

# #sidièse

RAPPORT D'IMPACT 2019



« Être  
une entreprise  
à mission »

# SOMMAIRE

## 03

**20 ANS !  
ÉDITO PAR GILDAS BONNEL,  
PRÉSIDENT**

## 04

**SIDIÈSE EN CHIFFRES  
ET EN ENGAGEMENTS**

## 05

**NOUS SOMMES SIDIÈSE**

## 06

**NOTRE MODÈLE  
CRÉATEUR DE VALEURS**

## 07

**NOTRE DÉMARCHE RSE POUR  
FAIRE FACE AUX ENJEUX**

## 08

**SIDIÈSE ENTREPRISE À MISSION,  
ENTRETIEN AVEC NICOLAS PERDRIX,  
DIRECTEUR GÉNÉRAL**

## 09

**1 MISSION / 4 ENGAGEMENTS**

## 10

**PILIER 1  
CONTRIBUER À LA TRANSFORMATION  
DE NOS CLIENTS**

**11.  
ENJEU 1**

**13.  
LES ÉTAPES DE LA TRANSITION  
DURABLE D'UNE ENTREPRISE**

**14.  
QUELQUES RÉFÉRENCES EN IMAGES**

**19.  
ENJEU 2**

**20.  
ENJEU 3**

## 22

**PILIER 2  
CONDUIRE LE CHANGEMENT AVEC  
TOUTES NOS PARTIES PRENANTES**

**23.  
ENJEU 4**

**25.  
ENJEU 5**

**27.  
ENJEU 6**

## 29

**PILIER 3  
S'ENGAGER POUR UN MONDE  
PLUS RESPONSABLE**

**30.  
ENJEU 7**

**32.  
ENJEU 8**

**34.  
ENJEU 9**

## 36

**TABLE DE CONCORDANCE  
GLOBAL COMPACT**

## ÉDITO

### 20 ans ! C'est ébouriffant !

En vingt ans, Sidièse a muté comme la société et le monde dans lequel nous évoluons au quotidien. Mais sans nul doute, un peu plus vite. À la création de l'agence, nous rêvions d'une entreprise dans laquelle on n'aurait pas mal au ventre en arrivant le matin. C'était sûrement une première sensibilité à l'enjeu clé de notre industrie aujourd'hui : le rythme effréné, l'hyper-connexion, le risque de zapper et de ne plus savoir prendre le temps de célébrer les victoires, de partager les échecs aussi.

***Nous voulions être utiles au monde. C'est cette conviction qui nous a poussés à travailler notre raison d'être.***



- Sidièse est signataire du Pacte Mondial des Nations Unies depuis 2009.
- L'agence a rejoint le Club Advanced et s'est engagée à publier annuellement sa communication sur le Progrès (COP) sur [www.globalcompact-France.org](http://www.globalcompact-France.org)

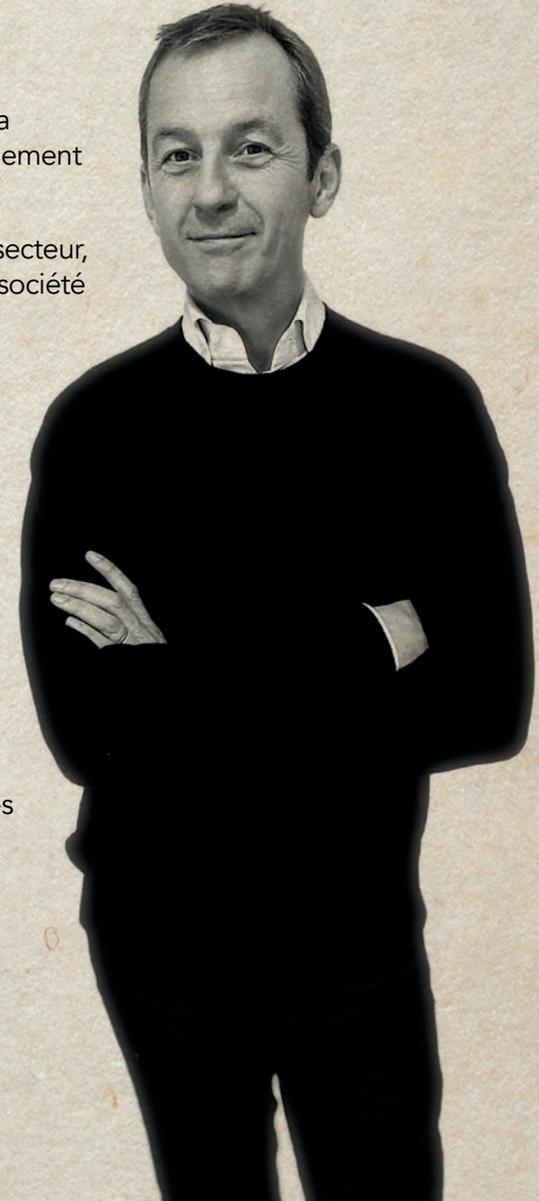
A-t-on réussi ? Ne nous voilons pas la face, il y a des matins avec la boule au ventre mais certainement pour de nouvelles raisons.

En tirant sur le fil de la responsabilité de notre secteur, en interrogeant nos pratiques et le modèle de société que nous concourons à servir, nous perdons parfois courage. Nous devons alors puiser dans notre alignement et la force de notre conviction commune : nous voulons être utiles au monde. C'est cette conviction qui nous a poussés à travailler notre raison d'être et à rejoindre la communauté des entreprises à mission.

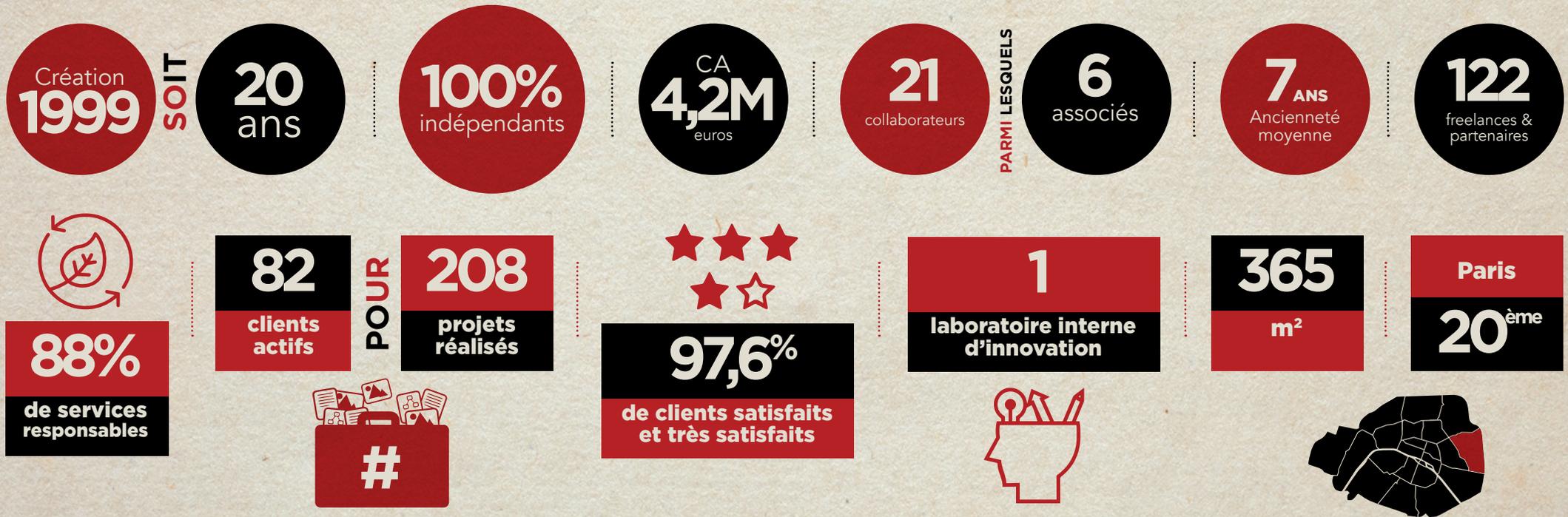
Ce rapport, s'il intègre les enjeux qu'il y a à soutenir les dix principes du Pacte Mondial des Nations Unies, nous engage davantage encore. Parce que nous avons besoin d'inventer de nouveaux récits, d'imaginer de nouveaux modes de collaboration, de nouvelles connexions au monde, nous sommes heureux du chemin parcouru et de l'aventure que nous aurons à vivre... ces vingt prochaines années.

**GILDAS BONNEL**

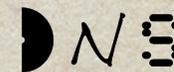
PRÉSIDENT



# SIDIÈSE EN CHIFFRES...



## ... ET EN ENGAGEMENTS



# NOUS SOMMES SIDIÈSE

**Nous sommes une agence de communication experte de la communication des entreprises et des marques en matière de développement durable.**

Nous sommes des hommes et femmes avec des histoires et envies différentes.  
Nous sommes hybrides, créatifs, consultants, chefs de projets, planneurs.  
Nous sommes terriens, aériens, citadins, urbains, citoyens.  
Nous sommes plus qu'une entreprise, une famille, un village, une troupe.  
Nous sommes sensibles, au monde, aux autres, à la planète, à la créativité.  
Nous sommes lucides sur l'impasse du système actuel.  
Nous sommes engagés dans une transition historique.  
Nous sommes sûrs de nous et en remise en question permanente.  
Nous sommes des connecteurs du monde d'hier et de demain.

Nous voulons contribuer à rendre ce monde (vraiment) durable.  
Et nous voulons croire et montrer que ce sera chouette (autrement).  
Nous voulons rendre le développement durable désirable.  
Nous voulons joyeusement dire que c'est possible (si on se bouge).  
Nous voulons être une entreprise où les gens sont contents de venir travailler.  
Nous voulons participer à la création d'un demain pour tous.  
Nous voulons être fiers de ce que nous faisons.  
Nous voulons être actifs dans la transition vers un monde durable.

Nous avons partagé le pouvoir avec les non-communicants.  
Nous avons réinventé le storytelling, pour qu'il soit plus sincère.  
Nous avons commencé à faire changer les regards sur les communicants.  
Nous avons fait se parler des gens qui ne se parlent pas.  
Nous avons parfois bousculé nos clients dans leurs certitudes.  
Nous avons fait la preuve de notre réussite économique et de notre indépendance.  
Nous avons inventé le grand récit, le récit storming, des formats de rencontres inspirantes, etc.

Nous allons nous endurcir pour rester déterminés.  
Nous allons exiger des preuves.  
Nous allons faire attention aux uns et aux autres.  
Nous allons persévérer parce que ça en vaut vraiment la joie.  
Nous allons créer des ponts entre nos clients et le monde à venir.  
Nous allons rester humbles pour toujours chercher à faire mieux.

**Nous allons aider à réparer le monde.**



# NOTRE MODÈLE CRÉATEUR DE VALEURS

## LES RESSOURCES DONT NOUS NOUS DOTONS

### ÉCONOMIQUES

- Un potentiel de croissance sur un marché du développement durable qui crée constamment de nouvelles opportunités

### HUMAINES

- Une équipe pionnière à la double expertise intégrée « Communication et RSE », qui met ses 20 ans d'expérience à disposition
- Un réseau de près de 1 000 experts et influenceurs qui interviennent en co-construction sur les recommandations et projets de l'agence

### ENVIRONNEMENTALES

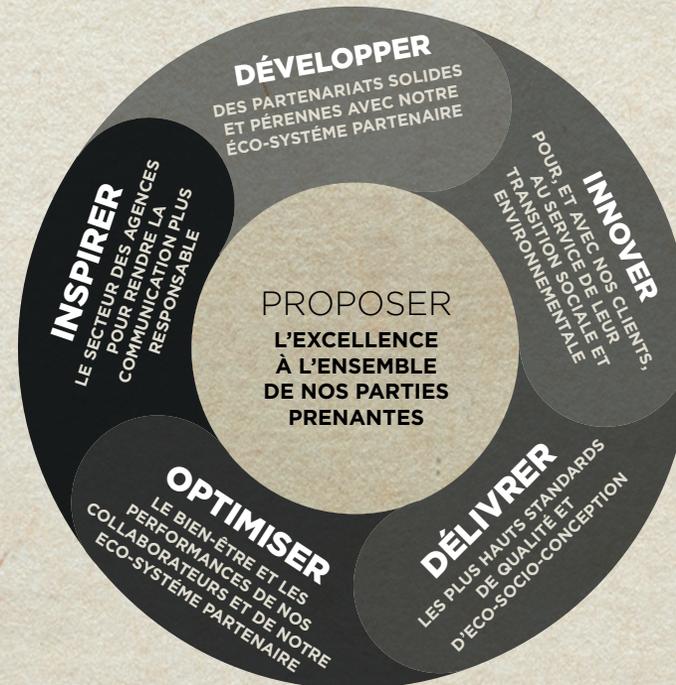
- Intégration d'objectifs sociaux et environnementaux dans les performances des collaborateurs
- Intégration d'un référentiel d'impact RSE des campagnes clients

### SOCIALES ET SOCIÉTALES

- Signataire du Global Compact
- Certification B Corp depuis 2015
- Codes de conduite managérial
- Engagement interprofessionnel

### PRODUITS ET SERVICES

- Une large échelle de solutions de communication qui accélèrent l'intégration du développement durable en entreprise



## LES VALEURS QUE NOUS CRÉONS

### ÉCONOMIQUES

- 24 % de croissance du CA en 2019
- 22 % de croissance de la marge brute en 2019

### HUMAINES

- 84 % de collaborateurs satisfaits de travailler chez Sidièse
- Ancienneté moyenne des collaborateurs : 7 ans
- 97,6 % de clients satisfaits et très satisfaits
- 100 % de nos clients recommandent Sidièse

### ENVIRONNEMENTALES

- Production de campagnes intégrant les logiques les plus avancées d'éco-conception (certification AACC Agence Active\*\*\*)
- Neutralité carbone de notre fonctionnement interne

### SOCIALES ET SOCIÉTALES

- Politique et charte d'achat responsable consolidée
- 20% du temps libéré de la présidence au service des chantiers de l'interprofession (AACC, CPP, ARPP, ...)
- Pérennisation de nos projets d'engagement sociétal

### PRODUITS ET SERVICES

- 88% de services responsables
- Une offre basée sur un parcours unique de transition durable des organisations en 10 étapes
- Un cercle d'innovation intégré dédié à l'intelligence collective et aux leviers de transformations responsables

# NOTRE DÉMARCHE RSE POUR FAIRE FACE AUX ENJEUX

DES CLIENTS  
PLUS RESPONSABLES

CONTRIBUER À LA TRANSFORMATION  
DE NOS CLIENTS

## ENJEU 1

PROPOSER DES SOLUTIONS DE COMMUNICATION  
QUI ACCÉLÈRENT L'INTÉGRATION DU  
DÉVELOPPEMENT DURABLE EN ENTREPRISE

## ENJEU 2

CONVAINCRE LES ENTREPRISES DE S'ENGAGER  
EN RSE ET REPOUSSER LES LIMITES DE  
L'ENGAGEMENT DE NOS CLIENTS

## ENJEU 3

INNOVER ET DÉVELOPPER DES MÉTHODOLOGIES  
DE COPRODUCTION ET DE RESTAURATION  
DE LA CONFIANCE QUI INTÈGRENT  
LES ATTENTES DES PARTIES PRENANTES

UN ÉCOSYSTÈME  
PLUS ENGAGÉ

CONDUIRE LE CHANGEMENT  
ENSEMBLE

## ENJEU 4

AMÉLIORER DE FAÇON CONTINUE NOS PRATIQUES  
MÉTIERS EN RELATION AVEC NOS FOURNISSEURS

## ENJEU 5

ENTRETENIR UNE CULTURE INTERNE  
DE L'ENGAGEMENT RESPONSABLE

## ENJEU 6

PROPOSER UN ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL  
FAVORABLE À L'ENGAGEMENT DE NOS  
COLLABORATEURS

PLUS D'ENGAGEMENT  
SOCIÉTAL ET ENVIRONNEMENTAL

S'ENGAGER POUR UN MONDE  
PLUS RESPONSABLE

## ENJEU 7

PROMOUVOIR DES PRATIQUES DE COMMUNICATION  
PLUS RESPONSABLES AUPRÈS DE L'ENSEMBLE  
DE NOTRE SECTEUR

## ENJEU 8

MONTRER L'EXEMPLE EN RÉDUISANT  
L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE DE NOTRE  
FONCTIONNEMENT INTERNE

## ENJEU 9

S'ENGAGER AUPRÈS DE NOS COMMUNAUTÉS  
ET FAIRE PREUVE DE SOLIDARITÉ



## SIDIÈSE ENTREPRISE À MISSION

On pourrait penser qu'avec presque 20 ans d'engagement à faire bouger les lignes chez ses clients, Sidièse aspire à du repos bien mérité.

Il n'en est rien. Jamais le projet de l'agence n'a été aussi clair. Jamais l'équipe n'a été autant mobilisée et déterminée à transformer les entreprises et rendre leur modèle plus vertueux.



***Devenir Entreprise à mission n'est pas une consécration.***



L'article 169 du *Plan d'Action pour la Croissance et la Transformation des Entreprises* (loi PACTE) est une chance.

Voici l'opportunité rêvée de conforter les ambitions que nous portons via la formulation de notre raison d'être et son inscription dans nos statuts.

Nous avons fait synthèse du sens profond que nous souhaitons donner à Sidièse et la manière dont l'entreprise définit son utilité.

En concertation et sous la vigilance de notre comité d'impact (merci à eux), nous sommes résolus à piloter et mener à bien notre mission.

Nous avons construit un référentiel d'impact dans le souci de tenir les 4 engagements que nous avons pris et adossés à l'énoncé de notre raison d'être. Nous en rendrons compte régulièrement à nos parties prenantes.

Formaliser notre mission oriente nos choix stratégiques et met en lumière d'innombrables opportunités de progrès. C'est notre moteur pour l'action, notre source d'inspiration, d'innovation et d'initiatives.

Nous souhaitons plus que jamais joindre l'audace au bon sens et donner aux organisations le courage d'aller plus loin dans la transition de leurs modèles.

**NICOLAS PERDRIX**

DIRECTEUR GÉNÉRAL

# 1 MISSION / 4 ENGAGEMENTS

## NOTRE RAISON D'ÊTRE

Chez Sidièse, nous accélérons, par nos conseils et nos actions de communication, la transition sociale et environnementale de nos clients. Nous les aidons à ouvrir les yeux sur ce qu'ils valent et à le raconter, pour les reconnecter aux autres et réparer le monde de nos enfants. Nous le faisons sans complaisance ni faux-semblant, sans idée préconçue, et joyeusement.

## NOS 4 ENGAGEMENTS

1

DONNER AUX ORGANISATIONS LE COURAGE DE CHANGER ET REPOUSSER LES LIMITES DE LEUR TRANSITION.

2

NOURRIR UNE CULTURE D'ENTREPRISE BASÉE SUR L'ENVIE D'UN IMPACT POSITIF SUR NOS CLIENTS ET SUR LE MONDE.

3

ANIMER ET METTRE À CONTRIBUTION UN LARGE ET PUISSANT RÉSEAU D'EXPERTS ET D'INFLUENCEURS.

4

INFLUENCER NOS PAIRS ET INSPIRER NOTRE SECTEUR INDUSTRIEL POUR LE RENDRE PLUS VERTUEUX.

## LES 10 MEMBRES DE NOTRE COMITÉ D'IMPACT



Jacques-Olivier  
**BARTHES**  
Directeur de  
la communication  
WWF



Anne-France  
**BONNET**  
Présidente de  
Nuova Vista,  
Secrétaire  
Générale de la  
Communauté des  
entreprises  
à mission



JULIE  
**GOMEZ**  
Directrice  
de clientèle  
Sidièse



Tristan  
**LECOMTE**  
President  
Fondateur  
Pur Projet



Valérie  
**MARTIN**  
Cheffe du service  
Mobilisation  
Citoyenne et  
Médias  
ADEME



Séverine  
**MILLET**  
Coach et  
accompagnement  
de la dynamique  
humaine dans  
la transition  
climatique et  
écologique  
Nature Humaine



Martin  
**SERRALTA**  
Associé au  
Développement  
et à la prospective  
des organisations  
Institut des Futurs  
Souhaitables



Caroline  
**SOLVES**  
Directrice  
L'Encrier



Sandrine  
**SOMMER**  
Directrice RSE  
Guerlain



Patrice  
**ZANA**  
Artiste, écrivain,  
formateur, expert  
en développement  
durable, ludologue

# CONTRIBUER À LA TRANSFORMATION DE NOS CLIENTS



• NOS INDICATEURS DE PROGRÈS •

**88%**

de services  
responsables réalisés  
en 2019

**208**  
CAMPAGNES

réalisées pour  
**63 annonceurs**

**97,6%**

de clients  
satisfaits et très  
satisfaits

## ENJEU 1

# PROPOSER DES SOLUTIONS DE COMMUNICATION QUI ACCÉLÈRENT L'INTÉGRATION DU DÉVELOPPEMENT DURABLE EN ENTREPRISE

Notre offre s'inscrit depuis toujours dans l'innovation au service de nos clients, pour créer toujours plus de solutions d'intégration du développement durable dans leurs processus. Ces dernières années, la fréquence de nos missions s'est nettement accélérée et la surface de nos interventions s'est beaucoup élargie. Pour répondre plus efficacement à ces nombreuses sollicitations, nous proposons une large échelle d'expertises, qui facilitent le chemin de nos clients dans leur transition.

### **SIDIÈSE : DE L'ENGAGEMENT RSE À L'ENTREPRISE À MISSION**

Au début, nous avons commencé par dupliquer notre expertise d'agence conseil en communication, avant de nous rendre compte que cette approche était très largement insuffisante pour conduire la transition écologique et sociale de nos clients. Dès lors, pour pouvoir définir les différents scénarii des transitions, nous nous sommes rapprochés d'experts de tous horizons : experts sectoriels, consultants, artistes, chercheurs, agronomes, lobbyistes, mais surtout sociologues, psychologues systémiques, neuroscientifiques... Aujourd'hui, en co-construction avec les équipes, nous sommes en capacité de proposer à chacun de nos clients son propre scénario de transition et de mener celle-ci en confiance avec leurs parties prenantes : internes, externes, leaders d'opinion...

Nous appelons ce processus de transition « Le Grand Chemin », qui suit souvent le modèle trans-théorique du changement (tel que le définissent Prochaska et Di Clemente). Les différentes phases ne manquent pas d'embûches. Mais nous avons maintenant des solutions de communications valides et éprouvées pour transformer les contraintes en opportunités.

**FRÉDÉRIC BRU**

DIRECTEUR ASSOCIÉ



Sidièse est membre de la Communauté des Entreprises à Mission



## GARANTIR LES PLUS HAUTS STANDARDS DE SATISFACTION À NOS CLIENTS

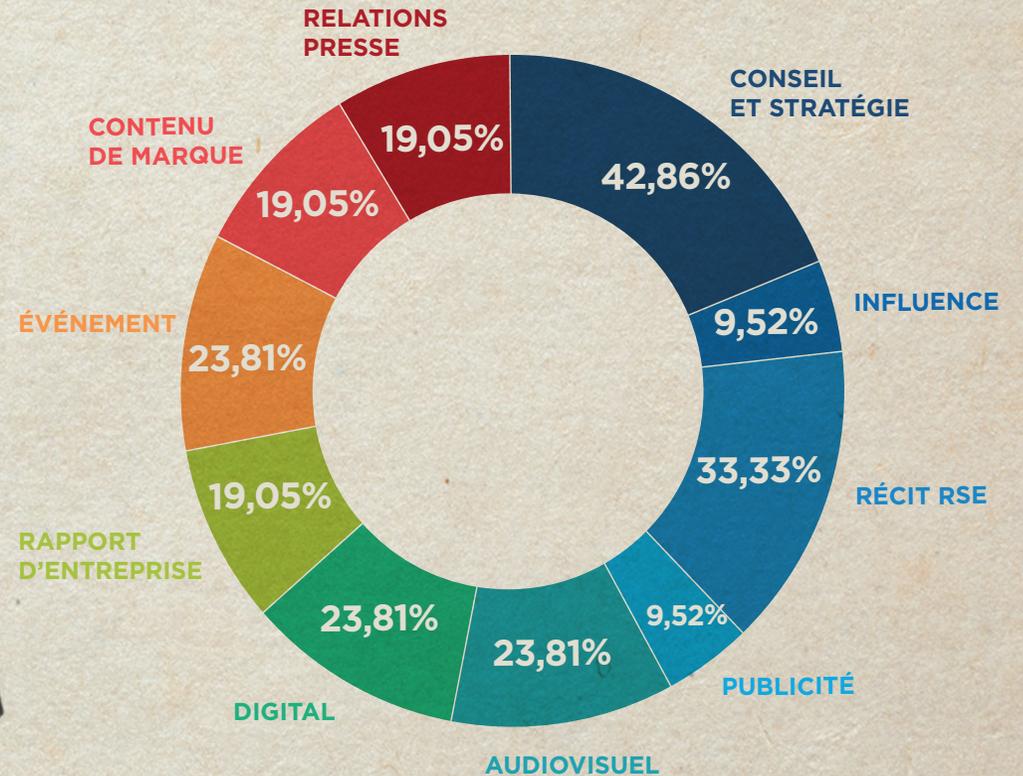
Chaque jour, nous accompagnons nos clients dans la communication de leur stratégie de responsabilité sociale et environnementale. Les retours de l'enquête de satisfaction que nous avons menée en juillet 2019 auprès de nos 63 clients nous ont appris énormément. 97 % sont satisfaits de cet accompagnement, 100 % sont prêts à nous recommander. Ce n'est pas rien ! Nous ne comptons pas nous arrêter là. Pour continuer à accélérer la transition chez nos clients, nous continuons à réinventer nos façons de faire et de dire, à proposer de nouvelles expertises (influence, relations publiques, conseil...). Pour cela, nous leur proposons désormais une nouvelle offre, « Le Grand Chemin », un accompagnement au long cours. Adossé au Grand Récit, il va plus loin encore.

**LAETITIA MEZRAHI**

DIRECTRICE ASSOCIÉE



## QUELLES EXPERTISES DE SIDIÈSE SOLLICITEZ-VOUS ?



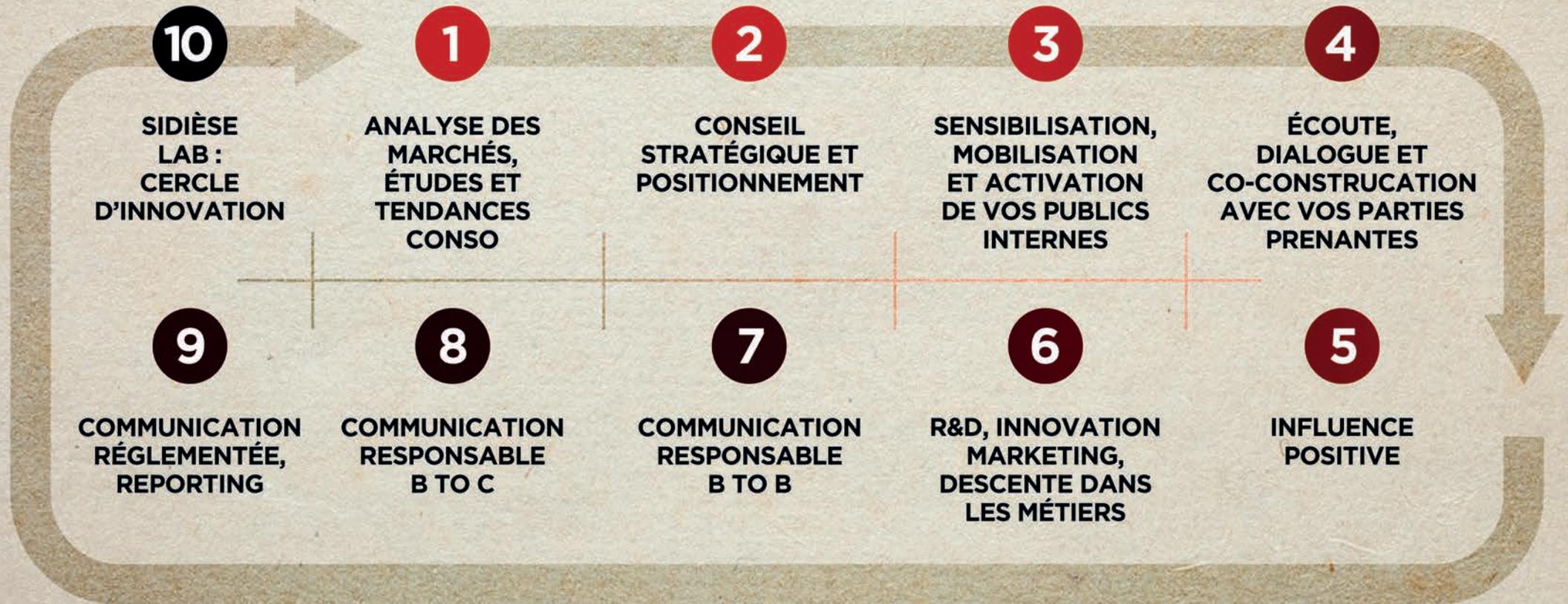
Certified



Corporation

Sidièse est B Corp depuis 2015, certification renouvelée en 2019

# Échelle des missions de conseil opérées par #sidièse



# QUELQUES RÉFÉRENCES EN IMAGES



AUDIT RISQUES & CONTRÔLE



**LES PROFESSIONNELS TOUJOURS LEVAIL**

**VOLUME D'EMAIL PAR JOUR**

**MOTIFS D'OUVREURE**

**HEURES D'OUVREURE**

**ÉLÉMENTS DÉTERMINANTS POUR L'OUVREURE**

**ASSEMBLÉES**

12% 24% 62% 63% 34% 90% 10%

**AUDIT, RISQUES & CONTRÔLE**

Magazine International des auditeurs et contrôleurs internes

**Dossier SOFT SKILLS, VOUS AVEZ-DIT SOFT SKILLS ?**

EXCLUSIF! NOTRE ENQUÊTE SUR LA RÉMUNÉRATION

Revenez **CYNTHIA FLEURY, PROFESSEUR AU CNAM PARIS, PHILOSOPHE ET PSYCHANALYSTE**

**BEE SCHOOL**

GUIDE D'ANIMATION

**ATELIER 2 LA FABRIQUE DE BEEZ**

**ATELIER 3 LE COLORIAGE MAGIQUE DES FLEURS MÉLIFÈRES**

**QUESTION 2** SAVEZ-VOUS CE QU'EST LA RICHE ET COMMENT ELLE FONCTIONNE ?

**QUESTION 3** ÊTES-VOUS VERTUEUX ? SAVEZ-VOUS BIEN ALORS, VOUS AIMEZ-ÇA ? SAVEZ-VOUS COMMENT IL EST FABRIQUÉ ?

**QUESTION 4** SAUVEZ-VOUS LA RICHE ?

Une équipe engagée et de qualité

+ des repas équilibrés et de qualité

+ une priorité aux produits de saison

+ lutter contre le gaspillage alimentaire

**= J'AI CHOISI LE BIO !**

Le bio, bon pour (tout) le monde !

Une planète à préserver

+ des animaux respectés

+ la confiance dans les produits

+ une cuisine simple et gourmande

**= J'AI CHOISI LE BIO !**

Pas d'utilisation de produit chimique de synthèse

+ des abeilles, des coccinelles, des haies

+ des sols vivants

+ la fierté de bien nourrir

**= J'AI CHOISI LE BIO !**

Le bio, bon pour (tout) le monde !

**Le bio, bon pour (tout) le monde**

**JE VARIE LES SAVEURS AU FIL DES SAISONS**

**PRINTEMPS**

**ÉTÉ**

**ET TOUTE L'ANNÉE...**

**AUTOMNE**

**HIVER**





# IN'Ovation

VOS BONNES IDÉES PRATIQUES

LE 12 JUIN 2019

Événement

## LE RENDEZ-VOUS DES FACTEURS

... face aux nouveaux enjeux.

IL FALLAIT Y PENSER, NOUS LE PARTAGEONS

12 JUIN 2019

JEAN NOHAIN

Accès à partir de 10.00

IL FALLAIT LE PARTAGER, NOUS LE FAISONS ÉGALEMENT SUR

WWW.BIP.LAPOSTE.FR

IN'Ovation

LA POSTE

LE 3 JUILLET 2019

Gérard

## LA TABLE DE DÉLIASSAGE

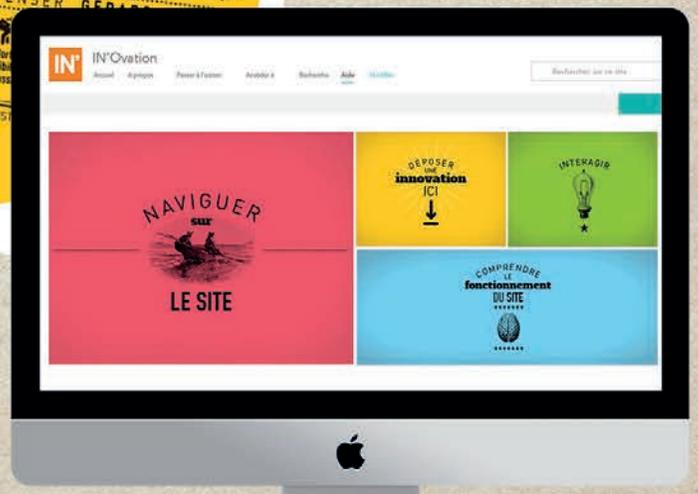
... idéal pour tester ensuite les tables de massage.

IL FALLAIT Y PENSER, GÉRARD

WWW.BIP.LAPOSTE.FR

IN'Ovation

www.laposte.fr



INSPIRING RESPONSIBLE INCLUSIVE LEADERSHIP

EMPOWERING YOUR FREEDOM TO MOVE EVERY DAY.

OUR CORE VALUES ARE THE FOUNDATION OF OUR RESPONSIBLE LEADERSHIP.

POSITIVE CHANGE HEADLINE

transdev

the mobility company

COMMUNICATION ON PROGRESS 2017 PERSPECTIVES 2018

## WELCOME TO THE FUTURE

3

4

6

8

10

14

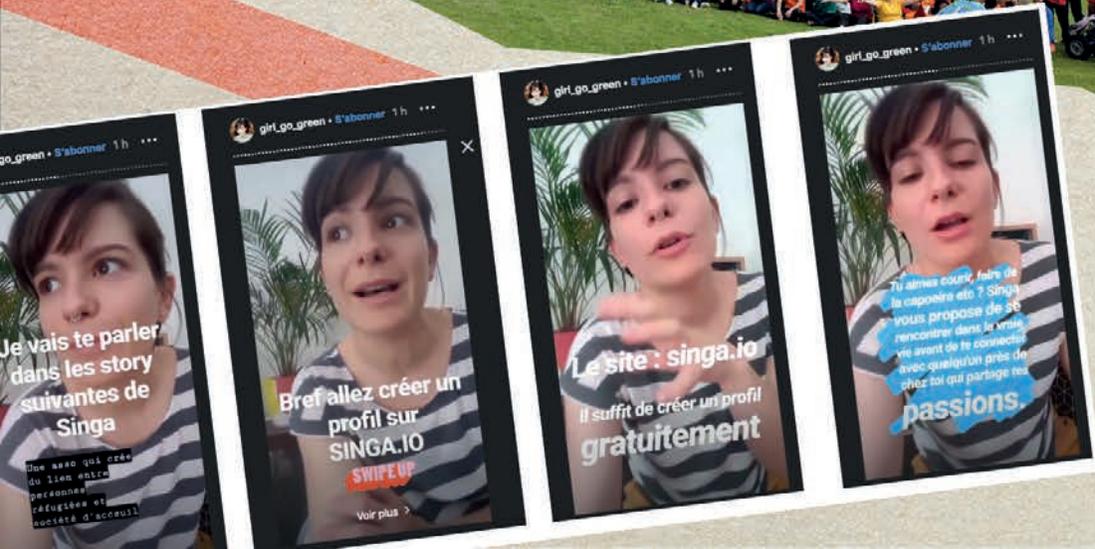
18

INSPIRING RESPONSIBLE INCLUSIVE LEADERSHIP

EMPOWERING YOUR FREEDOM TO MOVE EVERY DAY.

OUR CORE VALUES ARE THE FOUNDATION OF OUR RESPONSIBLE LEADERSHIP.

POSITIVE CHANGE HEADLINE



## ENJEU 2

# CONVAINCRE LES ENTREPRISES DE S'ENGAGER EN RSE ET REPOUSSER LES LIMITES DE L'ENGAGEMENT DE NOS CLIENTS

### DONNER LE COURAGE DE CHANGER ET LES MOYENS D'AGIR

Pousser les organisations à s'engager socialement et interroger leurs modèles, vaste chantier, grosse ambition. C'est cette quête qui nous pousse depuis une vingtaine d'années à construire avec notre écosystème de partenaires et d'experts une échelle de mission dédiée à la transition.

Nous sommes des communicants, et ne sommes pas parfaits, mais nous essayons d'élever constamment notre niveau de conseil et notre force de persuasion pour embarquer tous les types d'organisations dans la magnifique aventure de la transition. C'est pourquoi nous multiplions les publications et les événements d'inspiration qui participent à convaincre les organisations, selon leur niveau de maturité, de s'éveiller au développement durable ou de franchir de nouvelles étapes très avancées de son intégration.

Pour sensibiliser nos clients et prospects à leurs enjeux sectoriels, nous produisons tout au long de l'année des contenus et des événements. Nous participons tous les ans au salon ProDurable, où notre stand et nos conférences nourrissent la vision des professionnels de la RSE. Nous organisons régulièrement des débats qui réunissent nos clients, nos collaborateurs et notre réseau d'experts.

Constitué au fil des missions, ce réseau compte aujourd'hui près d'un millier de spécialistes et couvre toutes les dimensions du développement durable. Activé selon les enjeux sous de multiples formes (rencontres de dirigeants, débats, prises de paroles, conseil amont, consolidation de contenus...), il est le socle de notre culture, celle de se considérer comme des apprenants, non des sachants.

C'est en faisant travailler nos clients avec des contradicteurs qualifiés que, progressivement, ils repoussent les limites de leur engagement. Et que Sidièse fait bouger les lignes.

**NICOLAS PERDRIX**

DIRECTEUR GÉNÉRAL

**8<sup>ème</sup>**  
**PARTICIPATION**  
**PRODURABLE**  
People • Planet • Profit

UN RÉSEAU DE  
**1000**  
**EXPERTS ET**  
**INFLUENCEURS**



## STRATÉGIES

TRIBUNE

### NOUS SOMMES DES RACONTEURS D'AVENIR

par Gildas Bonnel, président de Sidièse

Dans le contexte actuel de transition, notre société a besoin de retrouver confiance en l'avenir. D'où la nécessité de repenser la mission de la communication.

Salété d'époque, où le maître mot est pragmatisme. Il faut dire que c'est un mot très pratique. On peut tout réfuter par pragmatisme : ça sonne tout de suite « voyons, un peu de sérieux » et l'attribution horripilante pour un jeune citoyen engagé qui s'ensuivrait, « mon jeune ami ». Curieuse époque, celle où l'on sent se fissurer les vieux modèles économiques, politiques, se décrocher les arçages sociologiques, où l'on s'éloigne des rives consues d'un monde ancien, infatué de raconter, de préciser une destination collective. Mais formidable époque aussi que celle qui nous autorise à nous extraire du cadre pour inventer de nouveaux modes de consommation, de nouveaux outils, de nouveaux usages...

Notre société, notre humanité plutôt, fait sa grande mue. Confrontés aux crises climatiques, écologiques, sociales, nous percevons tous, même de façon inconsciente, la puissante obligation de changer. Parce que notre modèle économique est à bout de souffle, que les ressources sont limitées, que nous dégorgeons de déchets, de souffrances sociales, de laissés pour compte, et que ça y est, tout le monde le sait. Nous n'avons pas le choix.



### ENJEU 3

# INNOVER ET DÉVELOPPER DES MÉTHODOLOGIES DE COPRODUCTION ET RESTAURATION DE LA CONFIANCE QUI INTÈGRENT LES ATTENTES DES PARTIES PRENANTES

La voie de l'innovation permanente est la seule capable d'accélérer la transition. Notre lab interne d'innovation est à la fois un think tank dédié aux nouvelles voies de l'intelligence collective et un incubateur de leviers de transformation des organisations. Il est un espace de confrontation d'idées et de méthodes, fondé sur les principes de l'holocratie. Les bénéfices sont concrets : challenger les problématiques, ajuster les méthodologies, consolider les réflexions, identifier des niches de singularité, modéliser les solutions. Ce principe de modélisation permet de générer constamment de nouvelles offres durables plus impactantes. Dans cette recherche des mécanismes qui conduisent le changement, nous mobilisons les savoirs des neurosciences et des sciences sociales. Nous avons la conviction que c'est ainsi que les entreprises pourront restaurer durablement la confiance des publics.

#### L'AVENTURE DE LA RECONNEXION

Sidièse a beaucoup changé ces dernières années car une entreprise est un corps vivant. Elle évolue dans une société qui se transforme sans cesse et se nourrit de ses collaborateurs, de ses clients, de ses partenaires qui infléchissent son histoire. C'est d'ailleurs ce qui fait l'aventure entrepreneuriale passionnante. Si l'on devait dupliquer une année sur l'autre, reproduire à l'infini, on deviendrait fous !

Nous avons la chance, dans notre métier, de travailler sur des secteurs, des problématiques et des organisations très différents. Mais surtout de vivre le monde en temps réel. Nous sommes en permanence connectés aux changements de modèles, d'usages, aux attentes des gens.

**Comment ne serions-nous pas impactés ?**

Ce qui a fondamentalement changé c'est l'écoute des gens. On dit que notre société vit une crise de défiance, c'est vrai. On suspecte tout et tout le monde. Dans notre quotidien, on sent grandir une envie d'apprendre, un besoin de comprendre pour agir. Pour se sentir dans le mouvement du changement que nous devons collectivement opérer. C'est pour cela que nous, Sidièse, tentons de restaurer la confiance en œuvrant à la reconnexion de publics qui ne se considéraient plus assez.

**GILDAS BONNEL**

PRÉSIDENT



## CRÉATION DU SIDIÈSE LAB

CERCLE  
HOLACRATIQUE  
D'INNOVATION  
POUR ACCÉLÉRER  
LA TRANSITION  
DES ENTREPRISES

## L'ART DU GRAND RÉCIT

Un plan stratégique, une pub, au mieux, on l'écoute. Ou pas. Une histoire, par contre, on veut la suite.

### Comment raconter des histoires d'entreprises sans tomber dans le story telling, la langue de boîte ?

Nous, nous suivons la piste du Grand Récit, que nous a soufflée Nature Humaine. Inspirée des sociologues, elle casse nos réflexes de communicants, ces tics qui ont fait la défiance actuelle. Participative, simple et évolutive, cette méthodologie replace l'entreprise ou la marque dans les réalités de son époque, pour la rendre plus utile au monde. Le Grand Récit réinvente le discours des organisations en le coproduisant avec ses parties prenantes. La méthode a déjà été expérimentée par plus de 30 clients de l'agence.

Voilà : ce partenariat scientifique guide nos pas, en particulier nos pas vers l'innovation.



En 2019, l'agence produisait son 35<sup>ème</sup> Grand Récit avec Triballat Noyal

## LES NEUROSCIENCES AU PROFIT DE LA CONDUITE DU CHANGEMENT

Passer à des modes de vie durables, ça suppose des choix. Ces choix mobilisent nos neurones. C'est la raison pour laquelle nous travaillons avec l'IME, l'Institut de Médecine Environnementale, et avec l'un de ses médecins, le Dr. Jacques Fradin. Nous intégrons ainsi les avancées récentes des neurosciences. Avec ce que nous appelons la « pensée rapide » ou le « vote avec les pieds », nous mobilisons l'intelligence adaptative. Grâce à la narration, nous créons des résonances plus fortes sur l'imaginaire de nos publics. Actuellement, nous poursuivons cette démarche de R&D avec Jacques Fradin pour mettre au point une nouvelle approche d'accompagnement de nos clients au long cours.

### GUILLAUME MULLER

DIRECTEUR ASSOCIÉ  
EN CHARGE DE L'INNOVATION



---

# 42

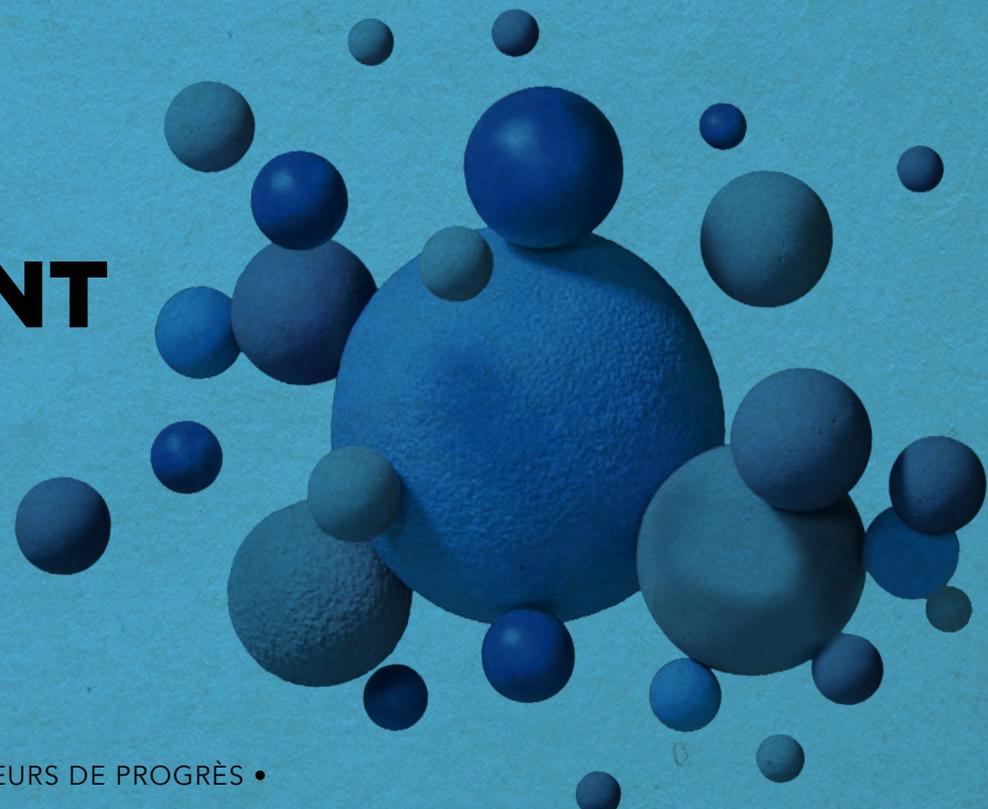
## ATELIERS

### D'INTELLIGENCE COLLECTIVE

### PRODUITS PAR SIDIÈSE EN 2019



# CONDUIRE LE CHANGEMENT AVEC TOUTES NOS PARTIES PRENANTES



• NOS INDICATEURS DE PROGRÈS •

**122**

freelances  
partenaires



10 ans d'Engagement  
dans le réseau Européen

**100%**

de collaborateurs formés  
à l'éco-socio-conception

## ENJEU 4

# AMÉLIORER DE FAÇON CONTINUE NOS PRATIQUES MÉTIERS EN RELATION AVEC NOS FOURNISSEURS

Au sein de nos équipes comme avec nos fournisseurs, nos pratiques opérationnelles répondent à des processus de production éco-socio-conçus. Nous avons notamment rédigé une charte d'achats responsables que nous accompagnons d'une formation des collaborateurs. À l'appui, nous intégrons des paramètres sociaux et environnementaux dans les performances des cadres de l'agence. Attachés à notre culture de l'évaluation, nous mesurons régulièrement la loyauté de nos pratiques, via une enquête de satisfaction auprès de nos partenaires fournisseurs et sous-traitants.

### UNE CERTIFICATION 3 ÉTOILES

Nous sommes fiers d'avoir fait partie des 11 premières agences françaises à avoir obtenu le label de certification. Ce référentiel nous pousse à progresser dans 4 secteurs critiques de notre métier d'agence : vision et gouvernance, réalisation des prestations, ressources humaines et aspects sociaux, impact environnemental.



***Ce Label RSE Agences Actives est constitué d'une vingtaine de critères pour lesquels l'agence doit transmettre les éléments de preuves. Le référentiel est divisé en quatre grands thèmes recouvrant l'ensemble des enjeux et activités du secteur de la communication. Il s'appuie sur la norme internationale ISO 26000, qui fait référence depuis 2010.***

 **Marie GABRIE** • AACC



## CITEO

### L'ENGAGEMENT AU QUOTIDIEN DANS L'ÉCO-CONCEPTION

Nous nous sommes engagés à améliorer en continu nos pratiques métiers en lien avec nos fournisseurs. Notre objectif : éco-concevoir le plus possible nos campagnes de communication (print, digitales, événementielles...), cœur de notre métier. Ainsi, en novembre 2019, tous les collaborateurs et prestataires ont bénéficié de la formation de Sehen Ratsimbazafy, chef de projet éco-conception chez CITEO, entreprise spécialisée dans le recyclage des emballages ménagers et des papiers graphiques. Alléger et optimiser les imprimés, choisir une fibre plus responsable, améliorer la recyclabilité du papier, apposer les consignes de tri... : chez Sidièse, les bonnes pratiques de notre secteur sont une réalité.

**ENORA BARONNET**

CHEF DE PROJET

## LA MESURE DE NOS IMPACTS NOUS ENGAGE

Chez Sidièse, nous nous attachons chaque jour à produire une communication plus responsable. Certes les référentiels B Corp et RSE Agences Actives évaluent nos performances métiers, nos engagements et nos externalités, mais cette notion de responsabilité nous la mesurerons plus précisément à l'aide de notre propre référentiel d'impact. Nous l'expérimenterons dès 2020 pour la majorité de nos campagnes, en lien direct avec nos clients. Nous n'avons pas seulement un objectif de moyens, nous œuvrons chaque jour pour un impact social, environnemental et sociétal positif en embarquant tout notre écosystème métier. Cela fait partie de nos devoirs d'entreprise à mission.

**VALENTINE ARNAUD**

CONSULTANTE



“  
*En adoptant la qualité de société à mission, Sidièse s'engage dans la voie des entreprises qui revendiquent leur recherche de contribution sociétale positive. Une voie cohérente avec l'histoire de l'agence, et ambitieuse pour son futur.*

”

En effet, à travers la formulation de sa mission (*sa raison d'être et objectifs associés*) inscrite dans ses statuts, et via la gouvernance de sa mission aux côtés de son Comité de mission, Sidièse :

- prend position
- donne de la lisibilité à son projet
- assume des arbitrages clairs faits de choix et de renoncements
- et s'impose l'innovation et le progrès continu pour avancer sur le chemin de sa mission.

Le référentiel d'impact de la mission de Sidièse, dont une 1<sup>ère</sup> version a été élaborée afin d'évaluer les objectifs statutaires fixés, permettra de mesurer les avancées et les difficultés avec le Comité de mission. Ce pilotage et ces réflexions seront communiqués en transparence chaque année à l'externe. Par ailleurs, un OTI (Organisme Tiers Indépendant) viendra contrôler l'exécution des objectifs, début 2022, puis tous les trois ans.

Et pour conforter sa nouvelle ambition, Sidièse bénéficie d'un terreau propice en s'attachant à mettre en œuvre des pratiques RSE, comme en atteste sa labellisation B Corp.

La mission comme cap, la RSE comme terreau : bon vent à Sidièse, société à mission !

**ANNE-FRANCE BONNET**

SECRÉTAIRE GÉNÉRALE DE LA COMMUNAUTÉ DES ENTREPRISES À MISSION



## ENJEU 5

# ENTREtenir UNE CULTURE INTERNE DE L'ENGAGEMENT RESPONSABLE

Sidièse joue un rôle actif dans la mobilisation en faveur de l'engagement responsable des entreprises.

Nous sommes signataires du Global Compact, preuve de l'engagement de nos dirigeants. Nous sommes certifiés B Corp, « Using business as a force for good », qui propose une feuille de route aux entreprises qui veulent améliorer leurs performances sociales et environnementales. Nous sommes co-fondateurs du réseau européen d'agences de communication durable « Do Not Smile », espace de réflexion collective de la profession à l'échelle européenne. Nous traduisons aussi nos convictions dans notre politique de formation, construite en convergence de thématiques entre les demandes individuelles des collaborateurs et les besoins stratégiques de l'agence, et notre politique d'intégration est fondée sur un parcours des nouveaux recrutés qui fait l'objet d'un suivi programmé.

### GLOBAL COMPACT, 11 ANS DÉJÀ !

Quand on pilote une entreprise, surtout une PME comme Sidièse, on est amené à se poser la question de l'ambition de notre démarche RSE. Nous étions signataires du Global Compact depuis 2009. C'était bien, mais finalement peu engageant. Rejoindre le Club Advanced, qui oblige à un reporting annuel partagé avec des pairs (communication sur le progrès, COP, publiée sur le site du Global Compact des Nations Unies), a été l'occasion de nous confronter aux meilleurs de la classe (en termes de pilotage de la RSE). Aujourd'hui, cela reste encore plus vrai. Le reporting Global Compact est devenu un véritable rendez-vous pour faire le point sur nos avancées.



### S'Ouvrir à l'Europe grâce à « DO NOT SMILE »

Sidièse est co-fondatrice du réseau européen d'agences de communication durable DNS, « Do Not Smile » (Défense de rire!), qui réunit 10 agences, dans autant de pays. Une fois par an depuis 2010, l'une des agences du réseau invite les autres pour une session de partage de bonnes pratiques et d'échanges.

En 2019, c'est l'agence espagnole qui nous a ouvert ses portes. Et cette année, c'est nous, Julie et Mathilde, qui avons eu la chance de représenter Sidièse. Au programme : tour des actualités de chaque agence, workshop pour faire avancer le réseau, zoom sur les causes à soutenir aux niveaux européen et international, mais aussi découverte de la gastronomie locale et visite des patios de Cordoue! Nous sommes revenues pleines de bonnes idées et riches en souvenirs...

Prochaine rencontre: Vienne (Autriche) en février 2020.



**GILDAS BONNEL**

PRÉSIDENT



**MATHILDE HEIDARY ET JULIE GOMEZ**

DIRECTRICES DE CLIENTÈLE

## B CORP : SIDIÈSE CERTIFIÉE ET RE-CERTIFIÉE !

Nous pensons que les entreprises peuvent fournir des solutions aux problèmes de la société et de l'environnement. Voilà pourquoi nous nous sommes lancés dans l'aventure de la certification B Corp. En 2015, nous étions 29 entreprises pionnières embarquées sur ce curieux navire sans savoir où les vents nous porteraient. Quatre ans plus tard, B Corp France est une solide communauté d'entreprises engagées, qui ne cesse de se structurer et nous apporte un précieux référentiel de progrès. Pourquoi B Corp ? En complémentarité avec le label RSE Agences Actives de l'AACC, cette démarche nous engage à imaginer chaque jour comment traduire en profondeur notre raison d'être dans notre offre, notre modèle économique, nos enjeux sociaux et nos modalités de gouvernance. Les voies d'amélioration sont infinies. De nouveau certifiés en 2019, nous avons progressé de 9 points sur le référentiel et porté à notre feuille de route de nouveaux enjeux parfaitement solubles dans notre plan stratégique.

**NICOLAS PERDRIX**

DIRECTEUR GÉNÉRAL

Certified



Corporation

## INTÉGRER, C'EST SAVOIR TRANSMETTRE LA VALEUR QUE L'ON CRÉE

« GOAL 100/100 » est le programme d'intégration des nouveaux collaborateurs développé par Sidièse. 100/100, c'est-à-dire 100 jours pour transmettre 100% des connaissances clés à acquérir sur le fonctionnement de l'agence et l'organisation du travail. Bon à savoir : ce programme a été développé par des collaborateurs qui estimaient que leur intégration n'avait pas été suffisamment accompagnée. Aujourd'hui, une marraine ou un parrain d'intégration est d'emblée attribué à chaque nouvel arrivant. Il est pilier de référence. S'ensuit une série millimétrée de formations à nos process, notre offre, nos outils, nos méthodologies, notre culture d'entreprise, aux enjeux de la RSE et de la communication responsable. Chacun de nous a un parcours différent, mais nous partageons tous la même détermination à remporter ce combat collectif : accélérer l'intégration du développement durable dans les organisations et transformer les modèles.

**CLÉMENTINE LETELLIER**

CONSULTANTE

*Bienvenue  
Chez Nous*



## ENJEU 6

# PROPOSER UN ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL FAVORABLE À L'ENGAGEMENT DE NOS COLLABORATEURS

Nos locaux sont conçus et équipés comme des lieux de vie favorisant le confort et le bien-être des salariés : plateforme collaborative, espaces de réunions, cuisine ouverte... Nous réfléchissons à des méthodes de travail permettant aux collaborateurs de gérer l'équilibre entre leur vie professionnelle et leur vie personnelle : travail à distance, outils de dématérialisation, ordinateur portable et smartphone... Nos séminaires d'entreprise consolident les liens entre les collaborateurs ; le dernier en date était à Barcelone. Nous avons mis en place une cellule de déontologie, DéontoloJOIE, que nous activons si nécessaire pour garantir l'alignement des valeurs de nos clients avec celles de l'agence et de nos collaborateurs. Dans le même esprit, nous avons rédigé une charte de bonne conduite pour prévenir le harcèlement et promouvoir les bons réflexes du vivre ensemble : « CERBERE », notre code de conduite collaborateurs.

### CERBERE, UN VRAI REPÈRE

Chez Sidièse, nous avons ré-inventé le cerbère, un CERBERE bien à nous : une charte « gardienne » de notre bonne conduite. Courtoisie, Écoute, Respect, Bienveillance, Éthique, Reconnaissance, Exemplarité. Sous ces 7 lettres, au total, une vingtaine de bonnes pratiques à respecter. L'Objectif ? S'assurer de développer un management bienveillant et un climat de travail positif, propice à l'épanouissement de chacun. Au-delà de CERBERE, en 2019, l'agence s'engage sur les questions de sexisme et de harcèlement au travail sur la base des guidelines de l'AACC. Maintenant, tous les collaborateurs sont sensibilisés au sujet et informés des recours dont ils disposent.



**CLÉMENTINE LETELLIER**

CONSULTANTE

### CHEZ NOUS, C'EST SUR TERRE

La joie est le terreau sur lequel nous faisons fructifier nos idées. Et ce terreau, nous l'enrichissons en y ajoutant une sacrée bonne dose de bien-être pour les « ChezNousiens ». Prenez un lieu sobre et fonctionnel, tout en contrastes de murs blancs, structurés de métal noir. Aérez bien cet espace avec des îlots de vie commune remplis de bonnes énergies favorisant les échanges, mais aussi de petits cocons plus propices à la concentration. Faites-y entrer la lumière bien sûr, avec de larges baies vitrées pour éclairer nos fulgurances. Investissez ce cadre de vie avec un mobilier en bois naturel (bien sourcé, merci Extra-muros). Et pour énergiser le tout, faites bonne place au vivant avec une grande variété de plantes. Tous les ingrédients du bien-être sont en place et qu'est-ce qu'on y est bien, Chez Nous! ...



**DOMINIQUE BRUGEAIL**

DIRECTEUR ARTISTIQUE

**91%**  
**DES COLLABORATEURS**  
TROUVENT LEUR ENVIRONNEMENT  
DE TRAVAIL STIMULANT



## MERCI POUR CES MOMENTS...

Depuis sa création, l'agence organise régulièrement, son « kick off ». Pour être honnête, je n'ai jamais vraiment su si c'était pour conclure une bonne année ou entamer en beauté la nouvelle. Mais ce que je sais, c'est que, pour un petit groupe comme le nôtre, ce sont toujours des moments uniques, de partages, d'échanges, de rires, voire de fous rires, dans un climat festif (mais raisonnable) que chacun apprécie à sa juste valeur et qu'il n'oubliera jamais. Ça vous a un petit air d'ancien monde, s'isoler plus ou moins de ses proches le temps d'un week-end pour découvrir chaque collaborateur sous un autre jour. Mais là, pas de rite initiatique – faire une course d'orientation au fin fond du Verdon avec le mince espoir de pouvoir un jour rentrer chez soi... Non, là, juste quelques heures ensemble pour se (re)découvrir et former ce groupe uni, fort et solidaire qui nous permet depuis 20 ans d'avancer dans le bon sens.

### LAURENT GARCETTE

DIRECTEUR ARTISTIQUE  
ASSOCIÉ



## SIDIÈSE, UNE HISTOIRE DE « DÉONTOLOJOIE »

Associant « déontologie » et « joie », la Déontolojoie dicte la ligne de conduite éthique et joyeuse de Sidièse. L'idée est de préserver les engagements de l'agence et des collaborateurs en s'assurant que les projets des clients soient bien en cohérence avec nos valeurs. Chaque collaborateur peut donc déclencher une réunion de Déontolojoie pour évoquer un éventuel point de tension. La liberté de décision de chacun à travailler pour un client ou un projet dont il ne partagerait pas les valeurs est ainsi garantie.

### SOPHIE BARNABÉ

CONSULTANTE





# S'ENGAGER POUR UN MONDE PLUS RESPONSABLE



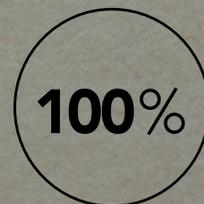
• NOS INDICATEURS DE PROGRÈS •



de partenariat  
avec l'EFS



Neutralité carbone  
de nos activités



de collaborateurs  
en transports doux

## ENJEU 7

# PROMOUVOIR DES PRATIQUES DE COMMUNICATION PLUS RESPONSABLES AUPRÈS DE L'ENSEMBLE DE NOTRE SECTEUR

Sidièse est fortement engagée dans son secteur, au niveau syndical comme dans les réseaux professionnels. Cet engagement est pour nous un accélérateur d'intégration des critères RSE dans les bonnes pratiques des agences de communication.

Gildas Bonnel est le porteur de cet engagement pour changer notre secteur. Nous sommes aussi signataires de « La belle compétition », charte de bonnes pratiques responsables des compétitions d'agences de communication signée par tous les acteurs leaders du marché. Nous participons tous les ans à la Journée Agences Ouvertes (JAO) organisée par l'AACC, lors de laquelle nous proposons à nos parties prenantes dans nos locaux des bars à thèmes, des débats, des projections sur les problématiques durables. Notre présence active dans des réseaux du développement durable (B Corp, Global Compact, Orée...) participe de cette même volonté d'élever les référentiels responsables de notre secteur.

### SIDIÈSE, PARTIE PRENANTE DE L'ÉVOLUTION DE LA PLACE DES FEMMES DANS L'ENTREPRISE

Le 22 octobre 2019 Sidièse participait à une table ronde organisée par l'association féministe Aware, de l'ESCP, sur l'évolution de la place des femmes dans les entreprises. Quelles difficultés rencontrent-elles ? Comment l'entreprise peut-elle répondre aux problématiques de discriminations ? Un moment de partage et d'échange avec les managers de demain.



### 38 TRIBUNES PRESSE

En 2019, c'est près d'une quarantaine de tribunes que l'agence a réalisé en faveur d'une communication plus responsable et des dynamiques de transition.

Nouveaux récits, entreprise à mission, raison d'être, engagement sociétal, nouveaux modèles, luxe et développement durable, surconsommation, transparence, nouvelles utopies (etc) sont autant de sujets abordés essentiellement par Gildas Bonnel et livrés au débat public et aux réflexions de notre interprofession.

LÆTITIA MEZRAHI  
DIRECTRICE ASSOCIÉE



L'ADN  
INNOVATION

Stratégies



## **BOUGER LES LIGNES DE L'INTERPROFESSION**

Notre président consacre près de 20% de son temps à mobiliser notre secteur pour l'engager à intégrer les enjeux du développement durable. Nous lui avons posé trois questions sur ces efforts de transformation de la profession.

**GILDAS BONNEL**

PRÉSIDENT

---

---

**+ DE 400H  
DÉDIÉES AUX TRAVAUX DE  
L'INTERPROFESSION EN 2019**

**AACC**

**ARPP**

autorité de  
régulation professionnelle  
de la publicité

## **Quel est votre rôle dans l'interprofession ?**

Je suis depuis longtemps engagé à l'AACC, l'Association des Agences Conseil en Communication, notre syndicat professionnel. Je siège au bureau et préside la commission RSE. Pendant six ans, j'ai également représenté les agences au CPP, le Conseil Paritaire de la Publicité, avant d'être élu administrateur de l'ARPP, l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité. Oui, beaucoup d'acronymes, je sais!

## **Quelles missions recouvrent ces fonctions ?**

En fait, je porte depuis 2007 le sujet de l'intégration du développement durable dans le secteur de la communication. Je pousse donc un certain nombre de grands chantiers pour embarquer les professionnels du secteur. Le premier objectif est d'outiller les agences de communication sur nos grands enjeux de responsabilité. Cette année, nous avons beaucoup travaillé sur des chantiers sociaux: burn-out, handicap, harcèlement sexiste et sexuel... Mais nous avons également toujours des sujets d'éco-conception. C'est à la fois un travail d'évangélisation et de partage des meilleures pratiques.

## **Quel est le projet dont vous êtes le plus fier ?**

C'est compliqué car chaque thématique croise des enjeux et des complexités différentes. Je dois dire que la mise en place du référentiel RSE Agences Actives a été une étape très importante. Permettre de labéliser et valoriser une démarche RSE vraiment adaptée à nos métiers est une vraie fierté. Deux ans après son lancement, nous ouvrons le label aux agences non adhérentes de l'AACC et je vois une vraie dynamique dans le secteur. Il faut désormais que les annonceurs l'intègrent vraiment dans leurs critères de sélection des agences partenaires.

## ENJEU 8

# MONTRER L'EXEMPLE EN RÉDUISANT L'EMPREINTE CARBONE DE NOTRE FONCTIONNEMENT INTERNE

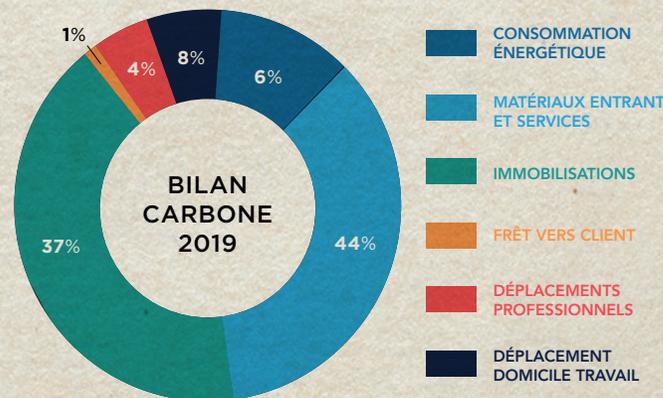
Nous agissons au quotidien pour la réduction de notre empreinte carbone. Par exemple, via notre partenariat avec Enercoop, réseau de coopératives indépendantes productrices d'électricité renouvelable implanté dans les régions, nous participons au développement d'un modèle énergétique responsable fondé sur l'approvisionnement de proximité. À l'agence, notre engagement environnemental passe par la mise en place et le suivi interne de nos éco-gestes : signalétique, filières de recyclage. Pour nos trajets professionnels, nous nous déplaçons tous soit à vélo, soit en transports en commun.

### NOTRE PARTENARIAT AVEC ENERCOOP, NOUS ENGAGE DANS LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

Depuis 2016, Sidièse a choisi la coopérative Enercoop comme fournisseur d'électricité. Ce partenariat avec le fournisseur français d'énergie renouvelable est précieux. Il nous permet de nous fournir en énergie propre, en contrat direct avec les producteurs de la coopérative, et ainsi de contribuer au projet d'Enercoop : réinvestir chaque bénéfice dans la création de nouvelles installations d'énergies renouvelables. Ce partenariat est mené parallèlement aux éco-gestes réalisés par l'équipe interne et à la pose de LED dans l'éclairage de nos locaux. De cette manière, consommer une énergie propre ne coûte pas plus cher.

**PIERRE MICHALON**

DIRECTEUR ADMINISTRATIF  
ET FINANCIER



Notre bilan carbone 2019 pour notre périmètre s'élève à 39 tonnes de CO<sub>2</sub> (avec une incertitude de 25 % sur l'ensemble des émissions). Si l'on devait chercher une comparaison symbolique, cela ferait l'équivalent de 2 h 15 de vol d'un Airbus A380. C'est trop mais on progresse.

**100%**  
D'ÉLECTRICITÉ  
RENOUVELABLE



**100%**  
DES COLLABORATEURS  
SE DÉPLACENT  
EN TRANSPORTS DOUX

## LES ÉCO-GESTES : UN CHANTIER À PART ENTIÈRE CHEZ SIDIÈSE

En matière d'éco-gestes chez Sidièse, on a la chance d'agir entre « sensibilisés ». Fidèles à notre culture du résultat, nous avons mis en place un véritable suivi et une véritable évaluation de chaque composante de ce chantier.

Les éléments de signalétique qui quadrillent les locaux nous rappellent chaque jour les bons réflexes : trier ses déchets, remplir sa gourde plutôt que d'acheter une bouteille plastique, débrancher son chargeur lorsqu'on ne recharge pas son ordinateur...

Pour la collecte des papiers, des cartons et des canettes, nous travaillons avec Cèdre, une entreprise de réinsertion. Nous collectons aussi, de manière obsessionnelle, piles, batteries, bouchons, marc de café et globalement... tout ce qui peut être collecté. Même les textiles des collaborateurs partent chez Action Froid !

Les éco-gestes chez Sidièse, c'est aussi 100% des trajets réalisés en transports doux (transports en commun, vélos et vélos électriques, trottinettes). Et comme personne n'est parfait, nous avons des efforts à faire sur le gaspillage alimentaire et la réutilisation de nos boîtes de plats à emporter. Un partenariat avec nos commerçants de quartier est en cours.



**CLARA IEHL**

CHEF DE PROJET

## LA COMPENSATION EN ACTION

Cette année encore, nous avons confié notre ambition de compensation carbone à Pur Projet. Le montant reste faible et symbolique, mais contribuer à des beaux projets d'agroforesterie donne encore plus de valeur à nos efforts de réduction menés pendant l'année.



## ENJEU 9

# S'ENGAGER AUPRÈS DE NOS COMMUNAUTÉS ET FAIRE PREUVE DE SOLIDARITÉ

À titre individuel comme collectif, nous sommes tous naturellement sensibles au besoin de s'ouvrir au monde dans notre activité. Nous donnons régulièrement notre sang au centre de collecte de proximité du 20<sup>e</sup> arrondissement de Paris. L'agence s'engage en faveur de l'ONG OXFAM, association internationale de lutte contre la pauvreté : une équipe de 4 collaborateurs participe au Trailwalker, une marche de 100km réalisée en moins de 30 heures, sans relais, qui engage l'agence à collecter avant le départ 1 500€ au profit de l'association. Nous soutenons l'association Laurette Fugain qui lutte contre les maladies du sang, en participant avec elle tous les ans à La Course des Héros, un défi sportif solidaire organisé au Parc de Saint-Cloud à Paris. Nous avons un programme de Love Money, du type mécénat d'entreprise, consistant à travailler gracieusement pour les petits acteurs de la transition écologique. Tous les ans, nous œuvrons à améliorer notre politique d'insertion en accueillant un stagiaire en situation de handicap.



### ACCUEIL DE KARWAN, STAGIAIRE MIGRANT

En octobre 2018, Sidièse a accueilli Karwan pour un stage d'un mois. Ce journaliste de 35 ans réfugié en France a fui son Kurdistan irakien en raison des menaces de la part de personnalités politiques dont il dénonçait la corruption. Par l'intermédiaire de l'association SINGA, qui crée des opportunités d'engagement et de collaboration entre les personnes réfugiées et leur société d'accueil, Karwan a pu découvrir l'environnement de travail d'une agence de communication française. Sa présence a été précieuse à plus d'un titre : sur le plan professionnel, il a contribué à développer un outil important pour l'agence ; sur le plan personnel, il a pu partager son histoire et sa perception de la France avec l'équipe. Une expérience définitivement enrichissante !

**MATHILDE HEIDARY**  
DIRECTRICE DE CLIENTÈLE

**SINGA**



### L'OXFAM TRAILWALKER: ÇA MARCHE!

100 km à pieds, ça use les souliers. Certes, mais quand c'est pour la bonne cause, ça donne une sacrée pêche ! C'est dans le magnifique écrin du massif du Morvan que Sidièse a participé à son premier OXFAM Trailwalker. En l'espace de 27 heures, les marcheurs et accompagnatrices Lætitia, Julie, Léa, Dominique et moi, avons bien tenu la distance ! C'est ainsi que la somme de 1 600€ a pu être versée à l'organisation pour lutter contre les injustices et la pauvreté. L'expérience est dingue ! À vivre impérativement ! Pas de doute : on en redemande !

**NICOLAS PERDRIX**  
DIRECTEUR GÉNÉRAL

**OXFAM**  
**TRAILWALKER**  
100KM | TEAMS OF 4 | 48HRS

## WE CAN BE HEROS

Chaque année, une équipe de collaborateurs Sidièse chausse ses baskets et se mobilise pour la Course des Héros, grand événement sportif et solidaire. Avec des centaines d'autres citoyens, nous participons à un parcours de 10 km. Le principe ? Chacun collecte des fonds pour une association (minimum de 250€ par personne) et court pour la représenter. Sidièse est aux côtés de l'association Laurette Fugain, qui soutient les enfants malades, soignants et familles contre la leucémie. Au-delà de la collecte, cette course est un temps fort d'échanges avec les bénévoles et les familles et entre nous, pour nous rappeler le sens profond de notre engagement !

**SARAH LIEDTS**

CHEF DE PROJET



## HUMANITÉ ET BIODIVERSITÉ, 1<sup>ER</sup> CLIENT DE L'AGENCE À BÉNÉFICIER DE NOTRE LOVE MONEY

**LE SAVIEZ-VOUS ?**

1  
Une alimentation saine et diversifiée est essentielle à une bonne santé. Or nous avons besoin de la biodiversité invisible des sols pour cela.  
On trouve entre 1 à 10 milliards d'individus dans un gramme de sol. Ces micro-organismes sont essentiels à la fertilité des sols qui nous nourrissent, et à l'épuration de l'eau que nous buvons.

2  
De nombreuses molécules nécessaires à la fabrication de nos médicaments sont issues de la biodiversité, plantes, bactéries, champignons, animaux.  
Par exemple, l'acide acétylsalicylique provient de l'écorce de saule blanc. Elle était utilisée depuis l'antiquité pour soulager les douleurs et les fièvres.

Humanité et Biodiversité est une association reconnue d'utilité publique et agréée au titre de protection de la nature. Elle est présidée depuis 2015 par Bernard Chevaissau-Louis, qui succède à Hubert Reeves, Président d'honneur. **Notre credo**, placer la biodiversité au cœur de nos sociétés.

**Nos quatre objectifs clés** : préserver et respecter la diversité du vivant dans une approche humaniste, intégrer la prise en compte de la biodiversité dans tous les secteurs d'activités, favoriser le développement de la biodiversité sur tout le territoire et mobiliser toute la société.

**humanité et biodiversité**  
ENSEMBLE PROTEGEONS LE VIVANT

Humanité et Biodiversité  
94 rue La Fayette • 75010 Paris  
01 43 38 04 72  
[www.humanite-biodiversite.fr](http://www.humanite-biodiversite.fr)

Réaliser avec le concours de

**SANTÉ ET BIODIVERSITÉ : TOUT EST LIÉ !**

**humanité et biodiversité**  
ENSEMBLE PROTEGEONS LE VIVANT



*La réalisation d'une magnifique plaquette pour expliquer les liens entre la santé et la biodiversité a été rendue possible grâce à la « Love Money » de Sidièse. Par ce mécénat de compétences, Sidièse a permis à notre association de réaliser un outil pédagogique qui participe à la sensibilisation du plus grand nombre sur l'importance de préserver la diversité du vivant. Merci et encore merci !*



**Sandrine BÉLIER** • Directrice d'Humanité et Biodiversité

# TABLE DE CONCORDANCE GLOBAL COMPACT



## Implanter les 10 principes dans la Stratégie et les Opérations

<b>Critère 1</b>	La COP décrit l'intégration dans les fonctions stratégiques et les unités opérationnelles	<b>Pages 11, 12, 13</b>
<b>Critère 2</b>	La COP décrit la mise en œuvre dans la chaîne de valeur	<b>Pages 6, 7, 13</b>
<b>Critère 3</b>	La COP décrit des engagements, stratégies ou politiques précis dans le domaine des droits de l'Homme	<b>Pages 7, 25, 26</b>
<b>Critère 4</b>	La COP décrit les systèmes de management en place pour intégrer les principes des droits de l'Homme	<b>Pages 27, 28</b>
<b>Critère 5</b>	La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés aux droits de l'Homme	<b>Page 22</b>

## Politiques et procédures fiables concernant les normes internationales du travail

<b>Critère 6</b>	La COP formule des engagements, stratégies ou politiques précis dans le domaine des normes du travail	<b>Pages 22 à 28</b>
<b>Critère 7</b>	La COP décrit les systèmes de management en place pour intégrer les principes relatifs au travail	<b>Pages 22 à 28</b>
<b>Critère 8</b>	La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés aux normes du travail	<b>Pages 22 à 28</b>

## Politiques et procédures fiables concernant la protection de l'environnement

<b>Critère 9</b>	La COP formule des engagements, stratégies ou politiques précis dans le domaine du respect de l'environnement	<b>Pages 29 à 33</b>
<b>Critère 10</b>	La COP décrit les systèmes de management en place pour intégrer les principes relatifs à la gestion de l'environnement	<b>Pages 29 à 33</b>
<b>Critère 11</b>	La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés à la gestion durable de l'environnement	<b>Pages 29 à 33</b>

## Politiques et procédures fiables concernant la lutte contre la corruption

<b>Critère 12</b>	La COP formule des engagements, stratégies ou politiques précis dans le domaine de l'anti-corruption	<b>Pages 25, 26</b>
<b>Critère 13</b>	La COP décrit les systèmes de management en place pour intégrer les principes relatifs à la lutte contre la corruption	<b>Pages 25, 26</b>
<b>Critère 14</b>	La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration de principes liés à l'anti-corruption	<b>Pages 25, 26</b>

## Agir pour soutenir les objectifs plus larges des Nations Unies

<b>Critère 15</b>	La COP décrit les contributions du cœur de métier aux objectifs et problématiques plus larges de l'ONU	<b>Pages 23 à 25</b>
<b>Critère 16</b>	La COP décrit des investissements stratégiques sociaux et de philanthropie	<b>Pages 22 à 35</b>
<b>Critère 17</b>	La COP décrit une prise de position et un engagement en matière de politique publique	<b>Pages 22 à 35</b>
<b>Critère 18</b>	La COP décrit des partenariats et une action collective	<b>Pages 22 à 35</b>

## Gouvernance et leadership de la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE)

<b>Critère 19</b>	La COP décrit l'engagement du Président et de la direction	<b>Page 3</b>
<b>Critère 20</b>	La COP décrit l'adoption par le Conseil d'administration et la surveillance	<b>Pages 8, 9</b>
<b>Critère 21</b>	La COP décrit l'implication des parties prenantes	<b>Page 9</b>



# 20 ANS

D'ENGAGEMENT À VOS CÔTÉS

POURVU QUE ÇA DURE...

#sidièse

62, rue Pelleport • 75020 Paris  
info@sidièse.com  
01 71 49 67 10  
www.sidièse.com