



**RAPPORT DU COMITÉ  
DE MISSION  
2020 - 2021**

**ETHICS**  
GROUP



# Entreprise à Mission

*« L'avenir imprévisible est en gestation aujourd'hui. Souhaitons que ce soit pour une régénération de la politique, pour une protection de la planète et pour une humanisation de la société : il est temps de changer de Voie. » - **Edgar morin***





Ce premier rapport du Comité de Mission est fort en symbole sur notre engagement social et environnemental. Avec cet engagement désormais intégré dans nos statuts depuis avril 2020, nous souhaitons contribuer activement à un mouvement de fond et de prise de conscience collective pour repenser nos **modes de vie** et **nos modes de fonctionnement** tant au niveau des organisations que de la société.

Hasard de l'histoire, il vient ponctuer 25 ans de travail, de réflexion, de recherche, d'investissement et d'innovation et assurément de rencontres inspirantes. 25 ans qui ont forgé une véritable philosophie de vie qui s'est affirmée dans notre ambition, notre raison d'être et notre vocation. 25 ans de missions opérationnelles au service des organisations et des territoires.

La crise COVID-19 et ses impacts socio-économiques, les évolutions climatiques, la dégradation de la biodiversité, la succession des crises économiques et financières, les tensions sociales émergentes, les nouvelles organisations du travail... sont des signaux forts qui ne font que renforcer nos convictions et qui nous obligent à repenser notre façon d'entreprendre et de vivre notre planète.

La loi PACTE 2019 (Plan d'Action pour la Croissance et la Transformation des Entreprises) proposant un nouveau cadre pour étendre ou repenser la notion de profitabilité de l'entreprise, c'est donc désormais en entreprise à mission que nous relèverons le défi de la transformation, y compris pour nous-mêmes.

Ce rapport est la première brique formelle sur ce nouveau chemin qui rend compte en toute transparence de la sincérité de notre engagement, de notre démarche, de notre gouvernance concertante, de la singularité de notre offre, de notre état d'esprit et de nos actions avec leurs impacts. Nous sommes heureux de le partager et espérons qu'il aidera d'autres entreprises à franchir le Rubicon !

Je remercie l'ensemble des collaborateurs d'ETHICS Group avec son comité stratégie sans lesquels cette belle aventure n'existerait pas et avec eux, c'est tous les membres du Comité de Mission que nous remercions pour leur présence à nos côtés, leurs précieuses réflexions et leur bienveillance.

**Thierry Pédeloup**  
Président d'ETHICS Group

Ce Comité de Mission s'est constitué à l'initiative d'ETHICS Group, de son comité stratégie et de son président dans le courant de l'année 2020/2021.

Nous avons tous été personnellement et indépendamment sollicité pour faire partie de cette nouvelle communauté afin d'accompagner l'entreprise dans sa mission sociale et environnementale.

Honorés de cette proposition, du signe de confiance et à la fois intrigué et intéressé par l'objet qui retient toute notre attention, nous avons répondu favorablement à cette invitation. Chacun y est bien évidemment venu avec son prisme de lecture, ses questions, ses réflexions et la volonté de jouer un rôle actif et responsable dans ce nouveau cadre juridique.

Avec l'éclairage d'un premier dossier sur le cheminement suivi par ETHICS Group, son ambition, sa raison d'être, sa vocation, sa philosophie, sa gouvernance, ses missions et ses objectifs, nous nous sommes tous découverts dans une première rencontre physique en mai 2021 puis une deuxième en novembre 2021. Deux rencontres humaines d'abord et riches d'échanges qui nous ont permis de prendre la dimension de notre rôle, de le préciser, d'estimer nos apports potentiels, de bien positionner le Comité de Mission, de mesurer les moyens engagés et de partager nos attentes comme nos valeurs. Deux rencontres qui nous ont permis d'approfondir les enjeux stratégiques dans un champ de réciprocité.

Désormais, en tant que membre du Comité de Mission, nous avons le devoir de nous assurer du bien-fondé social et environnemental de la mission tout en étant force de propositions dans un esprit de progrès. Par cet engagement, nous entrons dans un champ de confiance réciproque.

Nous faisons le choix d'une aventure entrepreneuriale et humaine qui devrait nous permettre d'explorer une nouvelle voie pour nos organisations.

Ce premier rapport du Comité de Mission pose les fondements de l'entreprise à mission ETHICS Group, délivre des informations précieuses sur son engagement et son avancement puis ouvre la voie vers de nouvelles orientations. Il ouvre la question de la mesure des impacts sociaux et environnementaux qui ne saurait se contenter d'indicateurs de performance traditionnels et il introduit des discussions notamment sur l'évolution du système économique et comptable vers une comptabilité écologique dans le temps de transition que nous connaissons tous.

Au-delà du rôle de vérificateur, le Comité de Mission sera donc amené à faire des recommandations pour amplifier la résonance sociale et environnementale de la mission d'ETHICS Group en visant au-delà de la rentabilité et du profit tels qu'ils sont mesurés actuellement.

Nous nous réjouissons de cette initiative que désormais nous soutenons auprès et avec l'équipe ETHICS Group et son comité stratégie.

Pour l'heure, nous vous invitons à découvrir ce premier rapport du Comité de Mission qui est cosigné par tous les membres dans l'esprit de coopération et de concertation qui caractérise la culture et la gouvernance du groupe.

**Abdelmalek BENZEKRI, Philippe BENZONI, Olivier BOUREZ,  
Mickael BUTTERBACH, Michel BRUGEROLLES, Philippe CREBASSA,  
Nicolas LANGEVIN, Pascal RECCHIA, Laurent SICART, Virginie STEVA-TOUZERY**

# SOMMAIRE

PRÉAMBULE

5

LA RAISON D'ÊTRE

7

LES MISSIONS SOCIALES ET ENVIRONNEMENTALES

9

LE COMITÉ DE MISSION

11

9 AXES DE RÉSONANCE

15

DES VALEURS SOURCES DE SENS

17

LA GOUVERNANCE CONCERTANTE

19



LES 6 CENTRES DE CRÉATION DE VALEUR

21

LE CHEMIN 2020-2021

23

INITIATIVES EXTERNES 2020-2021

25

INITIATIVES INTERNES 2020-2021

27

IMPACTS DE LA MISSION

29

RÉSULTATS OBTENUS

35

POUR ALLER PLUS LOIN ENSEMBLE

37

# PRÉAMBULE

**T**rouver un sens à la vie est une question qui se pose de manière récurrente à chaque être humain. Ce sens à la vie ne se trouve pas uniquement en nous-même mais aussi dans notre famille, dans notre vie sociale, dans la cité, dans la culture et dans les actions que nous entreprenons.

De la même façon, dans **l'entreprise se pose la question du sens**, à titre individuel et au titre de la communauté. À sa création et le long de son histoire **sa raison d'être s'énonce puis se renforce**. Elle donne le sens de la marche et des moyens à mobiliser. Les années passant, elle s'affirme et contribue à donner **du sens à la vie de chacun au sein et avec le collectif**, dans son quotidien, dans son ambition, dans sa volonté d'être singulier.

**ETHICS Group** a bâti, sur les fondements de sa première marque, qui fut aussi sa première expertise en organisation et management, sa singularité et sa propre raison d'être. En **25 ans**, le groupe a façonné et affirmé cette singularité en dehors des conformismes mais dans un environnement socio-économique encore conventionnel.

Une singularité qui prône **le bien vivre ensemble** avec un **mode de fonctionnement plus participatif et plus coopératif** en pariant sur **l'intelligence collective et la bienveillance** des Hommes à l'échelle des organisations et de la société.

Avec d'une part, la volonté de soutenir **une vision transverse, multiforme et ouverte des organisations** de tout type, et d'autre part, l'appui à la réalisation en **concertation de projets d'intérêt commun** au cœur des territoires.

Une raison d'être pour créer de la valeur pour les **Hommes, les citoyens, pour les organisations, les collectivités et les territoires, par la synergie des talents** et par leur **capacité à donner le meilleur d'eux-mêmes à l'échelle du collectif**.

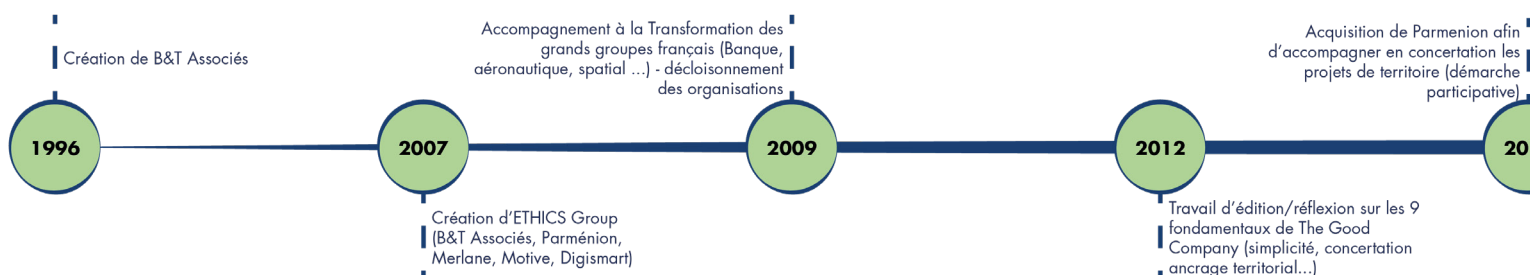
Cette singularité comme leur raison d'être sont ancrées profondément dans leur ADN avec un **engagement social et environnemental** qui se traduit dans leur **culture**, leurs **savoir-faire** et la **nature de leurs missions**.

**Le groupe incarne intrinsèquement ce qu'il prône**. Au fil des années, sa culture s'est forgée avec ses particularismes qui font que tous les **Tixies** vivent dans leur quotidien ce qu'ils apportent aux clients partenaires. Ils **humanisent le sens** et **donnent du sens à leur vie, à ce qu'ils réalisent et aux autres**.

Au-delà de tous les courants de pensée philosophique ou managériale tels que *l'holocratie, l'entreprise libérée...* c'est avant tout **une dynamique entrepreneuriale** ancrée dans la réalité. Il n'y a rien de dogmatique, simplement la volonté d'inspirer, de mobiliser et de réunir des forces pour **envisager le monde autrement**.

C'est ainsi que s'est forgé **le mouvement « La Bonne Compagnie » avec ses 9 fondamentaux** pour un développement responsable et durable. **ETHICS Group** veut participer à l'émergence d'un nouveau paradigme dans une **économie collaborative symbiotique et inclusive**.

Aujourd'hui, la vision et l'engagement historique du groupe entrent en **résonance avec les besoins de transformation des organisations et de la**





**société.** « Il n'y a pas de hasard, il n'y a que des rendez-vous » disait Paul Eluard. Alors leur raison d'être représente une responsabilité accrue pour contribuer à **humaniser l'humanité** et saisir dans cette crise l'opportunité **d'impulser un renouveau!**

C'est assez naturellement qu'ETHICS Group s'est tourné, dès la publication du décret en janvier 2020, vers **le statut d'entreprise à mission qui a été acquis en avril** de la même année. L'entreprise est parmi les toutes premières en Occitanie, si ce n'est la première, et parmi la petite centaine d'entreprises à mission à l'échelle de la France un an après. Probablement avec aussi l'espoir d'une plus grande **résonance** de la cause qu'elle défend et de plus de reconnaissance à l'échelle de notre région, de notre pays et au-delà de nos frontières. Car l'enjeu à relever c'est d'embarquer toutes les entreprises dans **une mission à impact social et environnemental sincère et profonde.**

Leur **gouvernance concertante télé étendue**, déjà si singulière par son approche coopérante et participative, intègre désormais **un Comité de Mission** qui réunit différentes parties prenantes pour suivre et renforcer **les objectifs sociaux et environnementaux**, en conformité avec leur raison d'être.

Ainsi, **fidèle à son approche**, ETHICS Group vit avant ses partenaires une expérience qui lui permet de les accompagner efficacement vers ce statut qui pourrait les faire évoluer profondément et aborder toutes les **transitions.**

**Ses objectifs sociaux et environnementaux** sont déployés dans toutes les missions et actions

entreprises. Chacun porte ses objectifs dans l'alignement de ceux de ses clients/partenaires et du groupe. Des objectifs alignés également avec le sens que chacun souhaite donner à sa vie. Car il n'y a qu'une vie et qu'un sens pour **bien vivre.** Toute tentative de dichotomie est vouée au mieux à la frustration, au pire au mal être.

Au-delà de ce que nous sommes, nos actes doivent avoir **une force d'entraînement.** Le contexte exceptionnel de crise généralisée que nous vivons nous oblige à **faire preuve d'une grande humilité** face aux incertitudes mais nous enjoint à **adopter une attitude offensive** pour **ne pas manquer le virage de la relance et du nouvel ordre.** C'est plus que de la **résilience.**

Les défis que nous devons relever sont difficiles et importants. Il nous revient de les prendre avec **un grand enthousiasme, en dépassant nos peurs, pour incarner le monde que nous voulons voir.** La majorité des citoyens, dont nous sommes, espère une **évolution positive de notre société, de la nature et du climat.** Nous pouvons prendre l'initiative pour montrer une part du chemin.

Voilà pourquoi ETHICS Group accompagne de nombreuses entreprises de la **PME au grand groupe** en passant par les **ETI**, privées ou publiques, dans tous les métiers et de nombreuses **collectivités** sur tout le territoire afin de mobiliser toutes les énergies pour emprunter le **chemin de la réussite** dans un contexte de développement, de retournement, de fusion, de transition...



# LA RAISON D'ÊTRE

Le premier acte d'une entreprise à mission est donc de se doter d'une raison d'être. Celle d'ETHICS Group est établie de longue date et elle est née de **l'ambition** qui anime, transcende et donne du sens au groupe et à sa vie :

« *Humaniser **l'humanité en résonance** avec soi, les autres, la nature et le monde* »

Une utopie pour certains, une volonté pour d'autres. ETHICS Group veut simplement jouer **un rôle actif dans l'écologie de la société, des organisations et des territoires** parce que c'est à ce niveau que se dessinent les modes de fonctionnement, les modes de vie et les relations sociales. C'est en agissant sur le terrain et dans le quotidien de ses interlocuteurs qu'ETHICS Group souhaite faire émerger **un nouveau paradigme**.

La crise sanitaire, économique et sociale liée à la COVID-19, renforce sa vision et d'autant **sa raison d'être** ainsi formulée :

« **Contribuer à la transformation des organisations et des territoires pour le développement agile, performant, responsable et durable d'un environnement où il fait bon vivre.** »

Cette raison d'être s'inscrit dans une intention profonde de **faire juste**, de **faire le bien** et de **faire utile** pour toutes les parties prenantes engagées à ses côtés.

ETHICS Group a une réelle **vocation** de **défricheur**, de **créateur** et de **fédérateur**. Les forces du changement sont assurément dans l'intelligence collective, l'intelligence sociale, l'intelligence émotionnelle, la **confiance** et la **solidarité**. Et plus encore, dans l'**intelligence intuitive** qui est, selon les neurosciences, en chacun de nous mais qui est à cultiver, travailler et aiguiser au quotidien. ETHICS Group ne porte pas de vérité mais crée le mouvement pour **oser, agir et vivre l'impermanence**. D'où cette vocation qui se décline de cette raison d'être.





« *Inspirer, rassembler et soutenir **La Bonne Compagnie** pour **une Société Nouvelle*** »

Chacun doit **intégrer, appréhender et incarner avec justesse la culture de son entreprise et son fonctionnement singulier avec ses valeurs fondamentales**, comprendre les enjeux de toutes les parties prenantes et de la société, dans le but de :

« *Mobiliser toutes **les énergies** pour le meilleur* »

Le meilleur consistant à produire ou se donner les moyens de « générer » par le cœur de ses activités et la nature de ses actions des **externalités positives** et de réduire ses **externalités négatives**.






Étant précisé que toutes les transitions sont attachées à des contextes et des rythmes qui sont liés à leur nature et toutes sont dépendantes de **la volonté et de l'engagement des femmes et des hommes** qui leur donnent corps.

ETHICS Group agit pour et avec **la communauté de ses clients/partenaires, la communauté de ses fournisseurs/partenaires** et de toutes **les parties prenantes** en s'inscrivant, autant que faire se peut, dans une **démarche inclusive** soutenue par un **bonheur eudémonique** (accomplissement de soi, sens à la vie).



# LES MISSIONS SOCIALES ET ENVIRONNEMENTALES

Les missions d'ETHICS Group ont une dimension sociale, territoriale et environnementale directe ou indirecte selon leur nature. Bien au-delà de la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (RSE), couramment admise dans les organisations, la cause qu'elle défend, la variété et la nature de ses missions doivent avoir un impact réel et opérationnel sur les organisations, les Hommes et l'environnement.

-  **Réalisation de missions opérationnelles en soutien** d'actions à impact social ou environnemental.  
Ex. : Accompagnement de projets de transformation au cœur de la société dans les énergies renouvelables, l'attractivité des territoires, la dynamisation des cœurs de ville, les zones à faible émission, la mobilité, l'urbanisation, la gestion des déchets, le patrimoine mondial (UNESCO)...
-  **Réalisation de missions opérationnelles de transformation ou de pilotage** des organisations, des projets ou des territoires avec un impact sur les relations humaines, le bien vivre et/ou l'environnement
-  **Animation d'un centre de résonance** permettant d'encourager l'ensemble des collaborateurs à animer des concertations hors du champ de l'entreprise
-  **Réalisation de publications** pour inspirer une Société Nouvelle et des modes de fonctionnement plus coopératifs et plus participatifs au sein des organisations
-  **Inspiration avec l'ETHICS Village et le réseau de Tiers-lieux** pour la transformation des territoires et des organisations et la création de Tiers-lieux

0%



**Acculturation des jeunes générations** pour animer le mouvement d'une Société Nouvelle (conférences inspirantes, animation de dynamiques concertantes...) auprès des collèges, lycées, universités, écoles...



**Accompagnement de jeunes entreprises** pour le développement économique et territorial dans un esprit communautaire



**Inspiration d'un mouvement de transformation** des organisations (conférences, publications...)  
Ex. : Accompagnement de projets de transformations, fusions, retournements, gestion de crises, mise en place d'une gouvernance concertante, adoption du statut d'entreprise à mission, projets agiles, centres de services, mise en place de tableaux de bord pour un pilotage opérationnel efficient...



**Réalisation d'événements et de concertations** sur l'innovation citoyenne et managériale



**Déploiement du réseau social de concertation Colidée** pour connecter les idées et vivre en résonance

Par ailleurs, **ETHICS Group** s'engage dans diverses autres actions pour augmenter la résonance de son engagement :



**Mécénat social ou activités associatives**



**Sondage baromètre** annuel sur le niveau de résonance de la concertation



**JT de la transformation et de l'économie collaborative**  
« La Bonne Compagnie » sur Colidée TV avec les partenaires et les start-ups



# LE COMITÉ DE MISSION

**Des femmes et des hommes qui partagent des valeurs** et qui ont accepté de prendre une part de leur temps pour participer à cette dynamique aux enjeux multiples. Des femmes et des hommes qui agissent en responsabilité et qui comprennent que nous avons tous **une responsabilité sociale et environnementale à titre personnel et collectif**. Des femmes et des hommes qui décident d'**oser** et d'**agir en réciprocité pour vivre l'impermanence** en sortant des conformismes.

Chacun dans des environnements différents, chacun dans des organisations et des métiers différents, chacun avec une histoire personnelle singulière, chacun avec un regard sur notre société... une somme de différences qui fait **la richesse de cette communauté naissante d'acteurs volontaires du changement**.

Entreprise (start-up, PME, ETI, Grand Groupe), profession libérale, indépendant, association, université et école, tous sont représentés. Les collectivités et autres organisations publiques y auraient leur place tant l'entreprise les accompagne sur le terrain.

**ETHICS Group** transgresse les limites de son organisation pour **vivre à livre ouvert avec son Comité de Mission** qui incarne les bases d'une **communauté de sens et d'intérêt** pour un mouvement qu'ils espèrent d'ampleur.

Ce Comité de Mission concrétise, d'une certaine façon, **l'esprit partenarial** et la volonté de mobiliser les énergies pour **agir ensemble**, en complémentarité, dans un élan de solidarité qui dépasse les enjeux de chacun.

La vocation du Comité de Mission : accompagner, orienter et actionner ETHICS Group comme un acteur de la transformation des organisations et des territoires. Mais aussi, **animer une résonance dans leur écosystème respectif**.





**Abdelmalek BENZEKRI**

(Directeur de recherche, directeur de la formation continue de l'université de Toulouse III) – Cyber sécurité



**Philippe BENZONI**

(Directeur général et associé du groupe Signatures, commissaire aux comptes) – Expertise comptable et Finances



**Olivier BOUREZ**

(Directeur régional de l'Association NQT) – Emploi et insertion



**Mickael BUTTERBACH**

(Directeur des ressources humaines d'Airbus France) – Industrie Aéronautique



**Michel BRUGEROLLES**

(Directeur Général de TBA) – Aménagement d'espaces



**Philippe CREBASSA**

(Président de l'aéroport de Toulouse-Blagnac) – Transport



**Laurent DEZOU**

(Président fondateur de Gisaia) – Big Data



**France GERBAL**

(Fondatrice d'AOC tourisme, professeur à TBS) – Tourisme



**David HABRIAS**

(Directeur général fondateur du groupe KARDHAM Architecture) – Urbanisme



**Nicolas LANGEVIN**

(Directeur général Crédit Agricole 31 et responsable national de l'engagement sociétal des caisses CA régionales) – Banque et finances



**Pascal RECCHIA**

(Président fondateur de DigiKare) – Santé



**Laurent SICART**

(Dirigeant d'Orange Business Services) – Digital et Télécom



**Virginie STEVA-TOUZERY**

(Avocate, fondatrice du cabinet STV Avocats) – Droit des affaires

Ce Comité de Mission, n'est pas le fruit du hasard, il est le fruit de belles rencontres enrichissantes avec ses membres.

Les représentants d'ETHICS Group :



**Thierry PEDELOUP**  
Président



**Stéphane PEDELOUP**  
Animateur Gouvernance –  
ETHICS One Entreprise



**Séverine SANSON**  
Animatrice Marketing de l'offre –  
ETHICS One Académie



**Jérôme BOURGEOIS**  
Animateur communication et  
concertation –  
ETHICS One Collectivités



**Marie PODEVIN**  
Animatrice missions –  
ETHICS One Tiers-lieu



**Cyril PEKALA**  
Animateur missions –  
ETHICS One Média



**Clémence LABORIE**  
Animatrice missions –  
ETHICS One Digital



**Sandrine LEQUERNEC**  
Animatrice ressources humaines –  
ETHICS Village



**Stéphane SAUTOUR**  
Animateur finances et certifications  
Réfèrent entreprise à mission



**Mark BAILEY**  
Animateur missions et  
développement international



**Michael POSS**  
Animateur conquête et  
développement international



Ce comité, par sa densité, incarne une véritable intelligence collective qui est animée à chaque rencontre pour croiser les réflexions et faire grandir les idées. Il incarne la nécessité de rassembler largement et de se soutenir en réciprocité pour relever les défis qui se présentent et assumer toutes les incertitudes qui leur font face (bien au-delà de la gestion des risques).

Par ailleurs, lors de certaines sessions du Comité de Mission, qui a vocation de se réunir deux fois par an, tous les collaborateurs sont invités à y assister et à participer à un temps d'échange.



# LES 9 AXES DE RÉSONANCE

La raison d'être n'est pas une simple intention ou un affichage. Elle est **immanente** d'abord et **transcendante** ensuite. Elle naît à l'intérieur de l'entreprise et doit résonner à l'extérieur.

La résonance d'ETHICS Group est une conséquence de sa stratégie de développement, de sa créativité, de son engagement et de ses actes. Elle est multidimensionnelle et suit des axes de résonance selon **les singularités** forgées au fil des années.

C'est ainsi que l'entreprise résonne dans l'environnement socio-économique et affirme son positionnement sur des marchés chaotiques et instables. Plus encore, ils lui permettent de **progresser en dehors des champs de la concurrence frontale**. Son offre est difficilement comparable à d'autres parce qu'elle est empreinte de son histoire, de ses réflexions, de son regard sur le monde et d'une réelle philosophie de vie. ETHICS Group n'avance pas par opportunisme de marché mais en suivant **une ligne de conduite qui s'inscrit dans le long terme**. Il y a 25 ans, elle cultivait déjà l'ambition d'apporter un management transverse et agile dans les organisations en pariant sur l'intelligence collective et la bienveillance. Depuis, ses axes de résonance se sont amplifiés par ses actions et ses innovations.

Ce sont des moyens pour «**polliniser**» toutes les organisations, les projets et les environnements dans lesquels ETHICS Group œuvre.

Une résonance aux autres qui ne s'oppose pas à la **technique**, aux **méthodes**, aux **outils**, aux **savoirs** et à **l'économie**. Son bagage technique et méthodologique lui permet de répondre aux attentes. Ses **savoir-faire**, la **synergie singulière de ses talents**, sa **créativité** et sa **culture de « La Bonne Compagnie »** avec tous ses **axes de résonance** lui permette de dépasser les exigences.

C'est pourquoi, dans tous les contextes, son attention se tourne prioritairement vers sa **capacité à créer de la valeur par l'innovation** en dehors des conformismes.

**Sa valeur ajoutée dépasse largement le monde des sciences exactes**. Elle se situe à l'échelle de **l'humain** et des **relations sociales**.

Ainsi pour faire émerger d'autres **modes de vie**, bousculer les conformismes et les habitudes, introduire de nouveaux rapports avec les autres, **développer la coopération**, apprendre à **mieux agir ensemble** pour créer plus de valeur... cela tient à chacun.

L'humain, les relations sociales et la culture sont au cœur de son dispositif soutenus par quelques éléments plus matérialistes.

Pour établir son offre **ETHICS One** et s'est donné au fil de son histoire qu de ces **moyens qui sont aussi des a** changement apporté sera la plus for

**La Fabrique ETHICS**,  
une synergie de talents  
et de savoir-faire centrée  
sur la transformation des  
organisations et des  
territoires

**L'économie  
collaborative  
ETHICS**, les initiatives  
entrepreneuriales du  
groupe

**L'ETHICS Académie**,  
un centre d'apprentissage  
et de reconversion  
proposant des parcours  
immersifs

**Les Editions ETHICS**,  
le livre « **La Bonne  
compagnie** », la ligne  
éditoriale **Réflexions en 9  
fondamentaux** »,  
les éditos

**L'ETHICS Village**, le  
siège social et le Tiers-  
lieu emblématique de  
transformation des  
organisations et des  
territoires et son espace de  
concertation

**L'ETHICS Biotope**,  
le biotope des jeunes  
entreprises qui apprennent  
l'autonomie dans un esprit  
collaboratif

**Le mouvement « La  
Bonne Compagnie »** et  
ses 9 fondamentaux

**EasyGouv**, le support  
à la gouvernance  
concertante

**La suite Colidée**, le réseau  
social de concertation et  
d'animation de l'intelligence  
collective, **Colidée Tv et  
sa région**, les événements  
concertants hybrides ou  
distanciels

réaliser ses **missions**, ETHICS Group  
quelques moyens et c'est à la croisée  
**axes de résonance** que l'intensité du  
te.



## DES VALEURS SOURCES DE SENS

Si elles ne se décrètent pas, les valeurs s'expriment, se cultivent, se partagent et s'incarnent. Elles amplifient la résonance et affirment le sens. **Sans valeur, il n'y a pas de raison d'être.**

De l'utopiste au réaliste, en passant par le philosophe et le simple citoyen, tel est l'agitateur des idées d'**ETHICS Group** qui porte dans son ADN, et depuis sa création, une forte singularité culturelle incarnée par son **mode de fonctionnement concertant**, coopératif et collaboratif. **Une façon naturelle d'incarner un nouveau paradigme** qui s'appuie sur les **9 fondamentaux de « La Bonne Compagnie »**, l'organisation agile et performante où il fait bon vivre. Une manière de vivre au quotidien qui enrichit sa singularité auprès de toutes les parties prenantes.

L'humain se traduit dans des valeurs qu'il ne revendique pas mais qu'il porte et partage.

Dans ce domaine, **seuls les comportements sur le temps sont révélateurs de la sincérité.**

**Le questionnement en est une source d'inspiration et de sens.**

Sommes-nous en résonance avec nous-mêmes, avec les autres, avec la nature et le monde ?

Sommes-nous solidaires ?

Agissons-nous en réciprocité? Sommes-nous bienveillants ?

Faisons-nous preuve d'empathie et de sollicitude ?...

Porter une valeur c'est **d'abord se questionner** sur ladite valeur. Conduire ce questionnement collectivement fait partie de la construction d'une part de de la culture du groupe. Ce qui en résulte est **un cheminement personnel et collectif qui renforce la singularité et la conscience du tout.** Il n'y a, en la matière, aucune certitude, aucun chemin qui s'impose, aucune vérité.

*La mission sociale et environnementale d'ETHICS Group commence par cet effort particulier et récurrent pour appuyer et **donner de l'envergure à toutes ses missions opérationnelles.***

50%  
homme/femme

10  
apprentis et  
jeunes  
embauchés  
(<26 ans) en  
2021






34 ans  
moyenne  
d'âge

90%  
de contrats CDI  
(10% restant  
VIE/Apprentis/  
Stagiaires)



# LA GOUVERNANCE CONCERTANTE

**La gouvernance concertante**, une autre singularité, détermine un cadre d'animation et tous les espaces permettant d'évoluer dans ou pour l'organisation avec beaucoup de **liberté**, d'**autonomie**, une grande **responsabilité** et des **devoirs** :

-  **Concertation** continue de l'ensemble des Tixies sur la vision stratégique de l'entreprise, sur l'évolution de ses missions opérationnelles, sur l'évolution de ses solutions, sur la vie au sein de l'ETHICS Village...
-  **Responsabilisation** des Tixies dans la gouvernance concertante de l'entreprise au travers de comités d'animation et de pilotage.
-  **Animation** d'un **centre de « réseautage »** pour tous les Tixies volontaires à renforcer son rôle d'ambassadeur, à faire connaître la mission du groupe et à faire savoir sa raison d'être pour renforcer son impact et la résonance dans la société.
-  **Acculturation** des Tixies et des partenaires au travers du chemin de la réussite de La Bonne Compagnie.
-  **Engagement** volontaire des Tixies dans diverses **actions solidaires** pour porter cette vision humaniste, inspirer, rassembler et soutenir (NQT, aide à l'emploi ; AÏDA, aide à la culture ; ETHICS Biotope et French Tech, aide à l'entreprise ; ETHICS Village, OCEAN'IC, Clubs d'entreprises...)

Dans la gouvernance concertante chacun est encouragé à **prendre des initiatives** de sens dans l'intérêt commun. *Aucun ne doit attendre de savoir ce que va faire l'entreprise pour elle ou lui mais savoir ce qu'il va faire pour l'entreprise afin d'atteindre ses objectifs.*

Dans ce contexte, tous les sujets structurants de l'entreprise sont portés en concertation parfois ouverte à ses partenaires.

Le **système de management qualité** d'ETHICS Group est **certifié ISO 9001**.



## LES CENTRES DE CREATION DE VALEUR

Chacun de ces centres est animé dans un **esprit entrepreneurial** en responsabilité de sa stratégie de développement agile et durable, des moyens et ressources engagés et du déploiement efficient de solutions.

Tous collaborent activement et en complémentarité au développement du groupe suivant un modèle d'économie collaborative avec une **communauté de clients acteurs** de l'évolution de ses offres et une **communauté de partenaires** pour multiplier les valeurs dans un esprit de réciprocité. Ainsi **les richesses sont réparties**, in fine, équitablement entre toutes les parties prenantes.

Dans ce contexte, chaque centre de création de valeur anime une communauté qu'il peut élargir autant que de besoin en s'appuyant sur tous les axes de résonance du groupe. *C'est notamment le cas pour ETHICS One Académie et ETHICS One Média au travers de communautés de free-lances spécialisés en coaching, en infographie...*

Les frontières entre les structures engagées sont perméables conférant au dispositif une **plus grande agilité** tout en augmentant sa **capacité d'action**.

Une façon de plus de soutenir le changement vers un nouveau paradigme et d'être **acteur de l'écologie des entreprises**.

## LES ESPACES COLLABORATIFS

Les **espaces collaboratifs**, véritables **lieux d'acculturation**, de **concertation** et d'**échanges**, sont ouverts à l'ensemble des Tixies. Des **rituels** qui permettent d'appréhender l'entreprise dans son ensemble pour mieux animer son **intelligence collective**, son **intelligence émotionnelle** et son **intelligence sociale**. Ils viennent compléter les temps de communication trimestriels.

En s'appropriant les enjeux du groupe, comme ses processus et sa vision, il est possible de participer à son évolution, de se situer, de comprendre son utilité, de **développer son potentiel** et d'avoir la capacité de **mener les missions les plus complexes** à la fois d'un point de vue humain et technique.

Ces espaces accélèrent la **prise de recul** nécessaire à la bonne conduite des missions. Ils sont actuellement sur 3 thématiques :

-  **Stratégie et ressources**
-  **Marketing et solutions**
-  **Projets agiles**



# LES 6 CENTRES DE CRÉATION DE VALEUR



**82**  
clients sur les  
années  
2020 et 2021



Le développement des missions est assuré au travers d'une offre que le groupe a restructuré en janvier 2021 à l'issue d'une concertation de 6 mois en **6 centres de création de valeur** qui agissent sur des marchés différents, parfois superposés ou interconnectés. Les 3 premiers centres de création de valeur ciblent un marché quand les trois autres sont des leviers d'action transversaux :

**ETHICSONE**  
ENTREPRISES

Solutions pour la transformation et le pilotage opérationnel de la performance des organisations, la gouvernance concertante. Soutien aux entreprises à mission.

Solutions pour la concertation, la communication sensible, l'animation de projets d'intérêt commun, la stratégie de développement des territoires, la gouvernance participative.

**ETHICSONE**  
COLLECTIVITES

**ETHICSONE**  
ACADEMIE

Parcours d'apprentissage personnel et collectif, coaching et formation aux nouveaux modes de fonctionnement et au nouveau leadership entrepreneurial.

Solutions pour la création et l'animation de Tiers-lieux (coopération public/privé) leviers de transformation sociale et environnementale au cœur des territoires.

**ETHICSONE**  
TIERS-LIEU

**ETHICSONE**  
MEDIA

Solutions pour la création d'événements concertants physiques, hybrides et/ou digitaux dans une ligne éditoriale innovante.

Solutions digitales pour la transformation numérique des organisations et l'animation de l'intelligence collective avec deux plateformes emblématiques : EasyGouv, pour la gouvernance concertante télé-étendue; Colidée, plateforme de concertation et d'animation de l'intelligence collective.

**ETHICSONE**  
DIGITAL

# LE CHEMIN 2020-2021

AVRIL  
2020

Le statut entreprise à mission

JUIN  
2020

Communication entreprise  
Embarquement des Tixie  
revue de l'offre

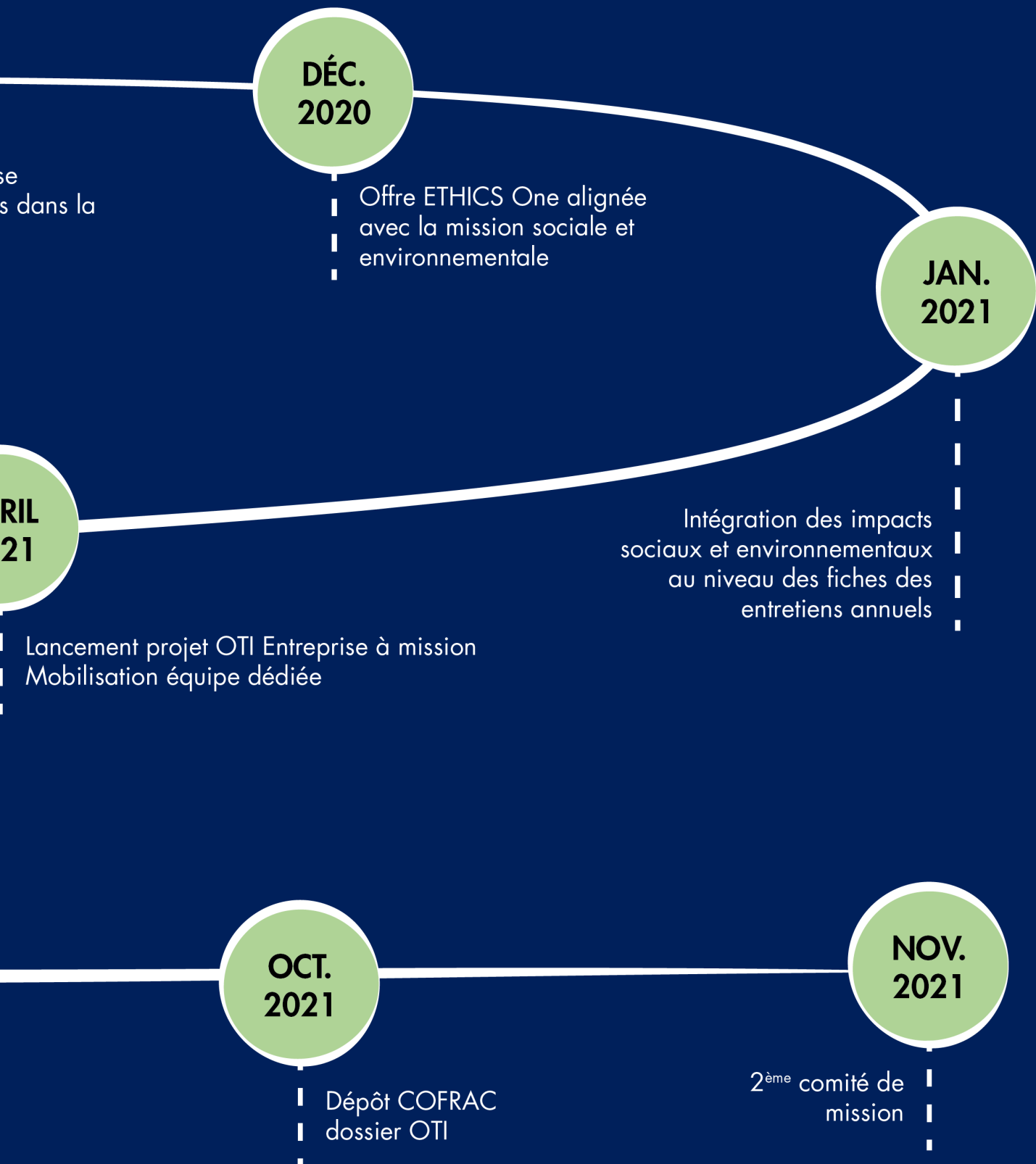
MAI  
2021

1<sup>er</sup> comité de mission

JUIL.  
2021

Participation au Big Tour

Depuis 25 ans ETHICS Group œuvre pour repenser les modes de vie et de fonctionnement des organisations et des territoires en intégrant les enjeux sociaux et environnementaux. La crise de la Covid-19 aura marqué un tournant dans notre société en accélérant la prise de conscience collective autour des enjeux écologiques, sociaux et économiques. Dès la publication du décret, le groupe a alors naturellement acquis le statut d'entreprise à mission et adapté ses offres pour soutenir la transformation de notre société en répondant directement aux enjeux des organisations et des territoires dans le contexte actuel.



# INITIATIVES EXTERNES 2020-2021

Accompagnement à la concertation et à la communication du projet agrivoltaïque zone de Courlis (GHLD)

SEPT.  
2020

OCT.  
2020

NOV.  
2020

MA  
20

Accélérer la mutation et le développement des PME et ETI (COJER Encastrables)

Accélérer la modernisation voire la mutation des services de l'état, des collectivités et trouver un nouvel équilibre (Cité administrative de Toulouse)

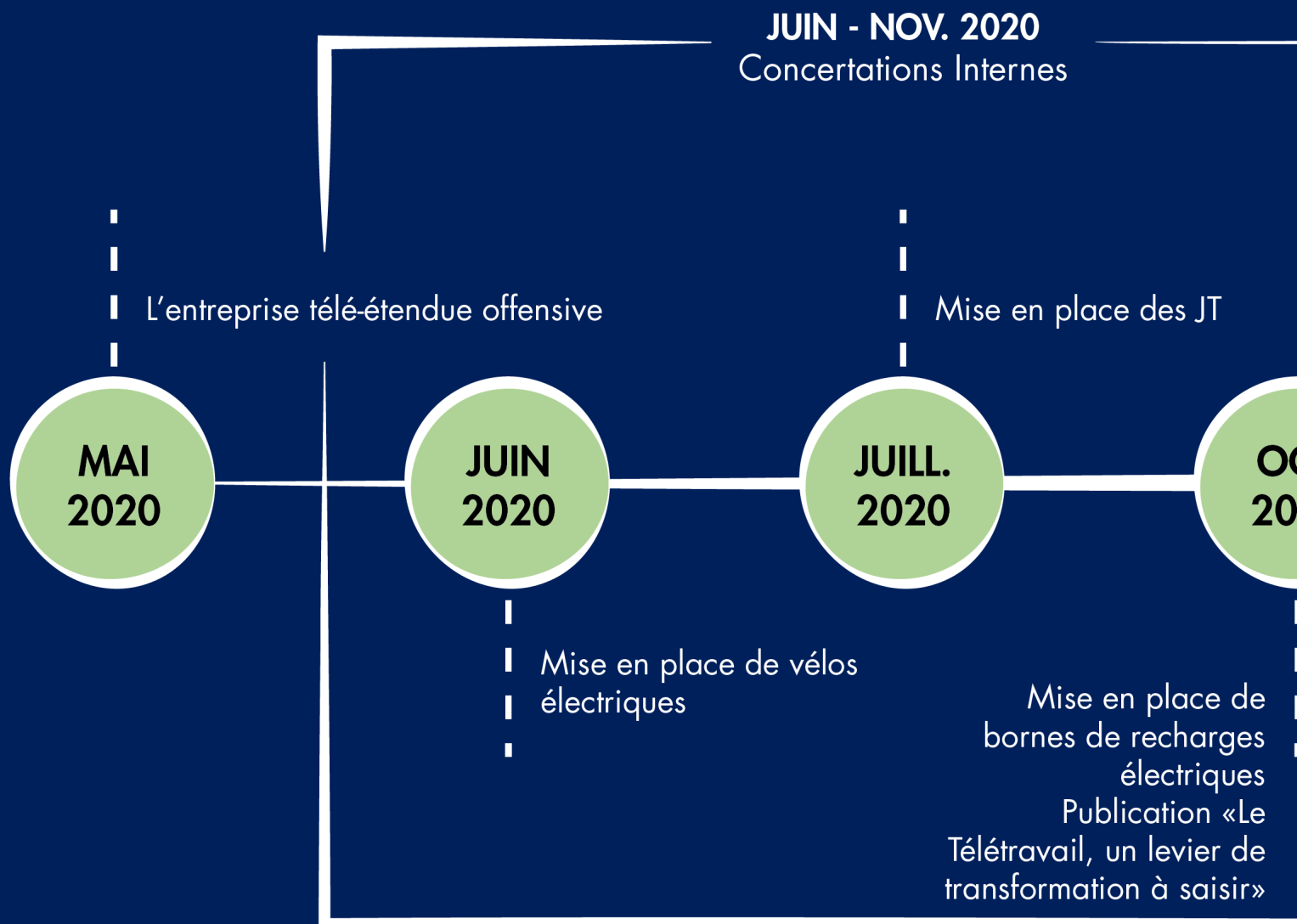
6

jeunes entreprises accompagnées en 2021

En 2020 et 2021, ETHICS Group a activement contribué à la transformation des organisations et des territoires en intégrant les enjeux sociaux et environnementaux au cœur de ses missions. Le groupe est intervenu auprès d'acteurs très divers : entreprises de toutes tailles, territoires, associations, institutions publiques etc.

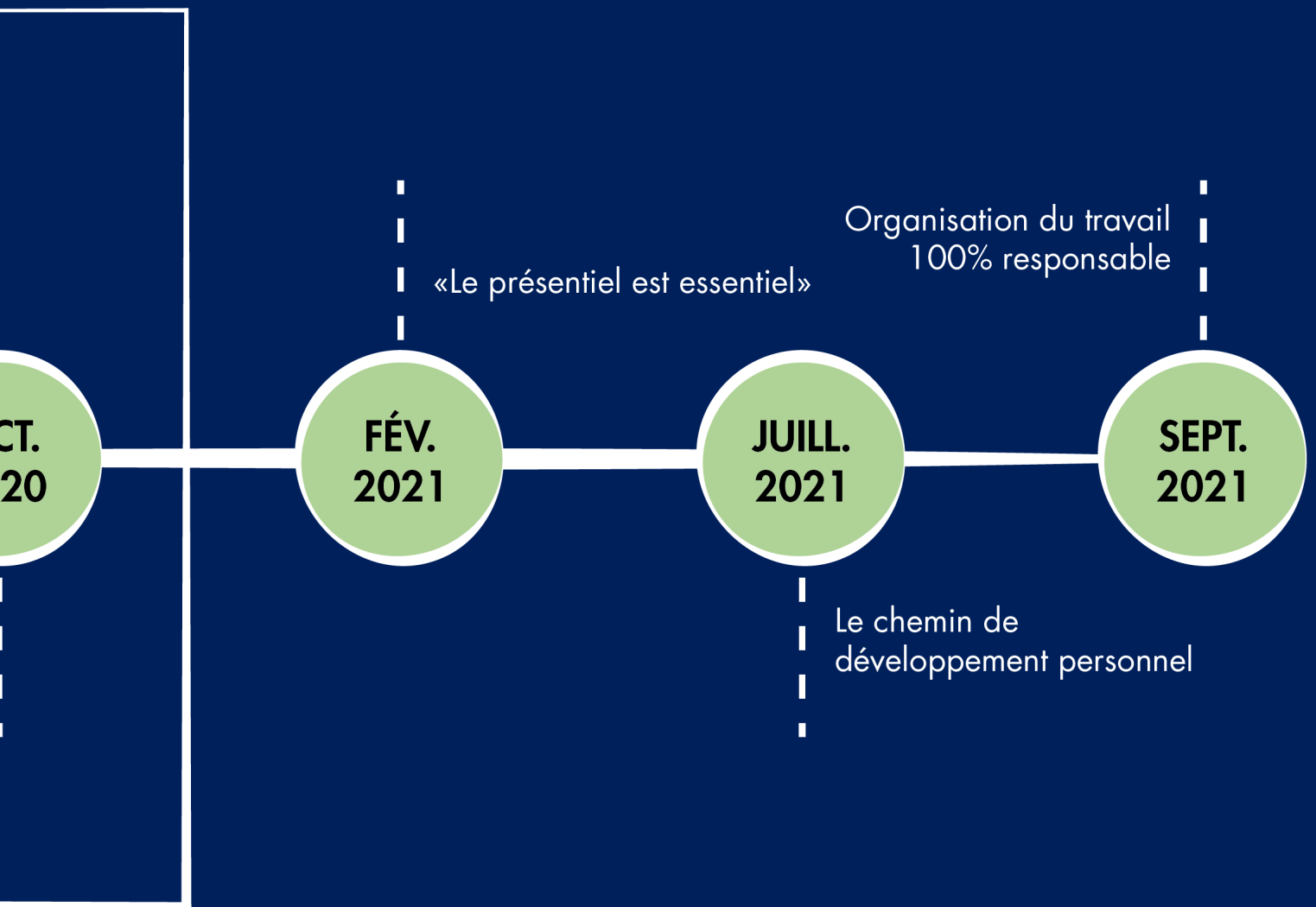


# INITIATIVES INTERNES 2020-2021



Gouvernance concertante • Responsabilisation • Limiter l'impact environnemental

ETHICS Group a la capacité de se remettre en question, de tirer des enseignements de ses expériences et ainsi d'adapter ses outils et ses fonctionnements internes. L'évolution de la société et de l'environnement dans lequel le groupe évolue le pousse continuellement à faire preuve d'agilité et à innover. Cette capacité de remise en question et d'expérimentation continue est nécessaire pour pouvoir accompagner les organisations et les territoires dans leur transformation. Tout ce que le groupe propose à ses clients partenaires est avant tout expérimenté et vécu en interne.



• Prévenir l'isolement et les situations de détresse psychologiques • Bien-être social

# IMPACTS DE LA MISSION

Conformément aux dispositions de l'article L.210-10 2° du code de commerce, la société se donne pour mission de poursuivre les objectifs sociaux et environnementaux, dans le cadre de son activité.

Afin de répondre à l'ensemble de ces objectifs, le groupe a engagé des **moyens humains et matériels et continué à investir dans un contexte de crise qui l'a fortement pénalisé.**

- **Plateau de concertation** avec régie fixe et régie mobile
- Développement des modules d'analyse sémantique en IA de l'application Colidée
- Développement d'EasyGouv et intégration avec les espaces de concertation Colidée

Cela étant, l'enjeu est d'évaluer le véritable impact social et environnemental de la mission du groupe. À ce jour, il n'y a pas d'indicateur clé universel qui puisse être largement partagé. D'autant qu'il ne s'agit pas toujours d'éléments quantitatifs directs.

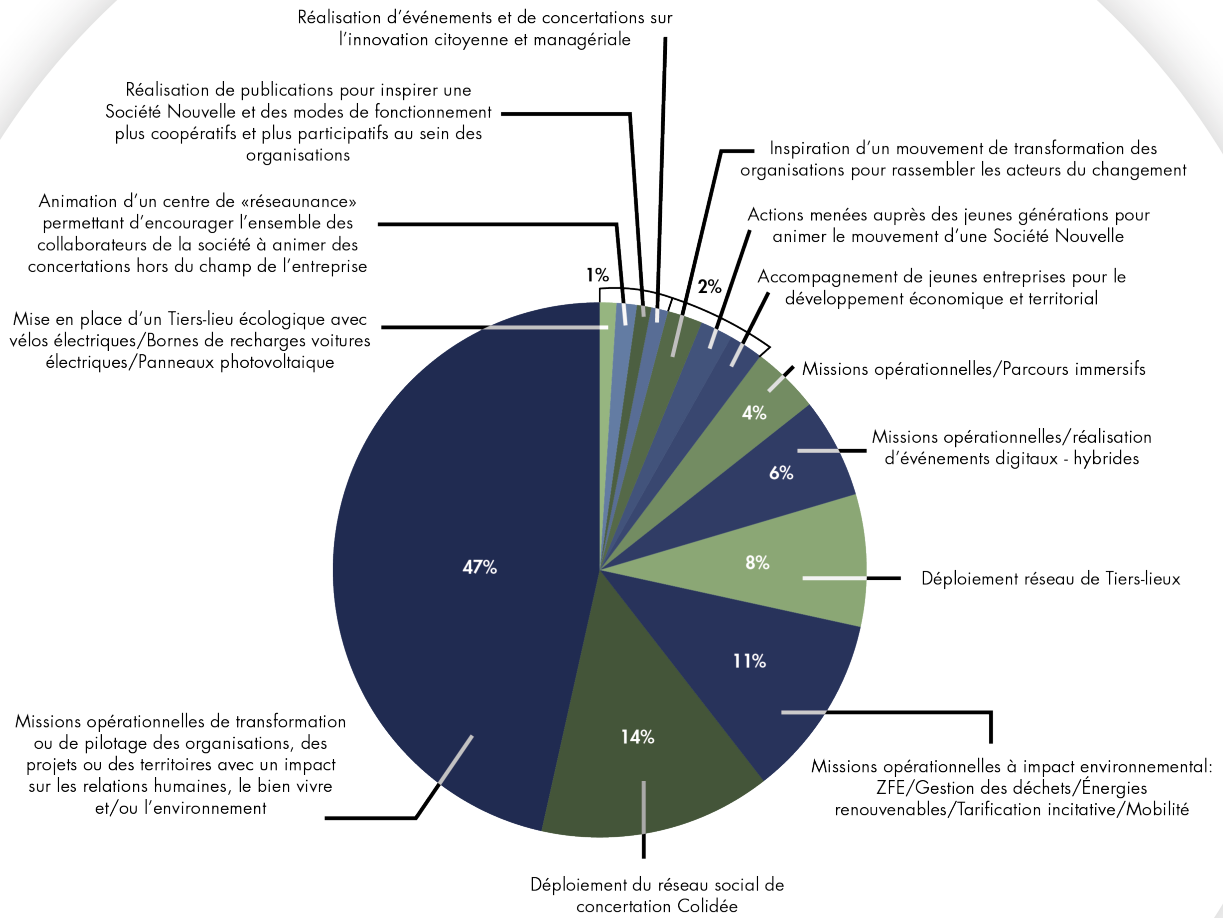
Pour aller au-delà de l'analyse traditionnelle d'un bilan financier qui n'intègre pas de valeur sociale et environnementale, le choix s'est porté sur une analyse des activités conduites qui fait ressortir la nature des impacts estimés selon les missions opérationnelles engagées.

C'est donc un premier niveau d'analyse qui doit permettre au groupe de mieux orienter ses actions avec ses compétences afin que l'impact social et environnemental de sa mission s'amplifie.

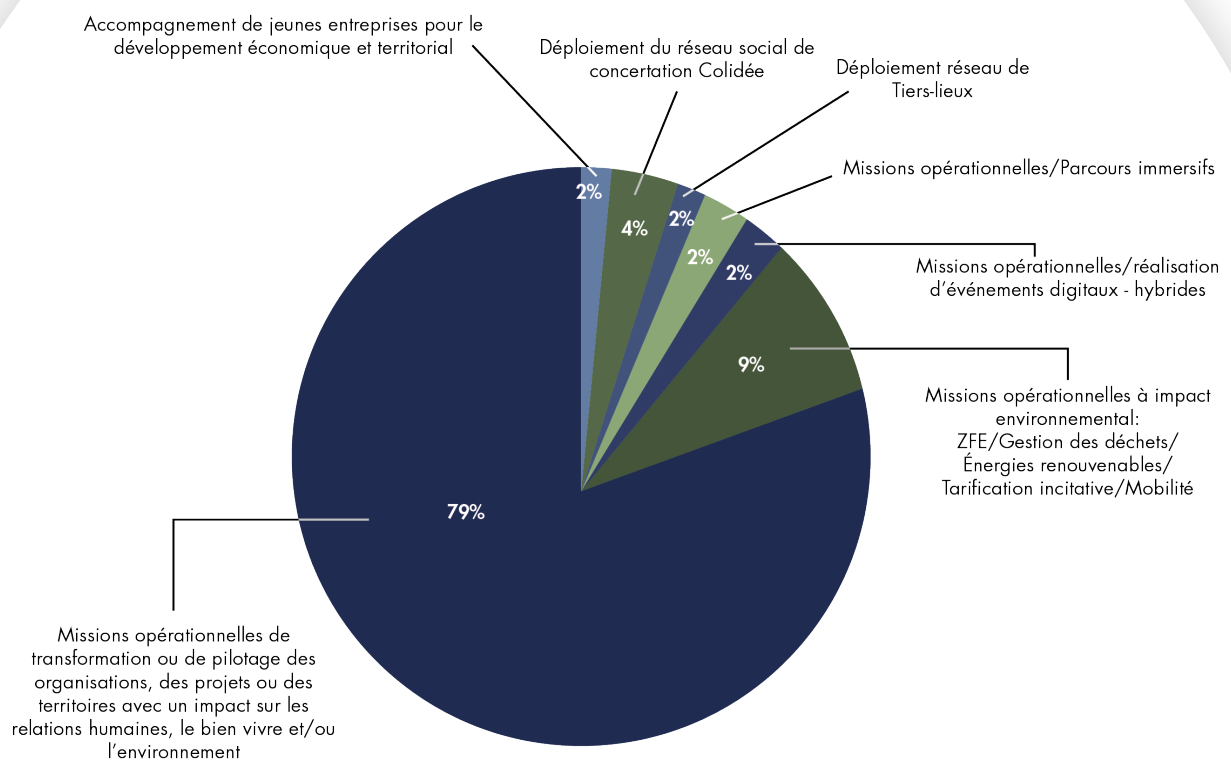
Par ailleurs, nous savons que nombre d'activités et d'actions sociales ne sont pas à ce jour comptabilisées. Nous faisons ici apparaître ce qu'elles représentent malgré tout en « charge » ou « investissement » pour le groupe.



## % Répartition activités (charges - j)



## % Répartition CA

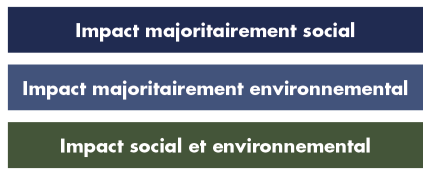
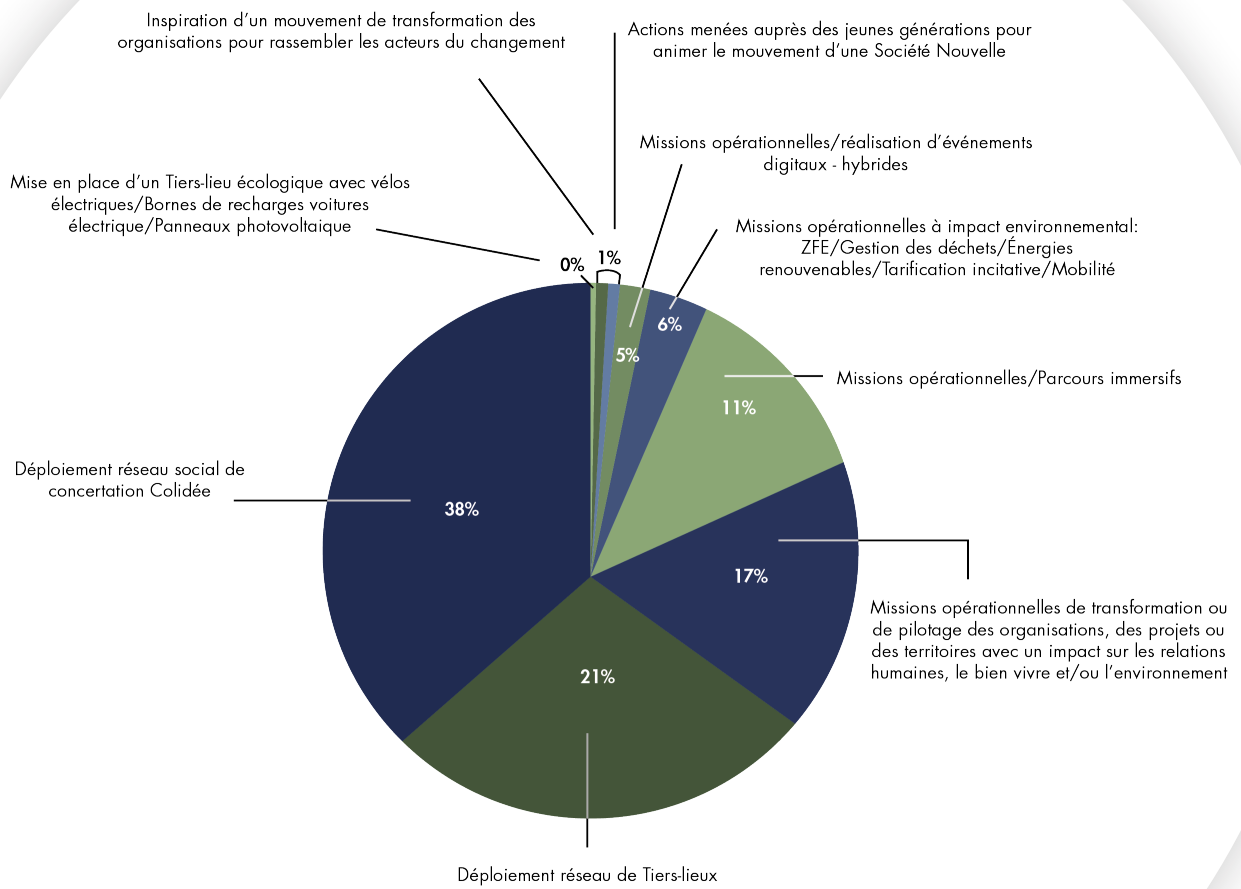


Impact majoritairement social

Impact majoritairement environnemental

Impact social et environnemental

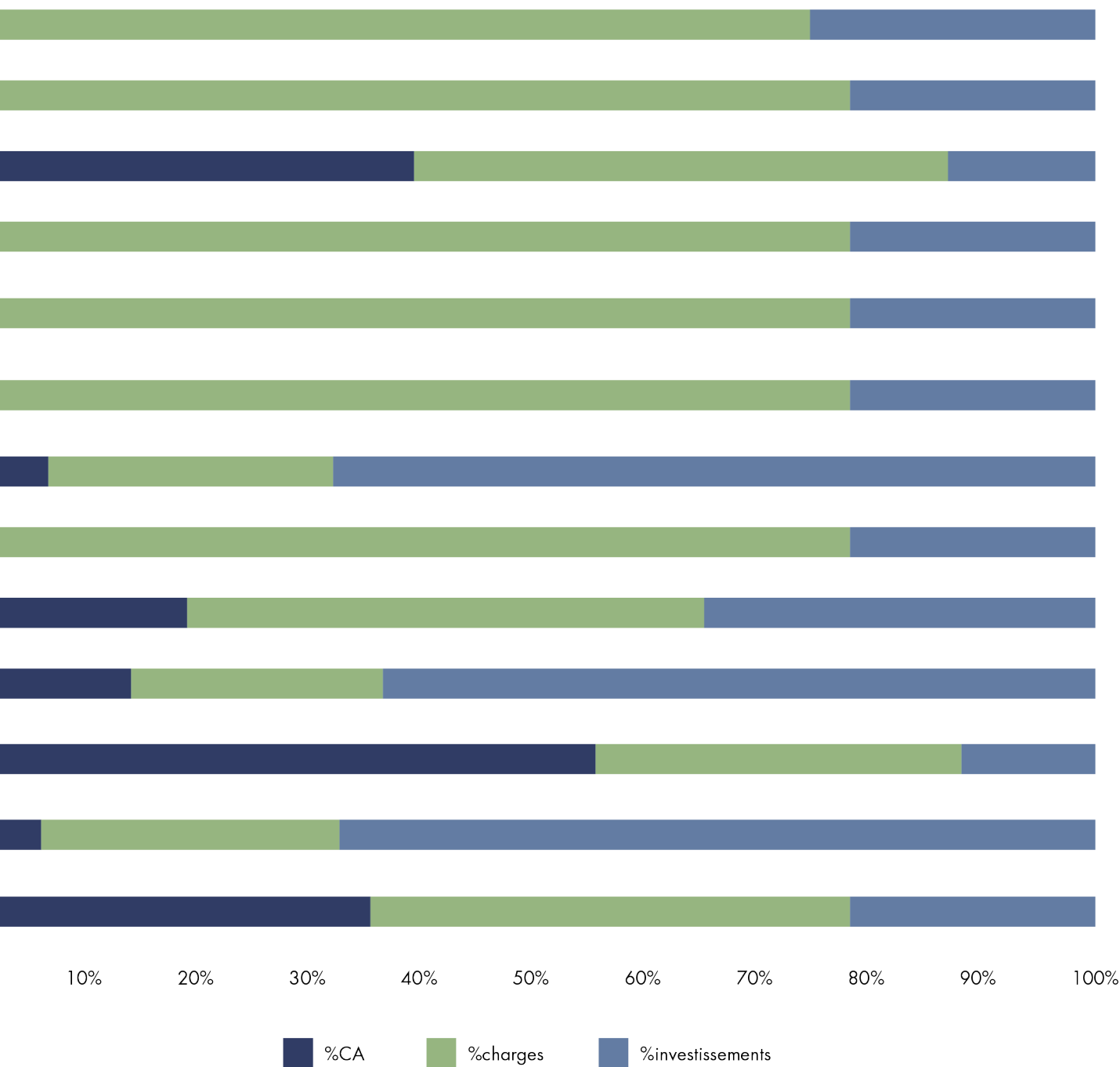
## % Répartition investissements



- Mise en place d'un Tiers-lieu écologique avec vélos électriques/Bornes de recharges voitures électriques/Panneaux photovoltaïque
- Inspiration d'un mouvement de transformation des organisations pour rassembler les acteurs du changement
- Accompagnement de jeunes entreprises pour le développement économique et territorial
- Actions menées auprès des jeunes générations pour animer le mouvement d'une Société Nouvelle
- Réalisation de publications pour inspirer une Société Nouvelle et des modes de fonctionnement plus coopératifs et plus participatifs au sein des organisations
- Animation d'un centre de «réseanance» permettant d'encourager l'ensemble des collaborateurs de la société à animer des concertations hors du champ de l'entreprise
- Déploiement du réseau social de concertation Colidée
- Réalisation d'événements et de concertations sur l'innovation citoyenne et managériale
- Missions opérationnelles/réalisation d'événements digitaux - hybrides
- Missions opérationnelles/Parcours immersifs
- Missions opérationnelles de transformation ou de pilotage des organisations, des projets ou des territoires avec un impact sur les relations humaines, le bien vivre et/ou l'environnement
- Déploiement réseau de Tiers-lieux
- Missions opérationnelles à impact environnemental:  
ZFE/Gestion des déchets/Énergies renouvelables/Tarifification incitative/Mobilité

0%

## Comparaison : Charges (j) vs Chiffre d'Affaire vs Investissements



Les chiffres parlent d’eux-mêmes, toutes ces missions à dimension sociale et environnementale requièrent un important investissement au regard du CA généré par les missions. Qui est même inexistant sur certains sujets (partie verte du graphique).

L’objectif du groupe a toujours été de privilégier l’impact de ses actions en lien avec sa raison d’être. L’évolution de son CA venant ainsi en second plan. Pour illustration, aucun collaborateur du groupe n’a d’objectif financier individuel; le choix a été fait de l’engagement collectif.

# RÉSULTATS OBTENUS

Les tous premiers indicateurs de suivi des atteintes des objectifs sociaux et environnementaux ont été discutés au sein du Comité de Mission. Ces indicateurs sont une **première base et font l'objet d'un suivi** et d'une actualisation au fil de l'eau.

Pour un pilotage au plus juste, la liste de ces indicateurs peut évoluer, en fonction du contexte économique et social et de la maturité des sujets. Nous nous pencherons d'avantage sur une approche de résultats obtenus que d'indicateur de performance. Nous assumons ici la transition entre les deux approches.

Tableau « Indicateurs de suivi des objectifs sociaux et environnementaux »

MISSIONS	FAVORISER L'INTELLIGENCE COLLECTIVE		PERFORMANCE ET AGILITÉ ORGANISATIONNELLE
	Réalisation de missions opérationnelles		
Réalisation de missions opérationnelles de transformation ou de pilotage			8 missions transformation 1 <sup>er</sup> cercle réseau : 120 pers. 2 <sup>ème</sup> cercle réseau : entre 50 et 4 000 selon le type d'org
Réalisation d'événements et de concertations		18 événements TGC	
Déploiement du réseau social de concertation Colidée		4382 Colideurs 37365 contributions 96 organismes concertants 17% des jeunes connaissent Colidée	
Animation d'un centre de «réseance»		60 espaces de concertation animation EG	40 espaces
Réalisation de publications		15 éditos 1 livre	
Inspiration avec l'ETHICS Village, le réseau de Tiers-lieux			1 Tiers-lieu déployé 1 Tiers-lieu en cours de déploiement 1 <sup>er</sup> cercle de réseance: 15 pers
Actions menées auprès des jeunes générations		8 événements	
Accompagnement de jeunes entreprises		Biotopie : 6 jeunes entreprises + 7 partenaires + 2 mécénats (NQT, Aïda)	
Inspiration d'un mouvement de transformation		2 initiatives Appel solidaire/Club One	



MESURE DE L'IMPACT AU 31/03/2021		
IMPACT SUR LA RÉSILIENCE ET L'INCERTITUDE	MOBILITÉ	ACCEPTATION DE PROJETS CITOYENS
		10 missions à impact environnemental 1 <sup>er</sup> cercle : 500 pers. 2 <sup>ème</sup> cercle : 5 000 > 500 000 pers. selon le type de mission
Organisation	- x - (déménagement cité administrative) - impact à venir	
18 événements TGC		18 événements TGC
7 événements avec Collégiens (210 Collégiens) 1 événement avec IUT Blagnac (30 élèves)		392 espaces de concertations
5 espaces	5 espaces	10 espaces
15 édits 1 livre		
	52 Tonnes CO2/an évitées	
6 jeunes entreprises accompagnées 2 Mécénats (NQT, Aida) 7 partenaires biotope		
20 participants appel solidaire	8 membres Club One/Bateau (usage partagé)	

# POUR ALLER PLUS LOIN ENSEMBLE

Le Comité de Mission a ouvert une concertation pour se projeter dans l'avenir et dans la stratégie de l'entreprise à mission ETHICS Group.

Ce temps, particulièrement fertile, nous a permis de collecter plus de 110 idées pertinentes, visionnaires et précieuses pour la suite.

The screenshot displays the Colidée platform interface for a concertation titled "ETHICS GROUP ET SON COMITÉ DE MISSION". The header includes the company logo and the mission statement: "« Humaniser l'humanité en résonance avec soi, les autres, la nature et le monde »". Below the header, there are navigation tabs for "Présentation", "Actualités", "Événements", "Galerie", "Synthèse", and "Tableau de bord". Two main action buttons are visible: "PARTAGER UNE IDÉE" and "ANALYSER LES IDÉES".

The main content area shows "Les thèmes de la concertation (6)" with a list of topics:
 

- Les attentes du comité de mission ? (30)
- Comment renforcer la mission ? (23)
- Quels impacts mesurer et comment ? (34)

 Below this, there is a section for "Les idées partagées (101)" with search and filter options. A grid of ideas is displayed, each with a user profile, a timestamp, and a description:
 

- Severine Sanson** (19/11/2021 - 12:44): Distinguer des objectifs réalisation et des objectifs d'outils / moyen / levier.
- Comité de Mission** (19.11.2021 - 12:43): Des objectifs orientés réalisation, d'autres orientés outils, moyens
- Comité de Mission** (19/11/2021 - 12:41): Mesurer le nombre de tiers lieux à créer, les tonnes co2 économisés
- Severine Sanson** (19/11/2021 - 12:41): Proposer une ambition afin de pouvoir suivre le chemin de cette ambition. Sur chaque sujet, donner des objectifs.
- Pascal Recchia** (19/11/2021 - 12:41): Mesurer la diversité des toxiques : l'ethics village n'est-il pas déjà un lieu de concentration de la cité ( formation diverses, lieux de vie divers...)
- Clémence Laborie** (19/11/2021 - 12:34): Consulter les mesures de bien-être sur le site de l'OCDE
- Sandrine Le Querneq Gilbert** (19/11/2021 - 12:38): Mesurer l'inclusion la diversité
- Comité de Mission** (19.11.2021 - 12:35): Des impacts qui permettent de contribuer / d'autres qui permettent de garantir
- Severine Sanson** (19/11/2021 - 12:35): Dans la mesure de l'impact : différencier l'action et la contribution
- Clémence Laborie** (19/11/2021 - 12:33): Faire des recherches sur les outils existants de mesure de l'impact social (bien-être, bonheur, bien-vivre ensemble, collectif, ...). « Bonheur Intérieur Brut »
- Severine Sanson** (19/11/2021 - 12:29): Mise en place d'un code de
- Severine Sanson** (19/11/2021 - 12:27):
- Comité de Mission** (19 11 2021):



## LES ATTENTES DU COMITE DE MISSION

### 1. Plus d'interactions

Interagir, lors des prochains Comités de Mission, de manière encore plus active et contributive. Être d'avantage acteur et participer plus directement dans la définition des objectifs, décisions, au regard des domaines respectifs des membres du comité. Les membres du Comité de Mission invitent ETHICS Group à livrer régulièrement ses questionnements, réflexions et arbitrages, au regard de son engagement social et environnemental. Afin que celui-ci puisse apporter son soutien et sa contribution en continu.

### 2. Rôle de garants

Les membres du comité se proposent de jouer un rôle de garant, vis-à-vis des actions entreprises par ETHICS Group, en garantissant que les actions entreprises reflètent bien l'engagement social et environnemental du groupe et la cohérence avec sa raison d'être. Là aussi sur des sujets sur lesquels les membres du comité ont une expérience ou une connaissance spécifique.

### 3. Expression et retour d'expériences

Lors des prochains comités, les membres du Comité de Mission proposent de présenter leurs réflexions, questionnements, et avancements, qu'ils vivent dans leurs propres entreprises / organisations. Beaucoup d'entre eux étant particulièrement sensibles et directement impliqués dans des projets ou réflexions relatifs à la dimension sociale et environnementale.

### 4. Croisement des regards

Les membres du Comité de Mission se sont montrés intéressés pour inviter et donc rencontrer, à l'occasion des prochaines rencontres, des représentants d'autres entreprises à mission qui viendraient apporter leurs témoignages.

### 5. Résonance

Les membres du Comité de Mission souhaitent pouvoir faire résonner leur participation active dans le Comité de Mission d'ETHICS Group, à l'échelle de leurs propres entreprises/ organisations. Leur participation et leur investissement pouvant ainsi bénéficier à toutes les parties.

### 6. Mesure d'impact

Une proposition a été faite d'affiner la « mesure d'impact » des actions entreprises par ETHICS Group ; en soulignant la distinction entre impacts directs et impacts indirects (actions qui viennent contribuer à un projet des clients/partenaires d'ETHICS Group). Affiner, mais aussi garantir la « mesurabilité » des impacts.

### 7. Focus

Certains membres du Comité de Mission ont proposé, pour les prochains rendez-vous, de se concentrer sur une ou deux thématiques précises.

#### NOTE :

Le Comité de Mission a bien précisé qu'il ne devrait pas (et ne souhaitait pas) jouer un rôle de conseil d'administration, en particulier au regard des aspects financiers, mais conserver une posture et un rôle de conseil stratégique.



## COMMENT RENFORCER LA MISSION AVEC LES COMPÉTENCES ET LES SAVOIR-FAIRE DU GROUPE ET SA CAPACITÉ D'INNOVATION ?

### 1. Transition énergétique

Renforcer les actions d'ETHICS Group autour de la thématique de la transition écologique en proposant, en particulier, des accompagnements aux entreprises souhaitant progresser vers la décarbonation : quels modèles économiques, quelle stratégie, quelle détection de signaux faibles...

### 2. Vue 360

Proposer des missions et actions qui s'inscrivent dans une chaîne de valeur globale, la Transition énergétique à l'échelle des filières, en considérant tout l'écosystème de l'entreprise (y compris sa Supply Chain).

### 3. RH et climat social

Renforcer les accompagnements pour aider les entreprises à remobiliser leurs équipes, à (re)souder un collectif, à rompre les potentiels isolements engendrés par la crise sanitaire, à accompagner la transition psychologique dans les entreprises en sortie de crise, et à réactiver les leviers de motivation...

### 4. Agilité et performance de l'entreprise

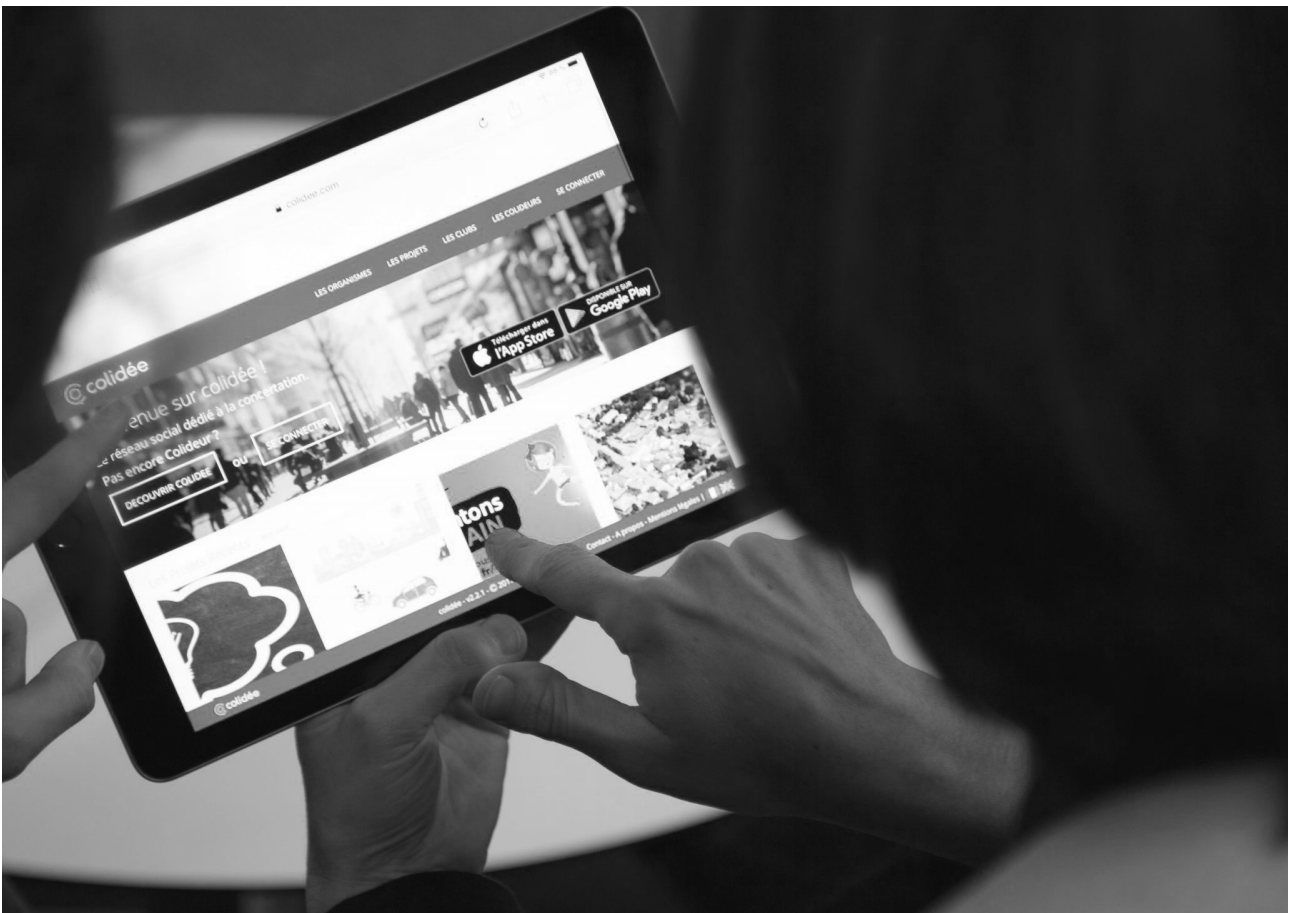
Déployer des solutions d'organisation nouvelles qui viennent intégrer de nouveaux codes (agilité, travail à distance, télé-management, adaptabilité des modes de fonctionnement ...).

### 5. Attractivité des entreprises

Aider les entreprises à recruter, en travaillant et en valorisant leur attractivité et leur permettre ainsi de jouer pleinement leur rôle social, créateur d'emploi et d'élan collectif.

### 6. Inspirer sur la dimension S&E

Jouer le rôle d'inspirateur auprès d'entreprises/organisations autour du sujet de l'entreprise à mission, de sa raison d'être, de son impact social et environnemental.



## QUELS IMPACTS MESURER ET COMMENT ?

### 1. Réalisation vs. Moyens

Distinguer 2 types d'impacts. Les impacts directs : liés à ses actions propres et qui contribuent directement à l'impact social et environnemental d'ETHICS Group. Et les impacts que nous appellerons « indirects », puisqu'ils consistent en une contribution au côté de ses clients / partenaires au cœur de leur propres projets. La nature des activités d'ETHICS Group l'amène naturellement à contribuer à de multiples projets au sein d'équipe multi-compétences (et donc en partenariats avec d'autres acteurs), sur des sujets dont la dimension sociale et/ou environnementale est au centre.

### 2. Traduire en « bilan chiffré »

Systématiser le calcul quantitatif des gains (par exemple l'émission CO2, le temps, la santé, les coûts...) sur toutes les missions d'ETHICS Group. Pour illustration, les missions qu'ETHICS Group anime sur le déploiement de Tiers-lieux devraient faire apparaître une valorisation en économie de CO2 (liée à la réduction de la mobilité pendulaire). Idem sur les missions relatives à la mobilité. Et mettre une attention toute particulière sur les sujets d'actualité, par exemple le télétravail.

### 3. Feuille de route

Les feuilles de route réalisées pour chaque mission, indiquant les jalons et les livrables, devront faire apparaître les impacts sociaux et environnementaux envisagés.

#### 4. Référentiels

Etablir les liens avec les référentiels existants de mesure d'impact social et environnemental, certains existent sur la dimension sociale et humaine dans les entreprises. Par exemple référentiel OCDE « Bonheur Intérieur Brut ». La question des référentiels (un universel n'existant pas sur le sujet) est restée ouverte.

#### 5. Maturité de l'équipe

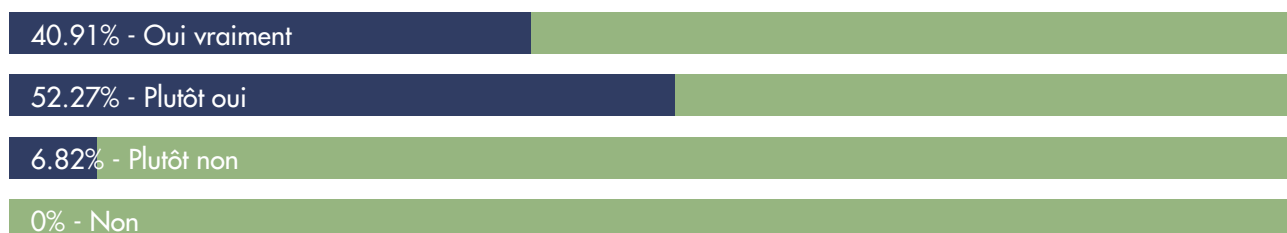
Valoriser la maturité (et sa progression dans le temps) de l'équipe ETHICS Group dans son ensemble (les Tixies), sur la question du rôle social et environnemental qu'ETHICS Group porte et diffuse (par exemple via des sondages) et pouvoir la comparer avec celle d'employés d'entreprise qui ne sont pas dans cette démarche (à des fins de « réseautance »). Une échelle de maturité pourrait être construite.

Ci-dessous les résultats du sondage « ETHICS Group et son statut d'entreprise à mission » réalisé auprès des collaborateurs de l'entreprise :

Notre groupe a adopté le statut d'entreprise à mission social et environnementale en avril 2020. Considérez-vous que cela représente un engagement important pour notre groupe ?



Êtes-vous personnellement engagé pour soutenir dans votre quotidien notre raison d'être « Contribuer à la transformation des organisations et des territoires pour le développement responsable et durable d'un environnement social et économique où il fait bon vivre » et à la vocation de notre entreprise ?



Pensez-vous que les entreprises à mission contribueront à améliorer la qualité de vie en société et à préserver l'environnement ?



Au quotidien, dans le cadre de votre activité professionnelle, à quels enjeux sociaux et environnementaux pensez-vous contribuer ?



## 6. Implication de la « supply chain »

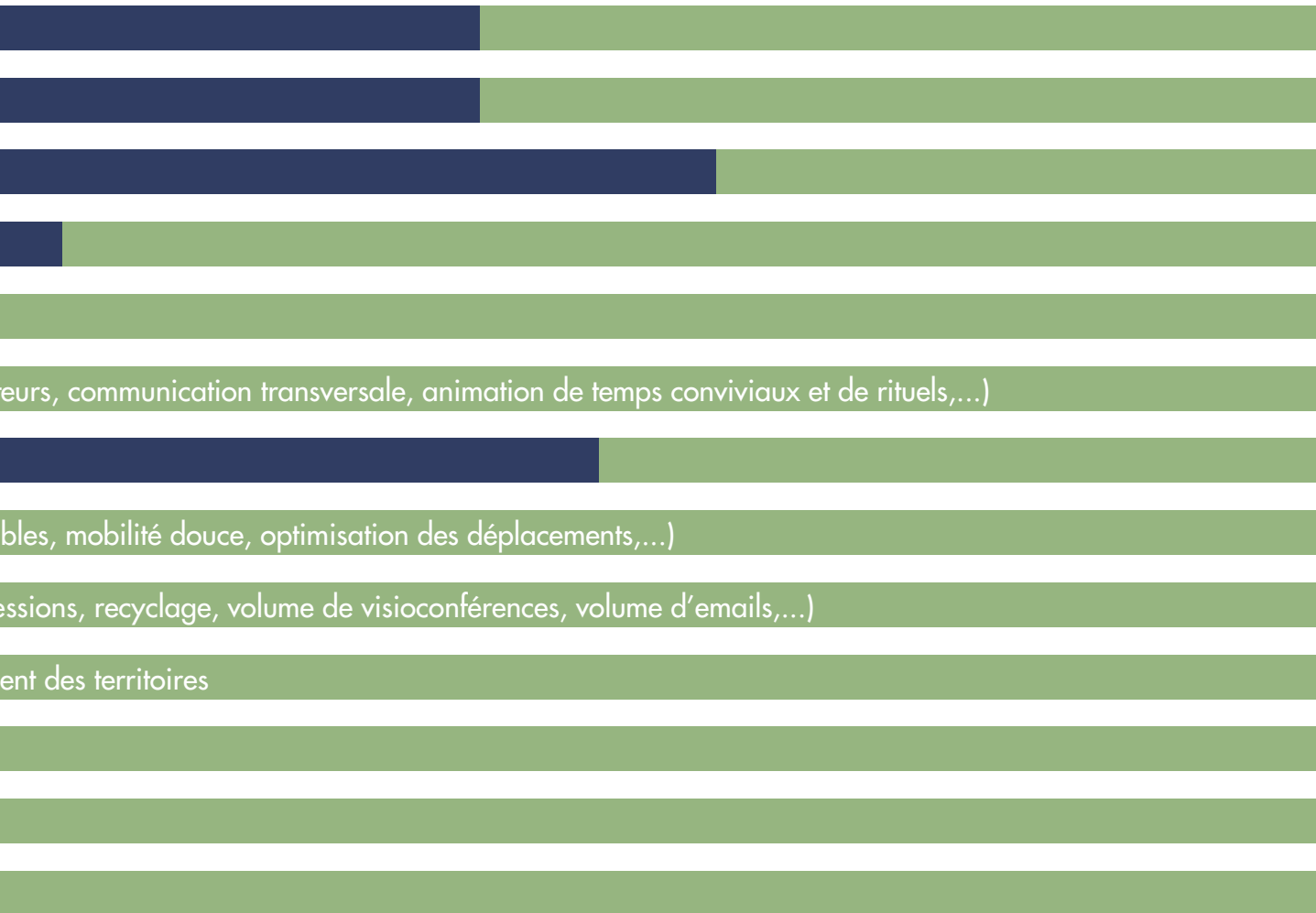
Veiller à l'engagement de son écosystème au regard de sa raison d'être, en s'assurant en particulier que la « supply chain » d'ETHICS Group est alignée avec les valeurs que le groupe met en avant. Certaines « mesures » pouvant être reportées sur sa chaîne de sous-traitance.

## 7. Retours clients-partenaires

Collecter, au travers d'enquêtes, par exemple, des retours de ses clients / partenaires qui viendraient abonder dans la mesure de l'impact social et environnemental de ses missions. 15 questions simples et transposables d'une mission à l'autre, qui pourraient aussi servir de levier de prise de conscience (esprit de la « réseautance »).

## 8. Formations étudiants

Introduire une mesure d'impact lié à ses interventions dans les Universités, Lycées, Collèges.



eurs, communication transversale, animation de temps conviviaux et de rituels,...)

bles, mobilité douce, optimisation des déplacements,...)

essions, recyclage, volume de visioconférences, volume d'emails,...)

ent des territoires

**NOTE :**

La question de la mesure chiffrée, bien que largement discutée au sein du Comité de Mission, a été relativisée considérant que certaines mesures sont difficilement quantifiables et que toutes les mesures seraient « discutables » et discutées – en l’absence de référentiel partagé. Ainsi, l’effort sur la mesurabilité doit être proportionné.

## POUR EN SAVOIR PLUS :

[www.ethics-group.com](http://www.ethics-group.com)  
[www.ethics-village.com](http://www.ethics-village.com)  
[www.ethics-biotope.com](http://www.ethics-biotope.com)  
[www.ethics-yachting.com](http://www.ethics-yachting.com)

[www.colidee.com](http://www.colidee.com)  
[www.thegoodcompanyinmotion.com](http://www.thegoodcompanyinmotion.com)  
[www.appelsolidaire2020.com](http://www.appelsolidaire2020.com)

## CONTACT :

[stephane.sautour@ethics-group.com](mailto:stephane.sautour@ethics-group.com)