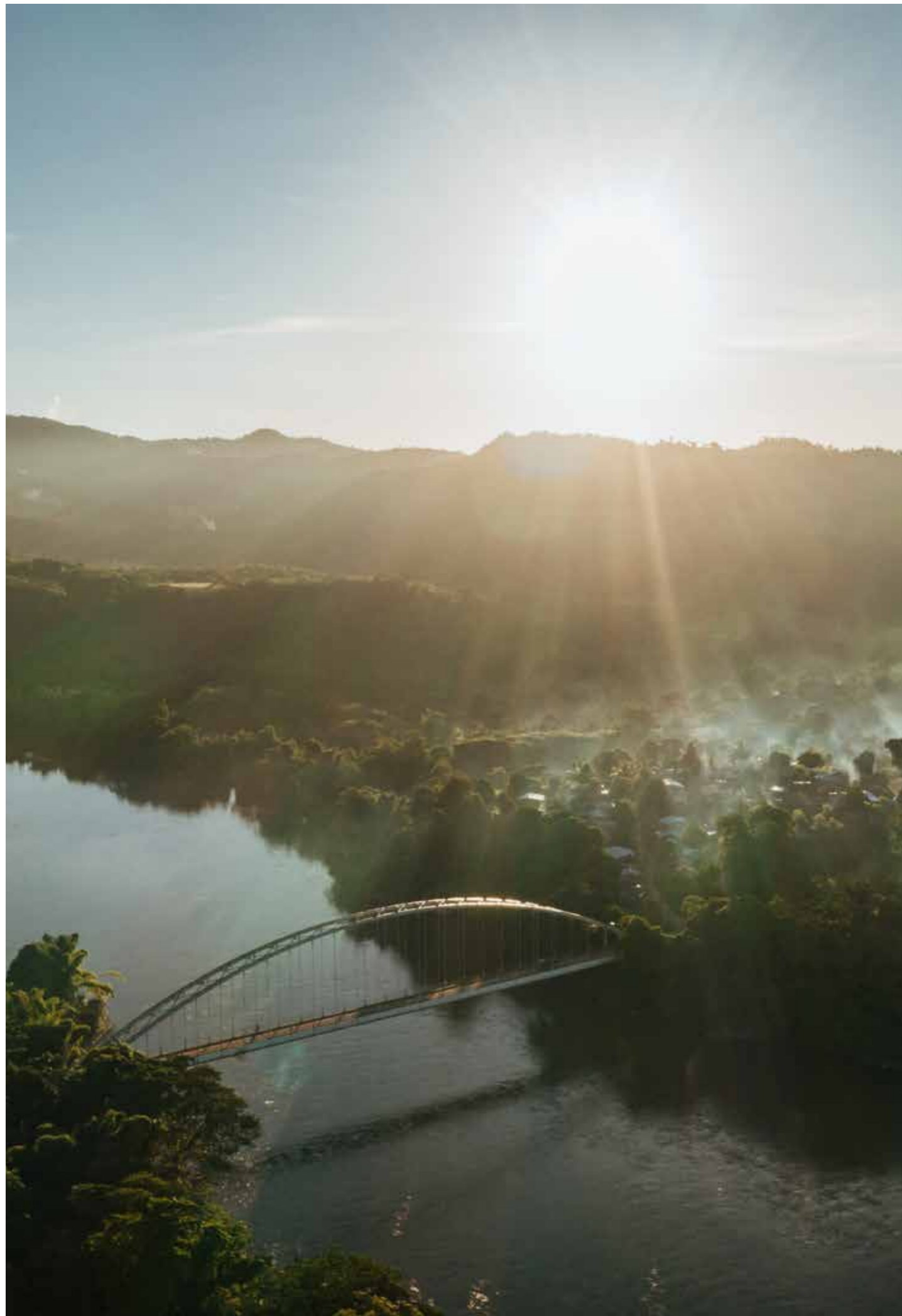
odds  
CRÉATIF & DURABLE

**AGENCE ODDS**

Créatif & Durable

---

RAPPORT D'IMPACTS 2020/2021



## UNE EXPERTISE DANS NOTRE ADN

**Si notre agence est atypique, c'est probablement que nous sommes atypiques !**

Depuis mon plus jeune âge, je parcours de nombreux pays et durant toutes ces années le monde s'est transformé inexorablement : ces beaux paysages sont devenus infertiles et asséchés, les grandes métropoles sont irrespirables et polluées et mes plus belles destinations d'adolescent sont classées en zone rouge !

La crise climatique est loin d'être une illusion et les conséquences seront dévastatrices pour les générations à venir. J'aurai mis 15 ans à me décider, 15 années de terrain à côtoyer les paysans du monde qui travaillent durement au quotidien pour produire des belles matières premières que nous consommons sans modération et sans considération.

Parce qu'il faut bien agir, même à son échelle notre agence a choisi de s'engager. **L'hybridation de l'offre de notre agence, entre valorisation du discours, accompagnement à la prise de parole et spécialisation technique permet une communication sincère, juste et accessible** pour les entreprises et pour nos sociétés dans l'appréhension des défis à venir.

Une équipe atypique entre ingénieurs agronomes, traders, spécialiste de l'image ou du design, story-tellers ou geeks des animations, notre agence est riche en expertises mais surtout en parcours variés. Cette hybridation nous donne un regard particulier sur les projets et nous nous attachons ainsi à :

- **Quantifier et valoriser** les actions de nos clients et bien sûr leurs impacts
- **Accompagner** la mise en place d'une feuille de route vertueuse : stratégie durable ou bas carbone, certification, analyse de risque, plan de communication durable...
- **Donner les clés pour une prise de parole sincère**, légitime ou militante basées sur des chiffres qui font la preuve.
- **Transformer** cette prise de parole en véritable levier d'accélération de projets ou de croissance.

## D'UN CONSTAT D'URGENCE, NAÎT UNE CONVICTION

Nos multiples voyages nous confrontent, à chaque fois, aux mêmes problématiques : les effets du réchauffement climatique, l'accès à l'éducation, la pérennité d'une relation commerciale, l'accès aux soins, le maintien d'une agriculture paysanne locale...

Nos clients sont, pour la plupart, déjà sur le terrain et actifs chacun à leur niveau. La grande majorité d'entre eux ne valorise pas le travail accompli et mérite que leurs actions soient décuplées, mises en lumière, monitorées puis établir des objectifs à long terme.

C'est notre travail au quotidien, à différents niveaux d'intervention mais toujours dans la même direction : **quantifier, accompagner, communiquer, valoriser** pour aller plus loin face aux défis environnementaux, sociaux ou sociétaux des années à venir.

00

# SOMMAIRE

*sommaire*

A la fin de l'année 2020, nous avons décidé d'aligner nos actes avec nos valeurs en formalisant une démarche RSE. **Ce travail, réalisé en interne, nous a obligé à entreprendre une mutation dans la durée et celle-ci peut se résumer dans un certain nombre d'actions ou résultats qui sont consignés dans ce rapport d'impact.**

**Ce premier rapport n'est qu'un point de départ et fort de ce premier constat nous pouvons nous fixer à terme une réelle trajectoire avec des objectifs définis.**

01

## GOVERNANCE

page 7

02

## ENVIRONNEMENT

page 13

03

## SOCIAL

page 17

04

## SOCIÉTAL / COLLECTIVITÉS

page 21

05

## CLIENTS

page 27

06

## INDICATEURS CHIFFRÉS

page 29

07

## CONTRIBUTION DE L'AGENCE AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DE L'ONU ET PERSPECTIVES À MOYEN TERME

page 30



01

## GOVERNANCE

### *Gouvernance*

Même si la volonté était déjà fortement présente, le déclic s'est fait lors d'un voyage en 2018, le choix de s'engager dans une certification RSE a réellement été actée en 2019. La majorité de nos clients a déjà fait ce choix (Label PM+ engagé, Bio ED, Eco-Vadis, Global Compact...) mais nous sollicitons constamment pour les guider, les expertiser, les conseiller.

**Le choix de B-Corp s'est fait naturellement car plus qu'une certification, c'est un mouvement, une communauté et que nous agissons plus et mieux ensemble.**

Depuis 18 mois, nous avons commencé notre mutation, à notre rythme mais sans changer de cap. En 2020, un premier bilan carbone, le premier don à une ONG puis la Raison d'Être...

Perspective et points d'amélioration :

- déployer l'actionnariat salarié
- former les collaborateurs à la RSE
- pérenniser le dialogue avec les parties prenantes
- évaluer les performances RSE de l'entreprise (BCorp)

# GOVERNANCE

## Gouvernance

### RAISON D'ÊTRE DE L'AGENCE ODDS

Notre Raison d'Être a été le fruit d'un travail collaboratif, que nous avons mené en interne sous forme d'ateliers itératifs. Elle a été intégrée aux statuts de l'entreprise et l'engage à générer un impact social, sociétal et environnemental positif et significatif dans l'exercice de ses activités.

Dans le cadre de cette démarche, l'agence s'engage à prendre en considération les conséquences sociales, sociétales et environnementales de ses décisions sur l'ensemble des parties prenantes de la Société, et les conséquences de ses décisions sur l'environnement.

### VISION & MISSION DE L'AGENCE ODDS

Le monde évolue et les enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux également. L'adaptation de l'Agence est une réponse à ces changements. Apporter notre expertise, nos savoirs faire ou notre vision contribuent à ce changement et représentent un levier de progression pour nos clients comme pour nous-même.

Le rôle de l'Agence peut se résumer ainsi : insuffler le changement par des initiatives vertueuses et valoriser les actions à impacts positifs. Accompagner, valoriser et soutenir dans la durée les initiatives de nos clients.

« Donner du sens à notre travail dans l'accompagnement quotidien de nos clients vers des modèles économiques durables »

# GOVERNANCE

## Gouvernance

### CRÉATION D'UN COMITÉ CONSULTATIF

Ce comité est constitué de consultants externes à l'entreprise, indépendants et expérimentés.

La Mission du comité peut se résumer à : analyser la stratégie de développement des activités existantes, leur rentabilité, la stratégie de positionnement sur de nouveaux marchés, commenter les orientations budgétaires (investissement, recrutement, fonds de roulement), les engagements RSE et aura la charge de fixer des objectifs, à titre consultatif ainsi que d'établir une feuille de route semestrielle.

Nombre de membres du comité : 3 minimum

Expertise des membres du comité : communication, RSE, réglementation environnemental, analyse financière, analyse filières.

Durée de renouvellement : 2 ans

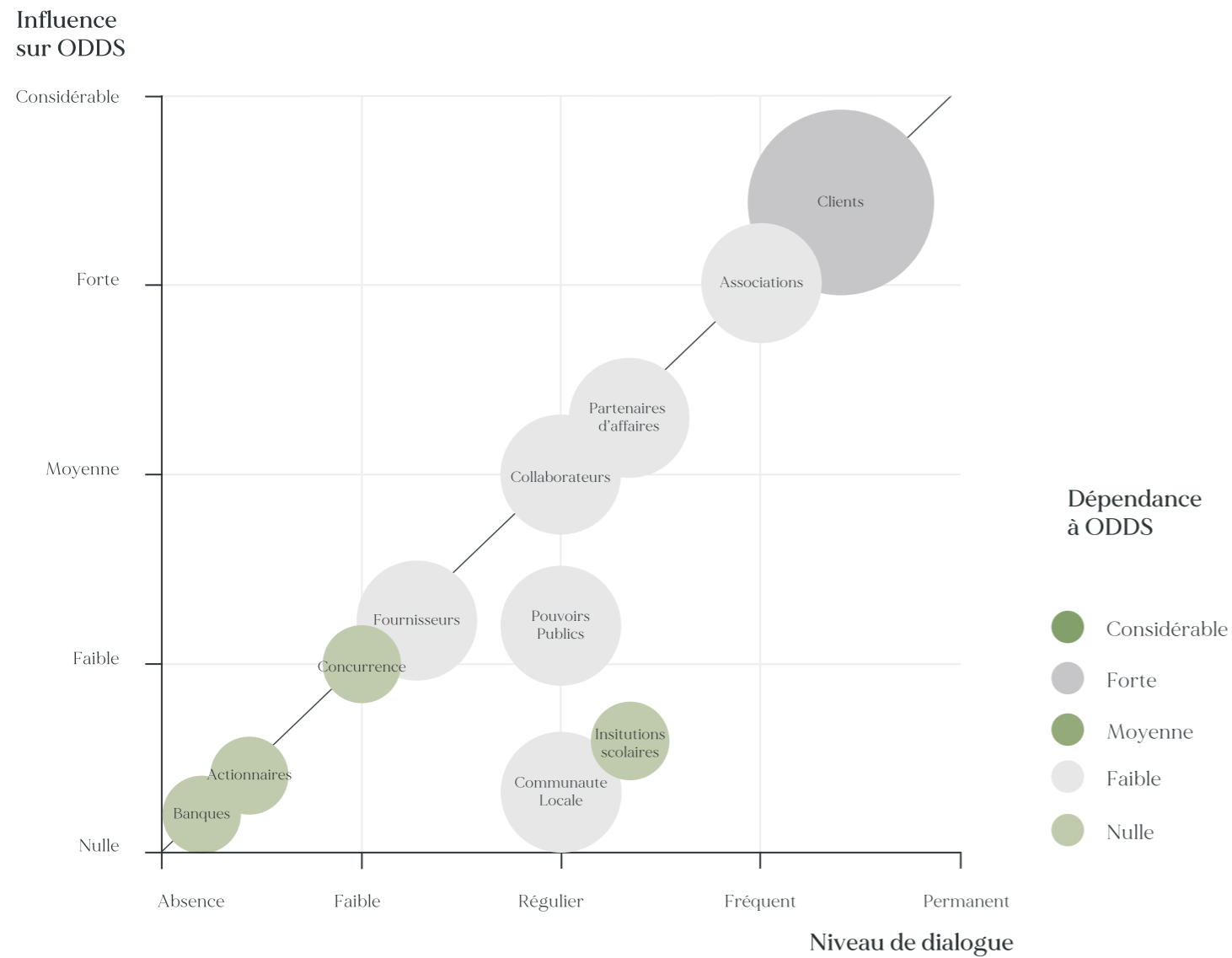
### PARITÉ HOMMES – FEMMES

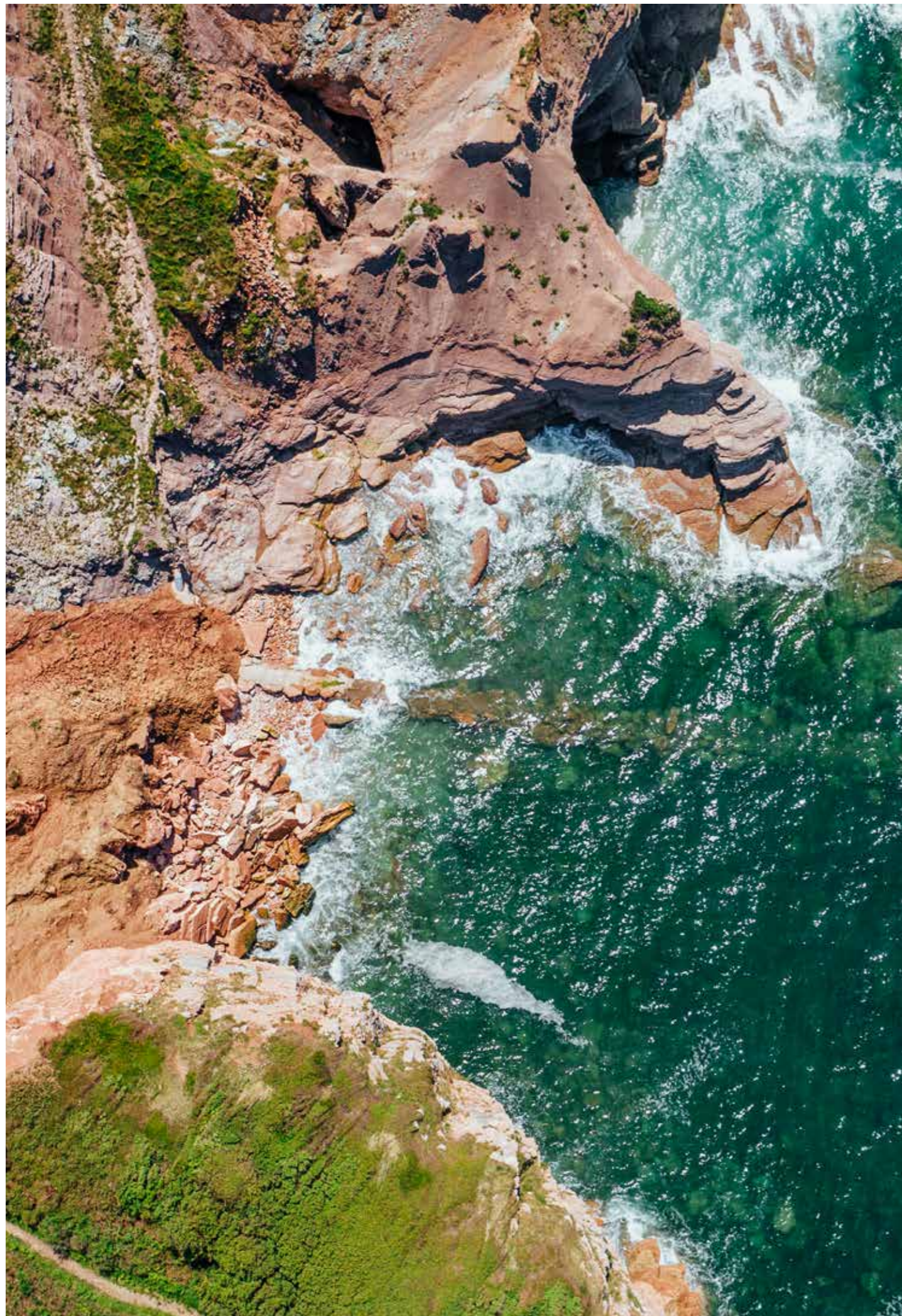


# GOVERNANCE

*Gouvernance*

## CARTOGRAPHIE DES PARTIES PRENANTES





Conscients que notre empreinte carbone doit être réduite, **nous avons mis en place plusieurs actions concrètes simples et mesurables.** Cependant, notre activité est liée à de l'expertise ou du reportage sur site et nous oblige à prendre l'avion.

Pour limiter cet impact, nous avons mis en place un **principe de « mutualisation » de nos déplacements** permettant ainsi de partager les frais d'approches d'un pays et de ne réaliser qu'un seul déplacement pour plusieurs missions dans le même pays, évitant ainsi plusieurs A/R consommateurs de Carbone.

Cette initiative est particulièrement appréciée et a de nombreux bénéfices : limitation du nombre de déplacements annuels, baisses des frais d'approche pour le client, rationalisation de l'empreinte carbone, optimisation de notre temps sur place.

Expérimentée en 2020, puis déployée en 2021, cette formule est un succès, même si cela nous oblige à un rythme très soutenu sur le terrain. Nous appliquons maintenant ce principe pour nos tournées de travaux chez nos clients, quand elles ne peuvent pas se faire en visioconférence.

Enfin, la **restauration de nos locaux en matériaux écoconçu et réalisé par une agence d'agencement locale et certifiée BCorp** (écosphère Aggelos) nous a offert un espace de travail attractif et chaleureux où nous travaillons en... « chaussons » .

Perspective et points d'amélioration :

- Investir dans un véhicule électrique en autopartage
- Favoriser le vélo et investir dans une flotte de vélos électriques
- Aménagement d'un espace de vie extérieur

## ENVIRONNEMENT

### Environnement

#### MISE EN PLACE D'UNE CHARTE DES DÉPLACEMENTS

Dans le cadre de nos engagements, nous avons mis en place **une charte des transports qui permettra de donner un cadre ainsi qu'une trajectoire pour l'ensemble de nos déplacements.**

- CO<sub>2</sub> Économisé grâce à la mutualisation des voyages d'affaires  
Turquie : 2 clients, Madagascar n°1 : 5 clients, Madagascar n°2 : 3 clients

**5 TeqCO<sub>2</sub>**  
économisées

- Incitation à l'utilisation des transports en commun : 50% du titre de transport remboursé.

**245€**  
versé par l'employeur

#### RÉHABILITATION DES LOCAUX

**La création d'un espace de vie partagé**, comprenant une salle de travail « open space », une salle de réunion et une salle de vie-travail, tel était l'objectif du projet dans sa première phase. Chantier de valorisation des locaux effectué par Eugène, agence B Corp.

**Montant d'investissement total : 27 500 euros**

- Installation de panneaux LED

**- 80%**  
d'énergie consommée  
soit 1287 KWh

- Utilisation de matériaux recyclés : OSB dans les locaux

**- 45 KG**  
de déchets par an

## ENVIRONNEMENT

### Environnement

#### RÉDUCTION DE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL

Dans le cadre de notre politique RSE, nous avons cette année pris de nombreuses initiatives à savoir la mise en place d'une charte de télétravail, la vente du véhicule polluant au profit d'un véhicule micro-hybride, le monitoring du tri des déchets ou encore la mutualisation des missions à l'étranger qui génère **une économie non négligeable de CO<sub>2</sub> dépensé.**

- Mise en place du Télétravail : 1 jours par semaine

**1.25 TeqCO<sub>2</sub>**  
économisées

- Gestion des déchets : tri sélectif et suivi de la production de déchets

**15 kg**  
d'ordures ménagères  
jetées par mois

**5 kg**  
de déchets recyclés par  
mois (en moyenne)

- Compensation carbone volontaire

**42 TeqCO<sub>2</sub>**  
économisées

- Diminution des consommations de carburant : véhicule hybride

**1 690 L**  
de carburant économisés  
soit 4.9 TeqCO<sub>2</sub>  
économisées





## SOCIAL

### Social

Depuis 2019, nous avons lancé la **mise en place d'une politique sociale plus cohérente**. Rome ne s'est pas faite en un an et il nous a fallu du temps pour accomplir cette transformation, qui a connu un coup d'accélérateur avec le recrutement d'une personne dédiée à cette mission.

**Un accord de participation aux résultats** a été signé avec l'ensemble des employées, permettant ainsi de répartir une partie des bénéfices avec les salariés.

Nous avons également instauré **un dialogue social plus régulier, participatif**, à partir du dernier trimestre 2020, jonglant entre point bi-hebdomadaires, réunions trimestrielles sur les activités de l'entreprise, la prise de décision participative...

Enfin, nous avons **mis en place des entretiens individuels**, suivis d'une revue des fiches de poste (dernier trimestre 2021) qui a conduit à la préparation d'un plan de formation personnalisé pour 2022 ainsi qu'un nouvel organigramme. Nous avons déjà lancé un **programme interne d'autoformation** depuis 16 mois.

L'**organisation d'ateliers internes de formation ou de sensibilisation** a aussi été un vrai succès et sera reconduite les années suivantes.

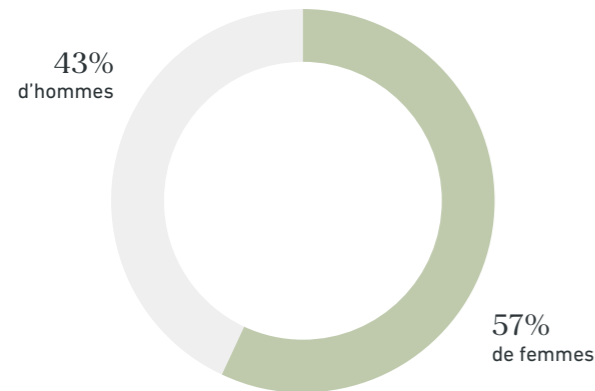
Enfin, **une charte de télétravail** encadrée a été mise en place.

Perspective et points d'amélioration :

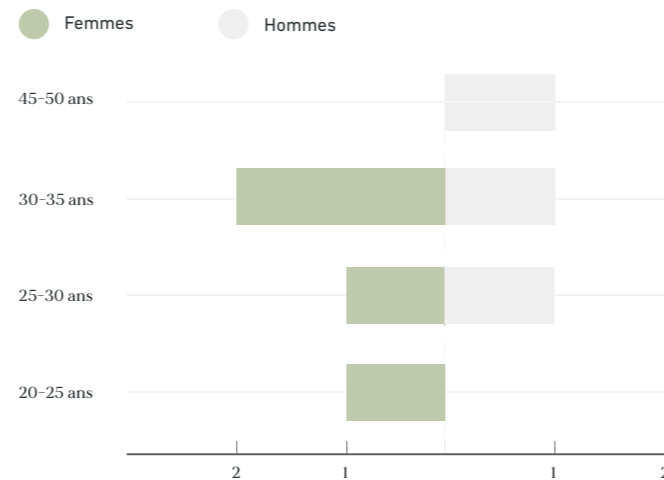
- Renforcer les formations personnalisées
- Renforcer le télétravail
- Pérenniser les ateliers
- Accueillir des mini-conférences d'expert
- Organiser un séminaire / team building

**INDICATEURS SOCIAUX**

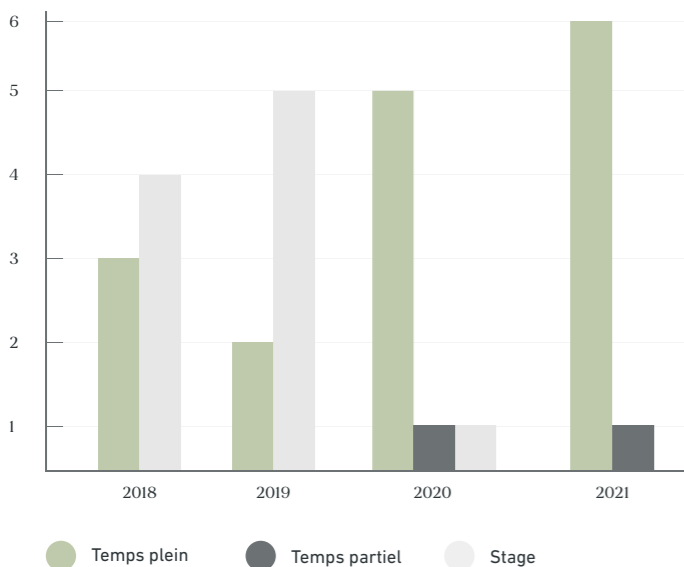
**Répartition hommes/femmes :**  
(en 2021)



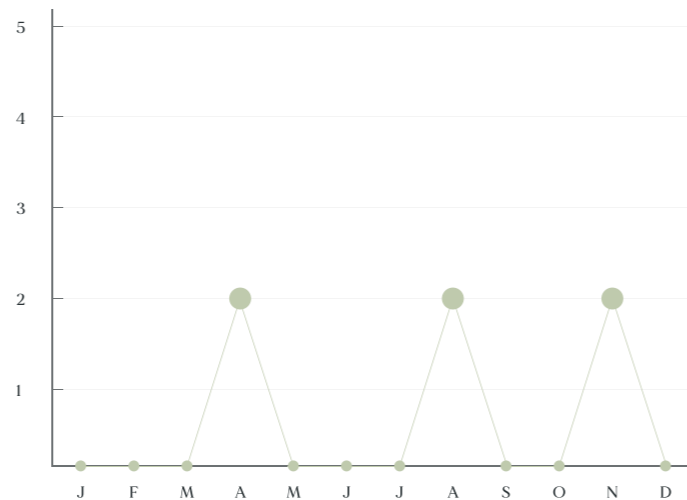
**Âges des collaborateurs :** (en 2021)



**Nombres de collaborateurs :**



**Absentéisme :** (en 2020)



**FORMATION ET AUTOFORMATION**

- Mise en place de l'autoformation



- Formations techniques complémentaires : Acquisition de compétences



- Mise en place d'un plan de formation pour les collaborateurs : concernant les choix des formations pour 2022, un bilan global a été réalisé et il sera accès dans le sens suivant, selon les possibilités des OPCO : langues, gestion de projet, stratégie social média, compétences techniques Carbone, compétences en management.

**ATELIERS**

L'Agence a réalisé des ateliers en interne avec l'ensemble des collaborateurs sur les thématiques suivantes :

- Raison d'Être



- Tri et gestion des déchets



**DIALOGUE SOCIAL**

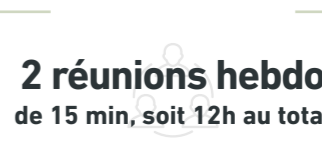
La mise en place du dialogue social passe par l'organisation régulière de réunions dont les thématiques sont récurrentes et qui permettent à tous de s'exprimer.

- Réunions trimestrielles



- Entretiens individuels : 6 employés avec 1h30 d'entretien de fin d'année chacun soit 9h

- Réunion hebdomadaires via l'outil collaboratif Trello





La formalisation d'actions via des chartes, des questionnaires d'évaluation nous aura pris beaucoup de notre temps mais nous aura fait **prendre conscience que certains points peuvent être améliorés** : les achats en local, la préférence aux entreprises françaises, les entreprises dirigées par une femme. Nous devons faire preuve de plus d'agilité dans ce domaine.

Notre participation financière dans des projets est récente et notre première expérience avec une ONG anglaise n'a pas été reconduite cette année. Nous avons trouvé plus logique d'**investir dans les ONG / Projets financés par nos clients** car après avoir audité leur structure, nous avons été séduits par les résultats.

Dans le but également de s'attaquer à plusieurs des ODD de l'ONU, nous avons volontairement choisi d'**investir sur des plus petits montants mais dans des objectifs différents** : reforestation et carbone avec un projet d'Insetting, éducation et autonomisation des jeunes filles, apprentissage de la lecture en primaire. **Investir en direct a un double enjeu : engager notre agence et porter la lumière sur ces projets pour attirer de nouveaux fonds.... et ça marche !**

Perspective et points d'amélioration :

- Création d'un fond de dotation pour les associations / initiatives locales Via des initiatives annexes à notre cœur de métier. Nous incitons nos salariés à donner des cours dans des écoles du supérieur...cours dont la rémunération sera intégralement reversée dans un projet associatif local.
- Investir dans de nouveaux projets sur d'autres thématiques
- Reconduire une opération déchets mais dans Bordeaux Intra-Muros cette fois.
- Initier de nouveaux projets de développement plus ambitieux basés sur les coopérations internationales, les fonds régionaux ou européens
- Créer notre fondation en Insetting et projets agroforestiers (second semestre 2022)

### MISE EN PLACE D'UNE POLITIQUE D'ACHATS RESPONSABLES

Il s'agit ici de valoriser les achats en local (quand cela est possible), de **favoriser les entreprises dirigées par des femmes** et de ne **travailler en majorité qu'avec des entreprises françaises**.

**84.6%**  
des achats réalisés  
en France

**45%**  
des achats réalisés  
localement (Bordeaux)

### PARTENARIATS ONG / FONDATION

- **Tree Aid** est une organisation non gouvernementale qui intervient sur toute la ceinture sahélienne pour lutter contre le réchauffement climatique. Pour cela, l'ONG travaille directement avec les populations locales, fait pousser des arbres, améliore les revenus de la population vivant dans ces zones et restaure les terres dégradées.



**5 400€**  
de dons

**42 tonnes**  
de CO<sub>2</sub> compensées grâce  
au projet Tree Aid.

Pour rappel, la compensation carbone consiste à financer un éco projet ailleurs pour contrebalancer les émissions de gaz à effet de serre d'une organisation. Les tonnes de CO<sub>2</sub> ainsi évitées grâce à l'éco projet généreront ensuite des crédits

- **Agir Cancer Gironde** : hébergement du site web et maintenance

L'association Agir Cancer Gironde œuvre en faveur de la recherche sur le cancer en collectant des bouchons en liège ou synthétique auprès du public. Une fois collectés, les bouchons sont triés puis amenés vers des filières de recyclage. Les fonds générés sont reversés annuellement à l'Institut Bergonié pour contribuer à la recherche contre le cancer.



- **ONG Sao Tome CECAB STP « Projet Éducation des Enfants »**. Un projet qui vise à équiper 5 écoles de livres et jeux ainsi que d'une bibliothèque pour un accès permanent à un espace de lecture dans les zones reculées de production du cacao Bio. Les livres ne sont peu ou quasiment pas importés à Sao Tome et font défaut dans un grand nombre d'écoles.

**3 000€**  
de livres scolaires, jeux  
et constructions de mini  
bibliothèques.

- **ONG Mahadera (projet avec Fert)** : Un projet de centre de formation agricole donnant accès aux jeunes filles et jeunes garçons à un programme de formation agricole en vue

de leur autonomisation dans leur future vie professionnelle. Ce centre dispose également d'un pôle reforestation qui élabore un projet de séquestration carbone :

**1 500€**  
de dons pour les projets  
agricoles de 6 jeunes filles  
en fin de formation

**500€**  
pour l'achat de foyer basse  
consommation en bois

**1 000€**  
pour la reforestation et/ou l'agroforesterie pour  
la séquestration carbone de notre empreinte soit  
un minimum de 50 TeqCO<sub>2</sub>.

# SOCIÉTAL / COLLECTIVITÉS

## Sociétal / Collectivités

### CONTRATS RÉALISÉS AU SERVICE DU GRAND PUBLIC ET/OU DE LA RECHERCHE

- **Observatoire de la côte Aquitaine** : surveillance annuelle du trait de côte (Aquitaine) par drone afin de mesurer l'impact des marées et évènements climatiques



- **Bureau de Recherches Géologiques et Minières** : surveillance des gazoducs sujets à effondrement du sous-sols (effet indirect du réchauffement climatique par la baisse des nappes)



- **Défense des Forêts contre les incendies** : spot de prévention contre les incendies



### POLITIQUE FOURNISSEURS

- 100% des sous-traitants freelance présents en France

- 1 charte d'engagements des sous-traitants
- 1 charte d'engagements mutuels
- 1 questionnaire d'évaluation des sous-traitants

### EMPLOIS

- Création d'**opportunités d'emplois** à l'Agence

2 emplois créés au cours des 12 derniers mois

# SOCIÉTAL / COLLECTIVITÉS

## Sociétal / Collectivités

### ENSEIGNEMENT ET/OU PARTICIPATION À DES GROUPES DE TRAVAIL

- 100% des sous-traitants freelance présents en France

- **EFAP** : master 2 stratégie communication 16 élèves

15h de cours par an



- **APACOM** cercle des dirigeants agence de com APACOM Commission Com'Avenir (transition RSE)

1 reunion par mois, soit 12 par an



### BÉNÉVOLAT

- **Surfrider Foundation** : collecte de déchets sur les plages  
Indicateurs : 60kgs de déchets collectés sur la plage / 3h de sensibilisation à la lutte contre la pollution plastique.

60 KG de déchets collectés sur la plage

3 H de sensibilisation à la lutte contre la pollution plastique



- **Fédération Française des Rollers Sports** : couverture média et programme d'entraînements des SHN (coaching sportifs)

10h de bénévolat





La grande majorité de nos clients est certifiée sur la base d'un référentiel RSE (EcoVadis, Label PME+, BioED, UEFT, Global Compact...) ou certifiée Bio, FFL ou encore BioPartenaire. Cela signifie que la grande majorité de nos clients est engagée (à différents niveaux) ou souhaitent Aller plus loin dans la démarche.

En plus de la mise en place d'une enquête de satisfaction client très positive, nos actions clients en 2020/2021 ont consisté à intervenir selon le niveau d'engagement du client à un

- **Premier levier** : Analyses d'impact, Quantification des actions, Identification des axes de développement, expertise technique (RSE, Beges, BC)
- **Second levier** : Rédaction, Manifesto, Editorial, analyse de risque, charte de communication, création de contenus (print, digital), verbal book
- **Troisième levier** : Prise de parole et diffusion des messages (B2B, B2C, Public, Presse)

Nous avons ainsi inscrit certaines actions pour nos clients dans le cadre du **plan France Relance** sur la lutte contre le réchauffement climatique et ainsi  **fédérer plus de 8 nouveaux clients pour plus de 50 000 euros de subventions dédiées à la transition écologique.**

Nous avons aussi accompagné des clients à **réaliser des rapports d'impacts, des études de risques ou de durabilités sur les ingrédients, des stratégies bas carbone.**

Ces études ont **des effets indirectes à court ou moyen terme comme la prise d'initiatives durables** (nouveaux projets, renforcements des aides dans certains secteurs jugés peu dotés, ou encore d'accéder à des projets plus importants et des fonds d'aide.

- **les rapports d'impacts** permettent de **suivre et de monitorer les programmes et d'en initier d'autres** (ex 8,5 Millions d'Euros FFEM fond français pour l'environnement mondial sur la reforestation dans le cadre de la Stratégie nationale pour la déforestation importée).
- **Les études de risque** permettent aux acheteurs de **guider leur politique d'achat** vers des CDC plus strictes et incluant des problématiques nouvelles : néo-nicotinoïde, bien être animale... et d'évoluer vers un modèle 100% durable.
- **Nos plans bas carbone** ayant débouchés sur des programmes de reforestation, **des clients s'impliquent maintenant directement dans les projets**, leur donnant ainsi plus d'ampleur.

Enfin les plans de communication réalisés (en RSE, en Marque Employeur) auront permis **des croissances organiques à deux chiffres des comptes digitaux clients.**

Perspective et points d'amélioration :

- diversifier l'accompagnement de nos clients notamment dans la certification
- fédérer les projets clients dans les mêmes zones d'influence
- être porteur de solution technique pour les projets terrain

## CLIENTS

### Clients

### DANS LE CADRE DU DISPOSITIF FRANCE RELANCE – LUTTE CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

Montant débloqué pour les clients : 50 500€

### NOTORIÉTÉS ENGAGÉES

**Croissance des comptes en communication responsable :  
10600 followers**

**- Groupe Cémoi : + 9500 followers**

Indicateur : 29% de croissance organique du compte au cours des 12 derniers mois

**- Alland & Robert : + 633 followers**

Indicateur : 26% de croissance organique du compte au cours des 12 derniers mois

**- Authentic Products : + 550 followers**

Indicateur : 36% de croissance organique du compte au cours des 12 derniers mois

### SATISFACTION DES CLIENTS

Sup. 95% de clients satisfaits

## INDICATEURS CHIFFRÉS

### Indicateurs Chiffrés

Thématiques	Indicateurs	Résultats (à fin 2021)
<b>Gouvernance</b>	Nombre de membres du comité consultatif	3
	Ratio Femmes / Hommes	Sup. 1
	Nombre de parties prenantes identifiées	11
<b>Social</b>	Nombre d'heures d'autoformation réalisées	24
	Montant investi dans la formation des collaborateurs (€)	2000
	Nombre d'heures d'entretiens professionnels réalisées au cours des 6 derniers mois	9
	Nombre d'ateliers réalisés au cours des 6 derniers mois	4
	Nombre d'heures de réunions trimestrielles	10
	Nombre d'heures de réunions hebdomadaires	12
	Nombre de collaborateurs en 2021	7
<b>Environnement</b>	Tonnes équivalentes de CO2 évitées par la mutualisation des voyages professionnels	5
	Montant versé par l'employeur pour le financement du titre de transport (€)	245
	Montant investi pour la réhabilitation des locaux (€)	27500
	Kg de papier hygiénique économisés par an	45
	Kg d'ordures ménagères générées par an	180
	Kg de déchets recyclés produits par an	60
	Tonnes de CO2 séquestrées grâce à la compensation carbone*	42
	Litres de carburant économisés	1690
<b>Sociétal / Collectivité</b>	% d'achats effectués en France (dont Bordeaux)	84,6
	% d'achats effectués à Bordeaux	45
	% de sous-traitants freelance présents en France	100
	Montant versé aux associations/ONG (€) au cours des 12 derniers mois	11 400
	Nombre d'heures dispensées en enseignement	15
	Nombre de réunions effectuées par an en lien avec l'APACOM **	12
	Nombre d'heures de bénévolat réalisées	13
	Kg de déchets récoltés sur la plage du Gressier	60
Nombre d'emplois créés	2	
<b>Clients</b>	Montant débloqué pour les clients dans la lutte contre le réchauffement climatique (€)	50 500
	% de croissance organique du compte pour le Groupe Cémoi les 12 derniers mois	29
	% de croissance organique du compte pour Alland & Robert les 12 derniers mois	26
	% de croissance organique du compte pour l'entreprise Authentic Products les 12 derniers mois	36









\* La compensation carbone consiste à financer un éco projet ailleurs pour contrebalancer les émissions de gaz à effet de serre d'une organisation. Les tonnes de CO<sub>2</sub> ainsi évitées grâce à l'éco projet généreront ensuite des crédits carbonés.

\*\*APACOM : Association des Professionnels de la Communication

# CONTRIBUTION DE L'AGENCE AUX ODD DE L'ONU

*et perspectives à moyen terme*








Thématiques	Sous-thématiques	Indicateurs
<b>Gouvernance</b>	Parité H/F	Parité H/F
	Comité consultatif	Nombre de réunions
<b>Environnement</b>	Réhabilitation des locaux	Montant des Investissements (en €) Réduction des consommations d'énergie (KWh) Économie de papiers/an (kg)
	Réduction de l'empreinte carbone	Tonnes équivalents CO <sub>2</sub> réduites (par le télétravail) Compensation carbone volontaire (TeqCO <sub>2</sub> ) Montant versé par l'employeur pour les transports en commun (€) Carburant économisé (litres)
	Gestion des déchets	Ordures ménagères jetées / mois (kg) Déchets recyclés /mois (kg)
<b>Social</b>	Participation aux bénéfices de l'entreprise	Montant des primes versées (€)
	Formation et autoformation	Montant versé pour la formation Nombre d'heures d'autoformation Montant dépensé pour l'autoformation (€)
	Dialogue social	Nombre de réunion hebdomadaires (heures) Nombre de réunions trimestrielles (heures) Entretien individuel (heures) Ateliers (nombre)

Résultats 2021	Objectifs 2025	ODD de l'ONU
57% de femmes 43% d'hommes	60% de femmes 40% d'hommes	
1 / an	3 / an	
27 500 1287 KWh 45kg	1500 KWh / équipement informatique 75 kg	
1,25 42 250 1 690 L 5	3 100 Selon masse salariale 2 000 L 10	 
15 5	10 3	
25 000	50 000	
2 000 24 (6 derniers mois) 4 738	5000 5000	
12 10 9 4	12 10 9 8	



# CONTRIBUTION DE L'AGENCE AUX ODD DE L'ONU

*et perspectives à moyen terme*

Thématiques	Sous-thématiques	Indicateurs	Résultats 2021	Objectifs 2025	ODD de l'ONU
<b>Sociétal</b>	Donation aux associations (Tree Aid)	Montant versé (€)	5400	0	  
	ONG Mahadera	Women Empowerment / Reforestation / foyer	3 000	4 000	
	Cecab STP	Éducation des enfants	3 000	4 000	
	Autres ONG	Santé		4 000	
	Sous-traitants	Sous-traitants freelance présents en France (%) Part des achats réalisés en local (%)	100 45	100% local	
	Achats Responsables	Part des achats réalisés au global en France (%)	84,6		
	Bénévolat	Nombre d'heures réalisées Déchets récoltés (kg)	13 60	6 120	 
	Enseignement / participation aux groupes de travail	Heures de cours dispensées Nombre de réunions à l'APACOM	15 12	15 18	
	Emplois	Nombre d'emplois créés	2	4	
	<b>Clients</b>	Donation	Montant versé aux fondations des clients (€)	6 000	
Accompagnement digital Croissance organique sur les réseaux sociaux		Groupe Cémoi (Nombre de followers) Authentic Products (nombre de followers) Alland & Robert (nombre de followers)	+ 9 500 + 550 + 653		
Satisfaction clients		% de clients satisfaits		Sup. > 95% (sur une base de 13 clients interrogés)	
Lutte contre le changement climatique		Subventions accordées aux clients (dans le cadre du dispositif France Relance)		50 500 euros	

odds  
CRÉATIF & DURABLE

**AGENCE ODDS**

481 Boulevard Alfred Daney  
33300 Bordeaux  
France

Tel : +33 (0) 9 86 12 02 64  
Mail : Hello@Agence-Odds.fr