



Agence B Side

Premier Rapport de Mission

01/01/2021
> 30/09/2022

© AGENCE B SIDE

- 1. Pourquoi devenir
Entreprise à mission?**
- 2. Présentation de l'agence
et son activité**
- 3. Chronologie de notre chemin
vers l'entreprise à mission**
- 4. Notre raison d'être**
- 5. Déclinaison opérationnelle de
la mission**
- 6. Gouvernance de la mission**

Sommaire

Pourquoi devenir Entreprise à mission ?

Lorsque la loi Pacte est sortie, nous avons naturellement choisi de nous orienter vers l'entreprise à mission. Cela correspondait totalement à notre volonté de passer d'une démarche RSE à une stratégie responsable, à une véritable évolution de notre modèle d'entreprise.

La qualité de société à mission a été introduite par la loi PACTE « pour reconnaître la possibilité aux entreprises qui le souhaitent de se doter d'une raison d'être dans leurs statuts intégrant la prise en compte des impacts sociaux, sociétaux et environnementaux de leurs activités. La finalité est de concilier la recherche de la performance économique avec la contribution à l'intérêt général. »

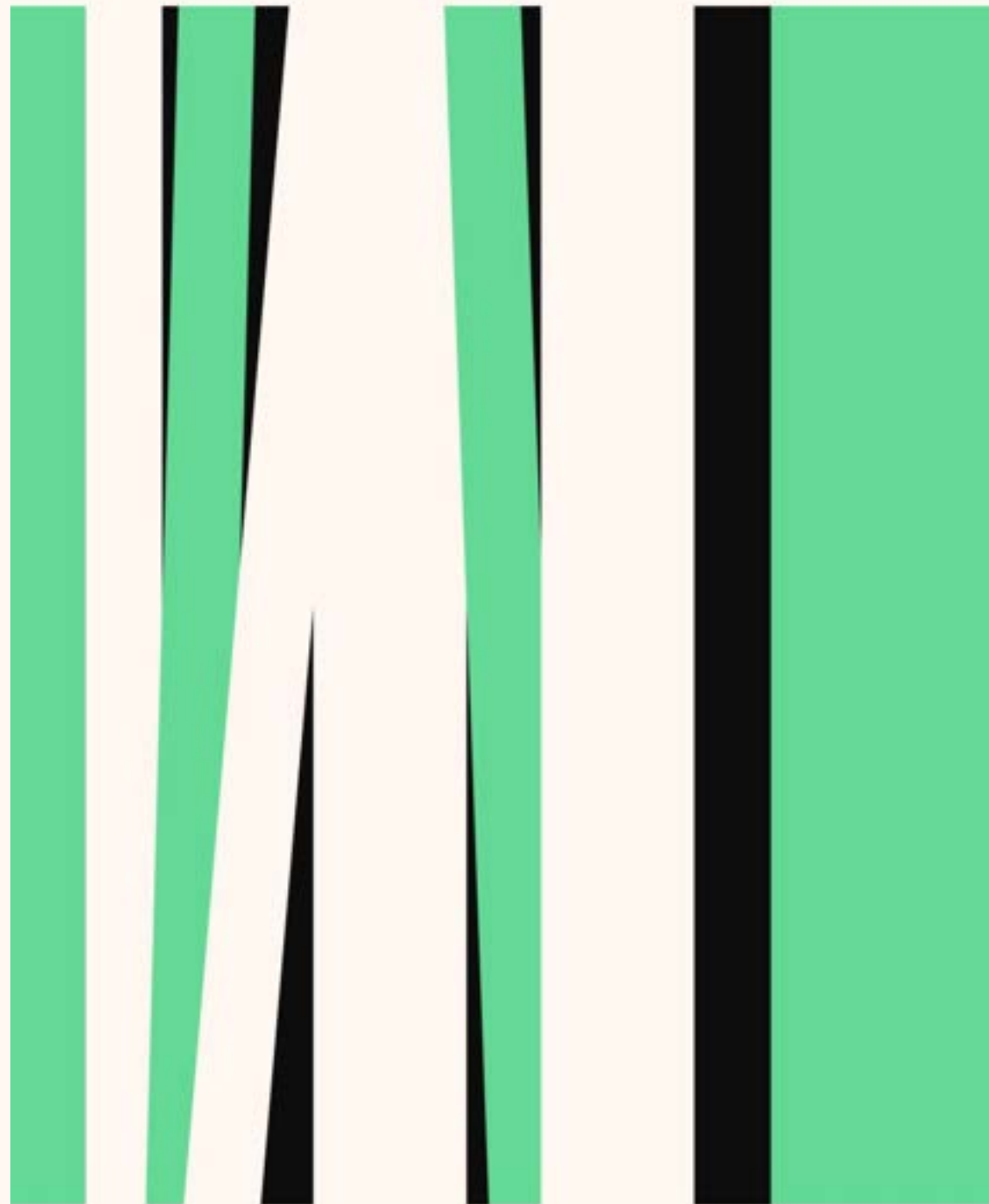
2 NOVEMBRE 2022



Nous avons co-écrit avec l'ensemble de l'équipe notre raison d'être « *Militer et agir pour une communication utile qui amplifie le pouvoir de transformation des entreprises au service d'une économie positive* ».

Nous avons décidé de placer l'utilité au cœur de notre mission. La communication est un métier aux grands pouvoirs : nous savons donner envie, informer, convaincre, modifier des comportements, susciter du désir... Un grand pouvoir implique de grandes responsabilités. La question, c'est de savoir au service de quoi on met ses pouvoirs. L'utilité est aujourd'hui notre mantra : quelles organisations souhaitons-nous accompagner pour amplifier leur transformation? Quels projets de communication sont utiles ? Comment les conduire et revoir nos méthodes pour y intégrer pleinement l'éco-socioconception? Comment œuvrer pour une économie positive?

Notre mission devient aujourd'hui notre ligne stratégique.





**B Side est une agence
de communication corporate.
Nous révélons les entreprises
au-delà des produits
et des services qu'elles proposent.**



Nos domaines d'expertise

||| Stratégie de marque et identité

Raison d'être

Marque employeur

Communication interne

Communication RSE

Faire émerger et structurer le discours qui permettra de vous révéler.
Traduire la plateforme de discours en identité de marque.

||| Stratégie de contenus et éditorial

Stratégie social media

Production audiovisuelle

Brand content

Editions

Concevoir et organiser les contenus qui viendront illustrer et crédibiliser votre discours sur tous les canaux et tous les *devices* pour créer des conversations avec vos audiences.

||| Influence et médias

Relations presse

Communication de crise

Veille

Influence digitale

Développer votre notoriété, comprendre et mobiliser votre écosystème, prendre la parole et entretenir votre visibilité, affirmer vos engagements.

B Side en bref & en chiffres

22

B Siders

02

**Millions d'euros
de chiffres d'affaires***

30

Clients actifs

36

Années d'existence

*En 2021





Chronologie de notre chemin vers l'entreprise à mission

De 2011 à 2019, structuration de la démarche RSE

- **2011** : nous engageons une démarche RSE autour de 3 axes : agence responsable dans ses pratiques métiers, vis-à-vis de ses collaborateurs et sur son territoire. Plusieurs groupes de travail sur la base du volontariat.
- **2011 – 2017** : signature Global Compact, Plateforme RSE Nantes Métropole, Planet RSE...
- Un essoufflement de la démarche.
- **Mars 2019** : Alphacoms change de nom et devient B Side !
- **2nd semestre 2019** : Une nouvelle dynamique collective
 - Un séminaire en juillet (animé par Toovalu)
 - Une feuille de route avec des actions à court, moyen et long terme
 - 4 groupes de travail : Happy Together, Be better together, Business as unusual, Best for the world



Bascule en 2020 !

- Séminaire Raison d'être et rédaction collective de la raison d'être.
- Creative Climate disclosure et une matrice de collaboration
- Evaluation des bilans carbone de l'agence 2018 et 2019
- 2e audit Planet'RSE + 1ère labellisation AACCC AFNOR
- Agence RSE Active – 1ère étoile
- Séminaire Economie circulaire avec Ecole de Design

**Fin 2020 : nous devenons officiellement
Entreprise à mission !**



% DU CHIFFRE D'AFFAIRES CONCERNÉS PAR UN CONFLIT CLIMATIQUE

4,7 %
Taux à payer

Assurance pour un fabricant de produits textile made in France

Régulation d'un contrat design en la matière.

0,9 %
Taux à payer

Assurance pour un fabricant de produits textile made in France

Création de communication interne pour un fabricant de produits textile made in France

0,6 %
Taux à payer

Assurance pour un fabricant de produits textile made in France

Création de communication interne pour un fabricant de produits textile made in France

2,7 %
Taux à payer

Assurance pour un fabricant de produits textile made in France

Création de communication interne pour un fabricant de produits textile made in France

0,9 %
Taux à payer

Assurance pour un fabricant de produits textile made in France

Régulation d'un contrat design en la matière.

1,2 %
Taux à payer

Assurance pour un fabricant de produits textile made in France

Création de communication interne pour un fabricant de produits textile made in France

7,2 %
Taux à payer

Assurance pour un fabricant de produits textile made in France

Création de communication interne pour un fabricant de produits textile made in France

4,5 %
Taux à payer

Assurance pour un fabricant de produits textile made in France

Création de communication interne pour un fabricant de produits textile made in France

0,4 %
Taux à payer

Assurance pour un fabricant de produits textile made in France

Création de communication interne pour un fabricant de produits textile made in France



<< Formation / Séminaire
Ecosocio-conception, Ecole de
Design de Nantes, sept 2020

Changement de statuts

Dans ce cadre de ses activités, la Société se donne ainsi notamment pour mission de poursuivre les objectifs sociaux et environnementaux suivants :

- Inventer et mettre en pratique la communication utile ;
- Adopter des pratiques environnementales exemplaires dans nos fonctionnements internes ;
- S'impliquer pour faire progresser notre communauté (clients, fournisseurs, territoire, filière professionnelle, monde économique) ;
- Entretenir un haut niveau d'épanouissement des équipes, dans une entreprise accueillante et inclusive.

La Société affectera les moyens qu'elle estimera les plus adaptés (humains, matériels, financiers, logistiques, etc...) dans la réalisation de ses activités, en vue d'assurer le respect de ces principes et de participer à l'atteinte des objectifs définis ci-dessus.

A ce titre, la Société pourra se prévaloir de la mention " société à mission " sur tous les actes, documents ou supports électroniques la concernant, sous réserve du respect des règles applicables en la matière.

ARTICLE 5 - Durée

La durée de la Société reste fixée à 50 années à compter de la date d'immatriculation au Registre du Commerce et des Sociétés. Cette durée viendra donc à expiration en

Greffes du Tribunal de Commerce de Nantes
Immeuble Rhrys
2 bis quai François Mitterrand
BP 86209
44262 Nantes CEDEX 2

N° de gestion 1986B00043

Extrait Kbis

EXTRAIT D'IMMATRICULATION PRINCIPALE AU REGISTRE DU COMMERCE ET DES SOCIÉTÉS
à jour au 24 novembre 2020

IDENTIFICATION DE LA PERSONNE MORALE

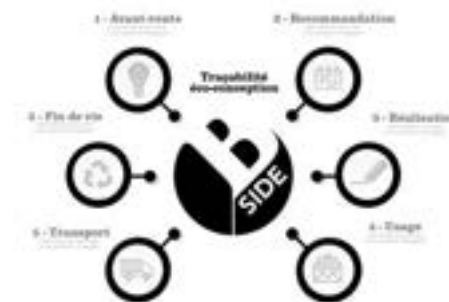
<i>Immatriculation au RCS, numéro</i>	334 456 050 R.C.S. Nantes
<i>Date d'immatriculation</i>	23/01/1986
<i>Dénomination ou raison sociale</i>	B Side
<i>Forme juridique</i>	Société par actions simplifiée Société à mission
<i>Capital social</i>	80 000,00 Euros
<i>Adresse du siège</i>	Immeuble Médiacampus 41 boulevard de la Prairie au Duc 44200 Nantes
<i>Durée de la personne morale</i>	Jusqu'au 22/01/2056
<i>Date de clôture de l'exercice social</i>	31 décembre

Transformation en 2021

- **Début 2021** : nous rejoignons la Communauté des entreprises à mission et organisons notre premier Comité de mission !
- **Audit AAC** : 2^e étoile
- **Sept 2021**: nous sommes parmi les 150 entreprises participantes à la Convention des entreprises pour le Climat.
Nous engageons un parcours d'un an pour transformer notre modèle vers un modèle régénératif.
- **Méthode écosocio-conception B Side** : plusieurs groupes de travail et sessions hebdomadaires pour définir la méthode écosocio-conception de l'agence. Questionnaire d'utilité pour les projets, ACV, outils de calcul carbone, méthode de suivi de projets.



1^{ère} session Convention des
Entreprises pour le climat, sept
2021 >>



- **Mars** : Formation Ecole de Design pour retours sur démarche écosocio-conception
- **Avril** : Journée Fournisseurs avec Mission Change
- **Juin 2022** : lancement du Parcours de Transition écologique et humaine par Open Lande. 25 heures de formation jusqu'en décembre 2022 qui compteront une fresque du climat, session communication responsable et anti greenwashing, session biodiversité, inclusion, modèle régénératif.
- **5 juillet** : présentation de l'itinéraire B Side (méthode éocsocio-conception B Scope et B Score) à tous nos clients et fournisseurs.
- **Jusqu'à l'été**: Parcours vers un modèle régénératif avec La Convention des Entreprises pour le Climat
- **Expérimentation de l'itinéraire B Side** pour les nouveaux projets dès l'été

Expérimentation en 2022

Atelier Fresque du climat dans le parcours de Formation Transition écologique et humaine, sept 2022 >>



B Scope

- durable, c'est-à-dire qu'il ne contribue pas au réchauffement des limites planétaires ou du plancher social
- en transition vers un modèle compatible avec les limites planétaires et le plancher social, comme démontré par une note d'intention stratégique ou un discours de la direction.
- non durable et non remis en question.

B Score

- oui / expliquer
- en partie / expliquer (travaux d'efforts internes, impactations de la solution, etc.)
- non

L'engagement est-il suivi d'acte et il se voit d'une possible transformation du modèle économique de l'organisation pour le rendre compatible avec les limites planétaires et le plancher social ?

- oui (au moins 50% sensibilisation accrue aux enjeux environnementaux, etc.)
- en partie (accompagnement et demande RSE comme premier pas, réflexion sur le rôle social de la marque, ...)
- non

Le projet envisagé prévoit-il de promouvoir des valeurs compatibles avec les limites planétaires et le plancher social ?

- oui en interne (promotion de nouveaux modes de vie)
- oui en externe (communication envers environnementaux et sociaux, com alternative RSE, etc.)
- non

Itinéraire B Side >>

- Le B Scope nous permet d'interroger le modèle, la volonté de transformation de l'entreprise et l'utilité de son projet de communication pour un Go/No Go
 - Le B score interroge le projet de communication sur ses impacts environnementaux et sociaux et propose des choix et alternatives (Relation Clients / Conception / Production / Usage).

Notre raison d'être



**communication
corporate**

**Militer et agir
pour une communication utile
qui amplifie le pouvoir
de transformation des entreprises
au service d'une économie positive.**



Déclinaison opérationnelle de la mission

Engagements statutaires, indicateurs de mission et plan d'actions



4 engagements statutaires

- || Inventer et mettre en pratique **la communication utile.**

- || S'impliquer pour faire progresser **notre communauté (clients, fournisseurs, filières)**

- || Entretenir un haut niveau d'épanouissement **dans une entreprise accueillante et inclusive.**

- || Adopter des pratiques environnementales **exemplaires dans nos fonctionnements.**

Objectifs statutaires	Objectifs opérationnels	Actions	C	▶	☑	Avis CM
1. Inventer et mettre en pratique la communication utile	1.1 Tendre vers 100% de projets utiles accompagnés	Questionnaire d'utilité des projets et entreprises accompagnés				
		1.1.1. Créer un questionnaire d'utilité en 2021			x	Avis favorable. B Scope systématisé depuis juillet, à continuer dans l'expérimentation. Deux questions : Quid de la mesure en fin de projet de l'impact envisagé ; Question sur l'affichage aux prospects/clients (car invisible aujourd'hui)
		1.1.2. Expérimenter le questionnaire d'utilité sur 30% des nouveaux projets en 2022		x		
		1.1.3. Valider et systématiser en 2023 : 100 % des nouveaux projets via questionnaire d'utilité.	x			
		1.1.4. Se fixer des objectifs graduels de pourcentage de projets transfo/com utiles et le score d'utilité. 100% de projets utiles en 2025?	x			
	1.2 Mener des projets responsables de bout en bout	Imaginer et mettre en place un référentiel d'écosocio-conception de la communication				
	1.2.1. Création de la méthode écosocio-conception B Side en 2021-2022, en lien avec l'école de design.			x	Avis favorable. Continuer l'expérimentation systématique jusqu'en janvier pour un premier bilan. Avis positif sur la co-construction et co-évaluation avec le client	
	1.2.2. Expérimentation de 3 projets pilotes en 2022 conduits en appliquant la méthode dans son intégralité, en co-construction avec le client. Récit et partage de ces 3 projets pour sensibilisation et généralisation.		x			
	1.2.3. Application pour 50% des projets en 2023, 100 % des projets en 2024.	x				
		Calculer et réduire l'impact carbone des projets				
	1.2.4. Recherche d'outils et tests du calcul d'empreinte carbone des projets (globalement ou partiellement) en 2022.		x		Utiliser ce qui est déjà à disposition car peu d'outils existent (ex. Ecoindex et déplacements, websitecarbone.org, carbonclap, etc.).	
	1.2.5. Au moins 5 projets soumis au calcul carbone projets en 2023 (globalement ou partiellement)	x				
	1.2.6. 50% des projets soumis au calcul carbone en 2025 (globalement ou partiellement)	x				

Objectifs statutaires	Objectifs opérationnels	Actions	🔄	🎯	✅	Avis CM
2. S'impliquer pour faire progresser notre communauté	2.1 Engager nos fournisseurs dans la démarche de communication utile	2.2.1. Création d'une charte responsable pour les fournisseurs en 2021			x	Avis favorable. Faire le lien avec les chartes officielles : Achats responsables, numérique responsable. Si pas 100% en 2023 : pas du fait de B Side. Revoir le libellé en changeant par « 100% des fournisseurs sensibilisés à la charte » ?
		2.2.2. 50% des fournisseurs signataires dès 2022 (>5000€HT) en volume.			x	
		2.2.3. 1ère réunion des fournisseurs en 2022			x	
		2.2.4. 100% des fournisseurs ayant reçu la charte pour signature dès 2023.		x		
	2.2 Sensibiliser notre écosystème aux enjeux environnementaux et sociaux et contribuer à sa transformation	<p>2.3.1. Au moins 5 participations actives par an (intervention, gouvernance...) dans les réseaux et événements engagés régionaux et nationaux dès 2022.</p> <p>2.3.2. Une action de communication significative par an (livre blanc, webinaire, événement...) à l'attention de la filière com et/ou à l'écosystème.</p>			x	Avis favorable. Pas suffisamment valorisé aujourd'hui, compte-tenu du temps passé et de l'impact possible.

Objectifs statutaires	Objectifs opérationnels	Actions	C	D	E	Avis CM
3. Entretenir un haut niveau d'épanouissement des équipes, dans une entreprise accueillante et inclusive	3.1 Créer les conditions pour une bonne mise en place de la mission	Informer et former à la communication utile				
		3.1.1. Sensibilisation de l'équipe à la mission et aux enjeux environnementaux et sociaux.			x	Avis favorable. Positif d'aborder des thèmes au-delà du seul climat
		3.1.2. Intégration de la mission dans les entretiens annuels dès 2022			x	
		Faire de B Side une entreprise ouverte et équitable				
		3.1.3. Calcul niveau d'épanouissement professionnel selon baromètre QVT biennal (base 2021).			x	Avis Favorable. 3.1.7 reformulé pour rassembler les initiatives favorisant l'inclusion.
		3.1.4. Index d'écart salarial et égalité salariale femmes / hommes égal en 2023			x	
		3.1.7. Inclusion, partage, solidarité : sensibilisation des équipes à l'inclusion, au moins une prise de parole annuelle auprès de scolaires ou associations, accueil d'au moins un.e stagiaire par an dès 2022 (en reconversion professionnelle, issu.e d'un établissement public /zone REP ou en situation de handicap)		x		
	3.2 Engager l'entreprise et l'équipe sur le chemin de l'économie positive .	3.2.1. Accompagner une association chaque année en mécénat de compétences et/ou 1 initiative ou action choisie par l'équipe et conduite dès 2022		x		
		Créer un laboratoire d'économie positive				
		3.2.2. Veille en 2022 avec les CSE et les équipes de nouvelles formes d'organisation du travail.	x			Démarrage début septembre 2022.
		3.2.3. 1ères expérimentations en 2023.	x			

Objectifs statutaires	Objectifs opérationnels	Actions	C	▶	⊙	Avis CM
4. Adopter des pratiques environnementales exemplaires dans nos fonctionnements internes	4.1 Calculer et réduire l'empreinte carbone interne	4.1.1. En 2022, évaluer le TCO2 eq /collaborateur à partir du bilan carbone agence 2020 (scope 1, 2 et 3)			x	Avis favorable
		4.1.2. Diminuer de 50% TCO2 /collaborateur (trajectoire 2018 à 2030)	x			
	4.2 Vers plus de sobriété dans notre fonctionnement	4.2.1. Vers 100% des achats raisonnés de nos fournitures en 2022 (issus du recyclé et/ou reconditionnés et/ou réparables et/ou durée de vie garantie)			x	OK
		4.2.2. Ecriture et suivi d'un plan de sobriété dès 2022 (numérique, énergétique, déchets)		x		Reformulé pour être plus large et intégrer l'impact numérique (au-delà des déchets papier)

Bilan B Scope/B Score

au 30 septembre

<i>B SCOPE</i>	<i>B SCORE</i>
SEILA	RTE OLERON
AGROMOUSQUETAIRES	RTE ST BRIEUC
UNICEM	RIANS
SYSTÈME U	CETIH
SUEZ GDO	CEA
ACLCCP	GROUPE ERAM
URGO	OPALE
AQC	MANITOU GROUP
URGO	ADIE
COFEL	
RTE	
11 CLIENTS	9 CLIENTS



Gouvernance de la mission

Présidence et composition du Comité de mission,
tenues des sessions du Comité de mission et avis

Présidence et composition du Comité de mission

Florent Gaudin, planneur stratégique, B Side, élu Président du Comité de Mission

- **Fabienne Kerzerho, directrice Adie Grand Ouest** (Association pour le droit à l'initiative économique). Client B Side.

- **Didier Hervaux, Directeur général VYV 3** (Groupe VYV) - Président du Directoire « Visaudio » (réseau Optique et Audition) ECOUTER VOIR et Président du Directoire de « La Maison des Obsèques ». Client B Side

- **Adeline Lescanne-Gautier, directrice générale chez Groupe Nutriset** - Onyx Développement & Nutriset. Recherche & Développement, production et distribution d'aliments pour traiter et prévenir la malnutrition dans le monde.

- **Florence Touzé, professeure de la faculté Audencia Group**, co-titulaire de la chaire RSE et responsable des programmes "Communication de marque" à SciencesCom.

- **Mathieu Jahnich, Conseil & recherche** - Communication, marketing & transition écologique. – Chef de projet et rédacteur principal du Guide ADEME de la communication responsable. Animateur du site de réflexion sur la communication environnementale Sircome.fr

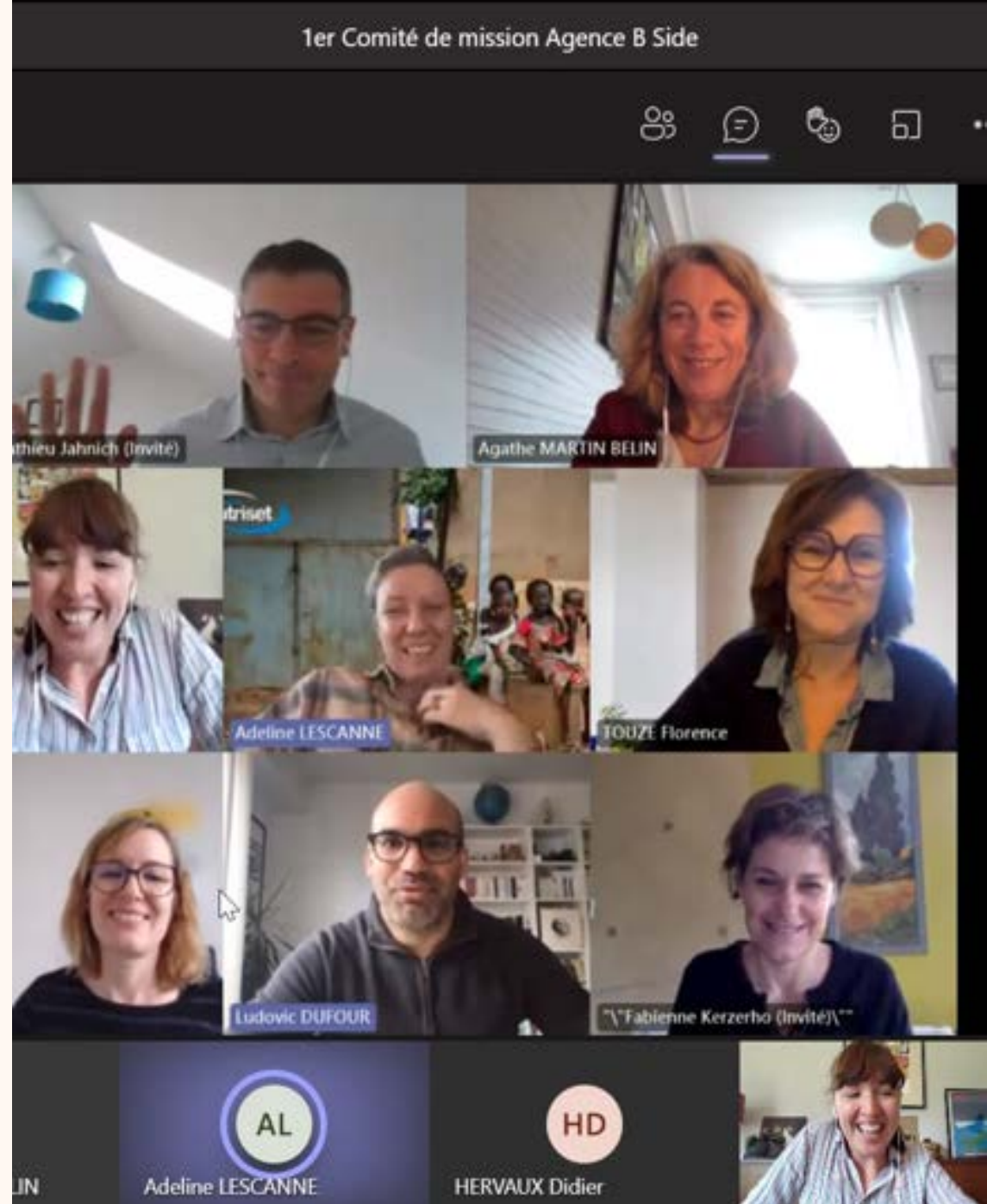
- **Charlotte Bagard, responsable de projets B Side**

- **Ludovic Dufour, directeur artistique B Side**

- **Marion Andro, co-présidente B Side**

- **Ingrid Berthé, co-présidente B Side**

- **Agathe Martin-Belin, directrice des opérations, associée B Side**



Rôle du Comité de mission

- **REPORTING**

Partager la trajectoire « Stratégie responsable » de l'agence.

Nous leur présenterons nos objectifs, notre feuille de route, rendons compte des avancées et actions menées. Le Comité peut nous interroger, nous challenger sur les résultats, les choix effectués.

- **INSPIRATION**

Echanger : il s'agit de réfléchir ensemble et de façon ouverte à la stratégie, faire de la prospective, partager expériences et convictions. Cette dimension est celle de l'inspiration.

- **CONSULTATION**

Le Comité de mission peut être sollicité pour tout questionnement lié à la mission, nécessitant un avis externe.

Tenues et avis du Comité de mission en 2021

Comité de Mission #1 – Le 26/06/2021

- Présentation des membres, de l'agence, de sa mission
- Avis sur la formulation des indicateurs de mission à retravailler
- Accord sur le mode de fonctionnement

Comité de Mission #2 – Le 07/09/2021

- Avis sur la Gouvernance du Comité de mission : officialisation du processus de vote, élection du poste de Président du Comité, fonctionnement de la gouvernance.
- Avis sur réalignement des objectifs suite au 1^{er} Comité de mission, proposition d'évolution des indicateurs et de leur suivi.
- Présentation et échanges sur chantiers prioritaires agence B Side 2021-2022

Tenues et avis du Comité de mission en 2022

Comité de Mission #3 – Le 04/03/2022

- Présentation des membres, de l'agence, de sa mission
- Avis sur la formulation des indicateurs de mission à retravailler
 - Accord sur le mode de fonctionnement

Comité de Mission #4 – Le 17/06/2022

- Présentation des membres, de l'agence, de sa mission
- Avis sur la formulation des indicateurs de mission à retravailler
- Accord sur le mode de fonctionnement

A close-up, artistic photograph of a stack of vinyl records. The records are dark, possibly black or dark grey, and are stacked on top of each other. The top record is in sharp focus, showing its center label which features a large, stylized white letter 'B'. The background is dark and slightly blurred, emphasizing the texture and circular patterns of the records. The lighting creates highlights on the edges of the records, giving them a three-dimensional appearance.

**Merci pour
votre attention !**
