

extreme[®]

MAKE IT GOOD

Rapport
RSE
2024

Date de publication : novembre 2024



SOMMAIRE

1. INTRODUCTION SUR LE GROUPE - P.4
2. NOS ENGAGEMENTS - P.9
3. I. PRENDRE SOIN ET FAIRE GRANDIR NOS COLLABORATEURS - P.20
4. II. PRENDRE SOIN DU VIVANT - P.38
5. III. FAIRE DU BUSINESS MAIS LE FAIRE BIEN - P.50
6. TABLE DE CONCORDANCE ET ACCESSIBILITE DES DONNEES - P.75

INTRODUCTION



LE GROUPE EXTREME

NOTRE MISSION : faire rayonner les marques que nous accompagnons à travers des créations, campagnes ou événements créatifs et efficaces.

Attachés à notre indépendance, nous sommes une **entreprise de conseil en communication pluridisciplinaire**, composée **d'agences qui répondent toutes à un besoin spécifique de nos clients**. Chacune est soit spécialisée par **secteur** — luxe, alimentaire, communication de lieux & territoires, santé — soit par **métier** — l'événementiel, la communication corporate, le design, les relations media & influence, le social media, la communication RSE.

Cette approche garantit de **proposer des ressources** issues des écosystèmes de nos clients, **capables de déployer des stratégies de communication profondes et précises.**



RESSOURCES



5 bureaux :
Paris & Lyon.
Londres.
Milan.
São Paulo.



300 talents dont **120 créatifs**.



100% indépendant.



42M de Chiffre d'affaires.



12 agences.



30 ans d'existence.



PRENDRE SOIN & FAIRE GRANDIR

Peut-on croître et se développer tout en respectant l'humain et la planète ?

Comment allier le bon et le bien ?

Chez Extrême, c'est notre conviction : « **prendre soin et faire grandir** », pour une forme de croissance responsable et raisonnée.

Où l'entreprise prospère en préservant le vivant.

Nous pensons que c'est possible et c'est la voie que nous suivons.

Jean Valentin, PDG du Groupe Extrême

MANIFESTE

Extrême est une aventure humaine.

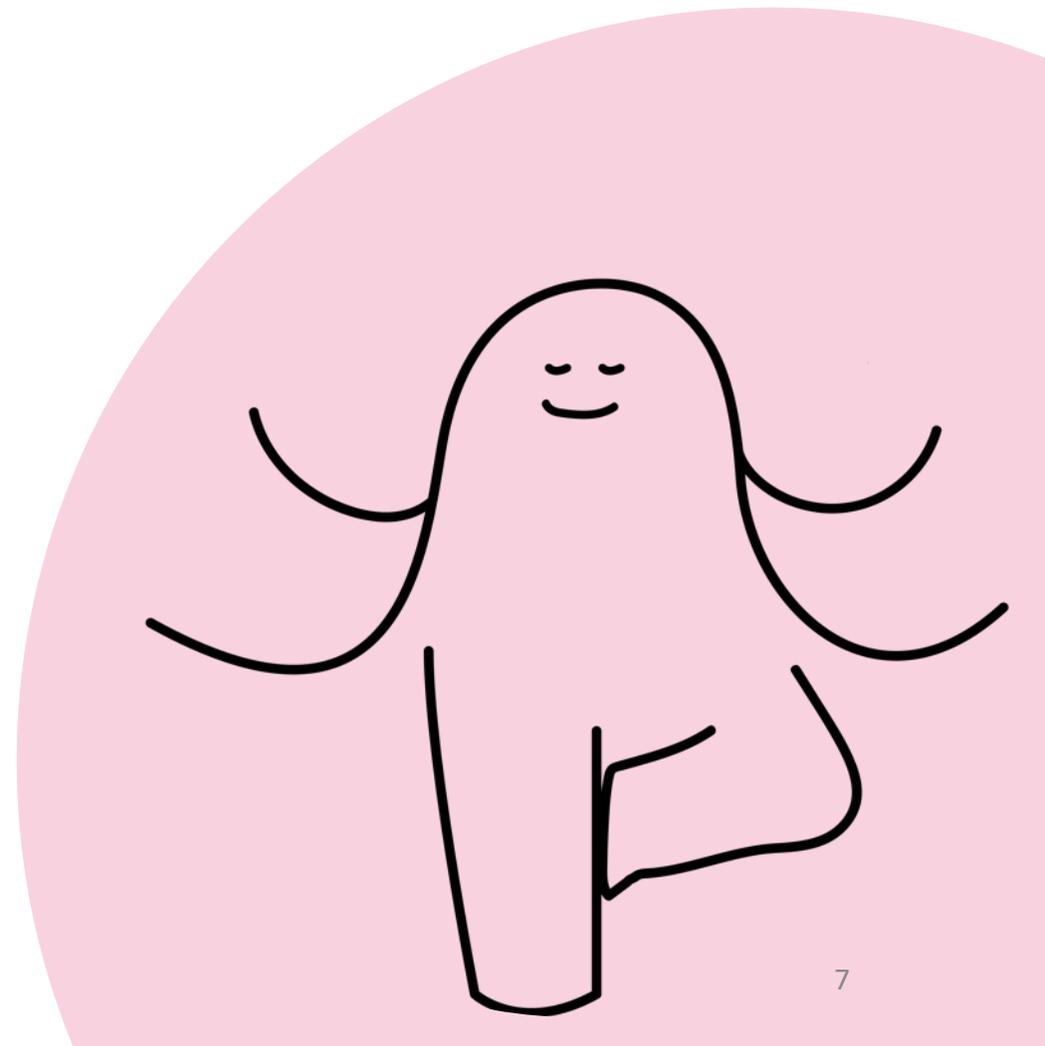
Un groupe de femmes et d'hommes, résolument optimistes qui croient que le **progrès économique** de l'entreprise est indissociable de son **progrès social**. Qu'exigence est compatible avec bienveillance. Qu'ambition est compatible avec responsabilité. Que performance est compatible avec plaisir.

Qui croient que le premier patrimoine d'une entreprise est son **capital humain**. Qui savent que les rapports humains sont fondés sur la **confiance** : les extrémistes bénéficient d'une grande autonomie et évoluent **librement** dans le cadre qui leur est confié.

Qui croient que l'audace, l'initiative et l'esprit **entrepreneur** sont la garantie d'un renouvellement permanent des idées et du modèle pour s'adapter à un marché en bouleversement permanent

Qui croient que **l'humilité et l'agilité** permettent d'assurer aux marques et entreprises clientes un niveau de service sans équivalent : « agency as a service »

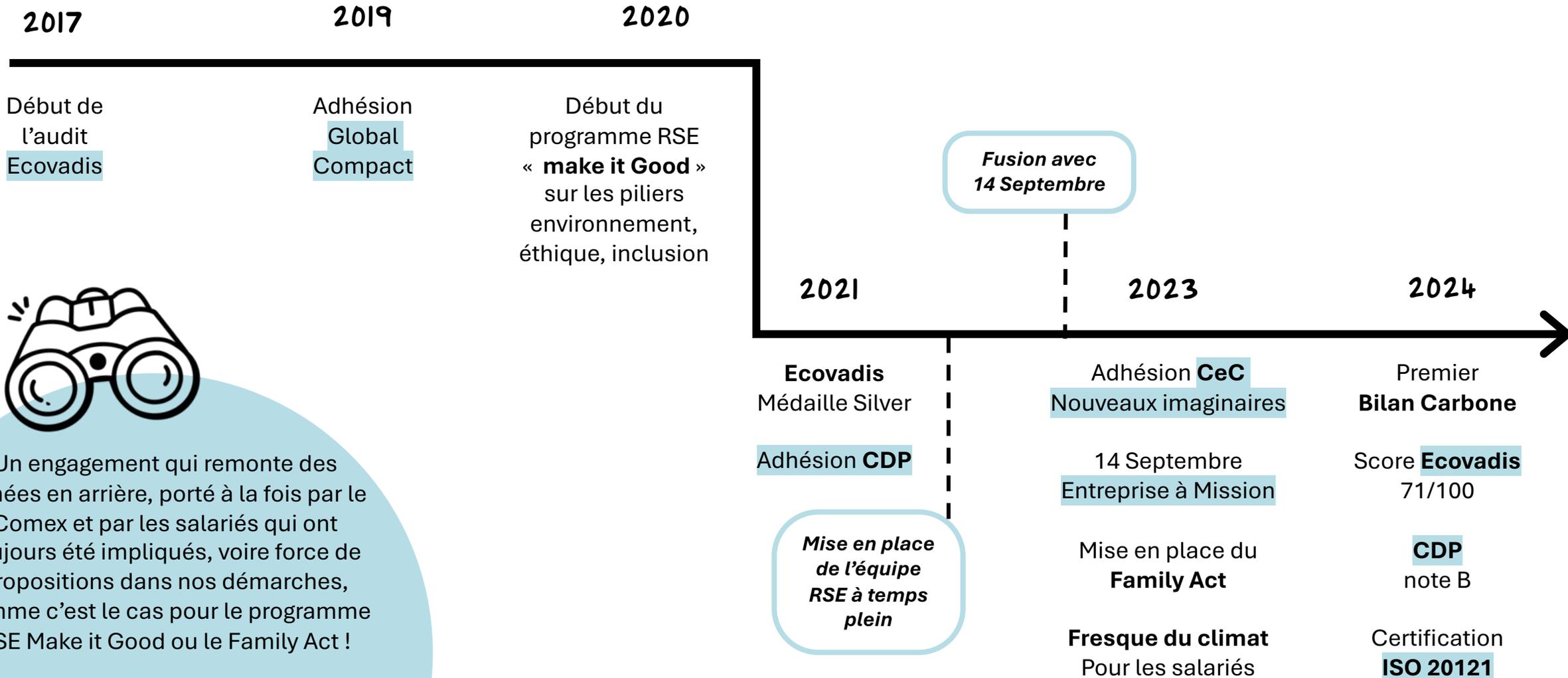
Qui savent que le voyage est aussi important que la destination et qui vivent cette aventure depuis plus de **30 ans et pour les 30 ans à venir**.



ENGAGEMENTS



UN ENGAGEMENT PERENNE AU SEIN DU GROUPE



Un engagement qui remonte des années en arrière, porté à la fois par le Comex et par les salariés qui ont toujours été impliqués, voire force de propositions dans nos démarches, comme c'est le cas pour le programme RSE Make it Good ou le Family Act !

Aujourd'hui nous sommes fiers du chemin parcouru, ensemble.

NOS 3 PILIERS



Social

PRENDRE SOIN ET FAIRE GRANDIR NOS COLLABORATEURS

Offrir un cadre de travail sain et qui respecte l'équilibre vie perso de nos collaborateurs tout en les faisant grandir

- 49,5 k heures travail
- 720 heures de formation
- 99/100 Index égalité
- 4 ateliers bien être organisés



Environnement

PRENDRE SOIN DU VIVANT

Mesurer et réduire nos émissions carbone, en adaptant notre fonctionnement interne et notre manière de travailler avec nos clients

3883 tCO2 Bilan Carbone



Métier

FAIRE DU BUSINESS MAIS LE FAIRE BIEN

Être à l'écoute de notre marché et s'adapter aux attentes de nos clients, accompagner de jeunes projets responsables

- 31 chartes achats responsables signées
- 3 projets pro bono accompagnés cette année



DÉTAIL DE NOS ENGAGEMENTS



Score global

↗ **71**/100

Percentile ⓘ

93ème



Nous complétons depuis **2021** le Carbone Disclosure Project afin de suivre l'évolution de nos émissions carbone.

Note 2023 : D

Note 2024 : B

Nous sommes adhérents depuis **2019** à l'organisation Global Compact.

Nos ODD :



Note 2023 : 64/100

+7 points

FAIRE EVOLUER NOS ACTIVITES

extreme^{event}



L'événementiel représentant 20% du pourcentage de notre chiffre d'affaires et 57% de notre bilan carbone, c'est sur cette activité que nous avons souhaité nous engager de manière prioritaire en nous faisant certifier ISO 20121. La démarche a été initiée en novembre 2023 grâce au cabinet de conseil spécialisé Green Evènement, et le premier audit de certification a eu lieu en février 2025 avec le cabinet d'audit Evolve.

Détail slide 55

14
SEPTEMBRE



Notre agence 14 Septembre 20% du CA du groupe, dédiée à la réputation (relations media, influence social media), est passée entreprise à mission en 2023 et cherche au quotidien à engager ses collaborateurs, ses clients et ses partenaires dans cette démarche.

Détail slide 64

L'ENGAGEMENT DE NOS DIRIGEANTS



CONVENTION DES ENTREPRISES
POUR LE CLIMAT

La Convention des Entreprises pour le Climat (CEC) est un mouvement collectif initié en 2021 en France, inspiré de la Convention Citoyenne pour le Climat. Elle rassemble des dirigeants d'entreprises engagés à aligner leurs activités sur les limites planétaires et la neutralité carbone.

Chez Extreme, deux de nos dirigeants sont engagés dans la session « Nouveaux imaginaires » depuis mars 2024 qui a pris fin en janvier 2025 avec l'établissement d'une feuille de route et des objectifs à 10 ans pour le groupe.



THOMAS FREBOURG,
DG DE 14 SEPTEMBRE

MARINE CHAPUIS,
DAF GROUPE EXTREME



FEUILLE DE ROUTE CEC

1.

PRENDRE SOIN & FAIRE GRANDIR NOS COLLABORATEURS ET NOTRE ORGANISATION

Transformer notre culture interne pour incarner notre engagement et donner les moyens à chacun d'être acteur du changement.

2.

PRENDRE SOIN & FAIRE GRANDIR NOS MÉTIERS ET NOTRE ÉCOSYSTÈME

Réinventer nos expertises pour accompagner nos clients et partenaires vers des modèles résilients et désirables

3.

PRENDRE SOIN & FAIRE GRANDIR LA SOCIÉTÉ

Faire de la communication un levier de transformation positive pour la société et l'environnement

Objectif d'impact à 10 ans :

- 95 % des collaborateurs formés / sensibilisés sur le DD
- 50 % de Créa formés à l'éco-socio conception & eco-socio production
- 100% de signature de la charte éthique
- 100% des collaborateurs formés à la fresque du climat et du numérique
- Enps < 10

- Réduire notre impact carbone de 5% par an
- Baisse de 20% du Bilan Carbone sur les activités Design - Event.
- Design : 20 % des créations eco-designées
- Event : calcul systématique des bilans carbone par event
- 70% des fournisseurs engagés dans la démarche achats responsables (réseau engagé)
- participation à 4 réunions par an de l'écosystème agence (ADC, comité de mission, ...)
- 6 écoutes de clients réalisées dans le cadre de la matrice de matérialité par an

- 4 prises de parole sur des sensibilisations à l'année (ex : post LinkedIn, prise de parole lors d'une conférence)
- Travail d'une grille de sélection des influenceurs
- 2 projets par an accompagnés par La Pépinière (Appel à Projet Responsable)
- Au moins 1 partenariat /an avec une ONG ou association

UNE DEMARCHE VERTUEUSE

Que ce soit grâce à la mise en place de notre **système de management RSE** dédié à l'activité événementielle ou au **suivi des objectifs statutaires** de l'entreprise à mission pour 14 Septembre, **le groupe se nourrit de ces nouveaux enseignements et engagements** pour faire améliorer l'ensemble de sa politique RSE, de ses indicateurs, et ses partis pris globaux.

Le Groupe est fier de voir chaque année ses efforts être récompensés par une progression de ses scores sur ses audits externes tels que le CDP, Ecovadis ou Cybervadis. Mais nous ne nous souhaitons pas nous arrêter là et poursuivons nos actions dans une démarche d'amélioration continue.



ECOUTÉ DE NOS PARTIES PRENANTES

Cette année nous avons réalisé une **matrice de matérialité** en interrogeant nos partenaires stratégiques :

Membres de la direction	2
salariés	4
Fournisseurs	3
Clients	3

TOTAL

12



ANALYSE DE NOS ENJEUX STRATEGIQUES



DEFINIR LES SUJETS LES PLUS MATERIELS



ETABLIR UN PLAN D'ACTION A COURT ET LONG TERME

MATRICE DE MATERIALITE

Enjeux stratégiques :

SOCIAL

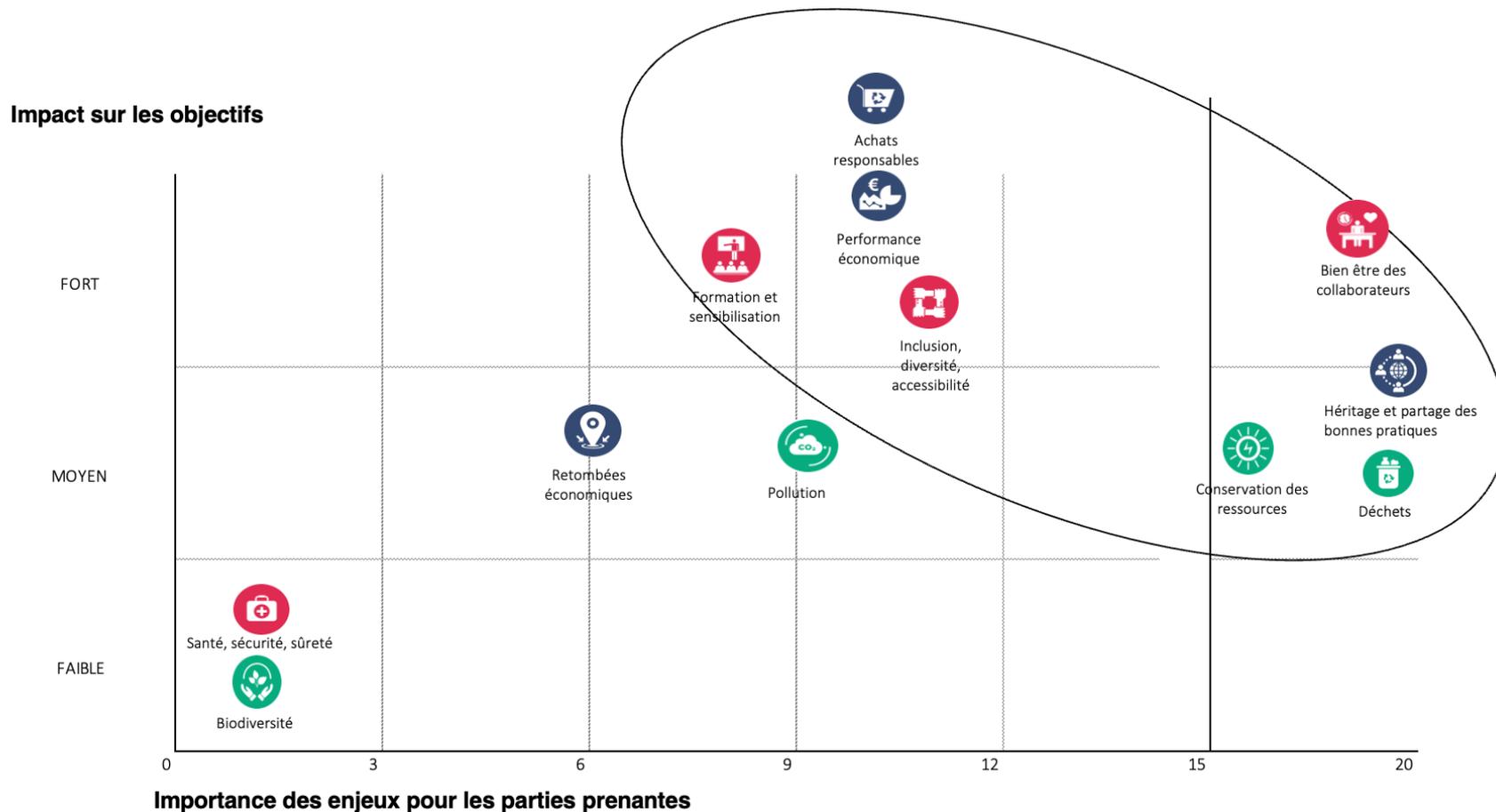
Bien être des collaborateurs
Inclusion Diversité, accessibilité
Formation et sensibilisation

ECONOMIQUE

Héritage et partage des bonnes pratiques
Achats responsables
Performance économique

ENVIRONNEMENT

Gestion des déchets
Conservation des ressources
Pollution



I. PRENDRE SOIN ET FAIRE GRANDIR NOS COLLABORATEURS





PRENDRE SOIN & FAIRE GRANDIR NOS COLLABORATEURS

Notre politique sociale repose sur une gestion humaine qui s'aligne avec notre raison d'être : «prendre soin et faire grandir».

Elle a pour ambition de favoriser l'inclusion, la diversité et le bien-être de tous nos collaborateurs.

Elle privilégie un environnement de travail transparent, participatif et respectueux.

Marine Chapuis, DG Finance et RH

POLITIQUE RH « PRENDRE SOIN ET FAIRE GRANDIR »

Offrir un cadre de travail sain et qui respecte l'équilibre vie pro-perso de nos collaborateurs tout en les faisant grandir.

- ✓ FAVORISER LE DIALOGUE INTERNE
- ✓ L'INTEGRATION AU CENTRE DE LA POLITIQUE RH
- ✓ PRESERVER LE BIEN ETRE
- ✓ SENSIBILISER SUR LA SANTE

FAVORISER LE DIALOGUE INTERNE

Attachés au principe de transparence et au dialogue avec nos parties intéressées internes, nous avons mis en place, au fur et à mesure des années, de nombreux outils à disposition de nos salariés pour nous faire des retours et leur donner de la visibilité sur la gouvernance du groupe.

CSE : 4 salariés élus, 10 réunions CSE dans l'année
Des consultations spécifiques en cas d'évolution dans la structuration/gouvernance de la société peuvent être organisées en plus

Prises de parole du comex / an : 4 Open talk (format de conférence adressé à tous pour communiquer sur l'actualité du groupe et répondre aux questions des salariés)

Boîte à idées à disposition : 8 messages récupérés par an dont 3 retenus

Plateforme de signalement : 0 cas signalé

Enquête satisfaction et eNPS : 1 à 2 questionnaires par an

Ecoute des collaborateurs (une enquête de satisfaction annuelle) : 1 fois par an



Questions Open Talk 🌙 😊 ⏪ ⏩

CS **Comité Social & Économique <cse@extre...** lundi 8 juillet 2024 à 09:00

À : All ; Agence Lyon ; Agence Paris

Bonjour à toutes et tous,

Ce jeudi aura lieu le prochain Open Talk pour lequel a été ouverte l'option de pouvoir poser des questions de façon anonyme via le canal Q&A de la réunion Teams.

Nous vous rappelons que, si vous le souhaitez et êtes plus à l'aise par cette voie, vous pouvez également faire remonter vos questions via le CSE, de façon également anonyme.

Pour cela vous pouvez :

- nous indiquer vos questions par mail sur la boîte du CSE
- glisser votre question par écrit dans la boîte à question à disposition dans la cuisine du 9 ou dans la salle de réunion à Lyon.

La remontée de vos questions peut également se faire tout au long de l'année. Il reste néanmoins intéressant de profiter de l'Open Talk afin que la réponse soit donnée au plus de collaborateurs possibles.

Nous restons disponibles si besoin et vous souhaitons une agréable semaine,

Bien à vous tous,

L'équipe CSE extreme.

L'INTEGRATION AU CENTRE DE LA POLITIQUE RH

Depuis 2021, nous avons lancé notre programme d'intégration via parrainage « High Five ». Ce dispositif permet de faire accompagner un nouvel extremien par un ancien avec tout un parcours d'intégration permettant d'accélérer et pérenniser l'intégration de nos recrues et les faire sentir à l'aise dès leur arrivée.

Le passage dans différents services du groupe et les rencontres organisées permettent de mieux comprendre la diversité et la complexité de nos différents métiers et ainsi renforcer les liens entre les équipes.

41
binômes en
2024

5,47
Ancienneté
moyenne



PRESERVER LE BIEN ETRE

Nous avons organisé 2 sessions de bien être au bureau avec notre programme Extreme Zen comprenant 2 thématiques chacune :

- Do in
- Sophrologie

- Yoga au bureau
- Naturopathie

Ces sessions ont réuni **96** personnes en présentiel et **22** en distanciel.



FORMATION

Depuis 2023 nous avons investi dans une plateforme de formation en ligne (360L) permettant de créer du contenu dédié à nos équipes et faciliter l'onboarding des nouveaux sur nos outils.

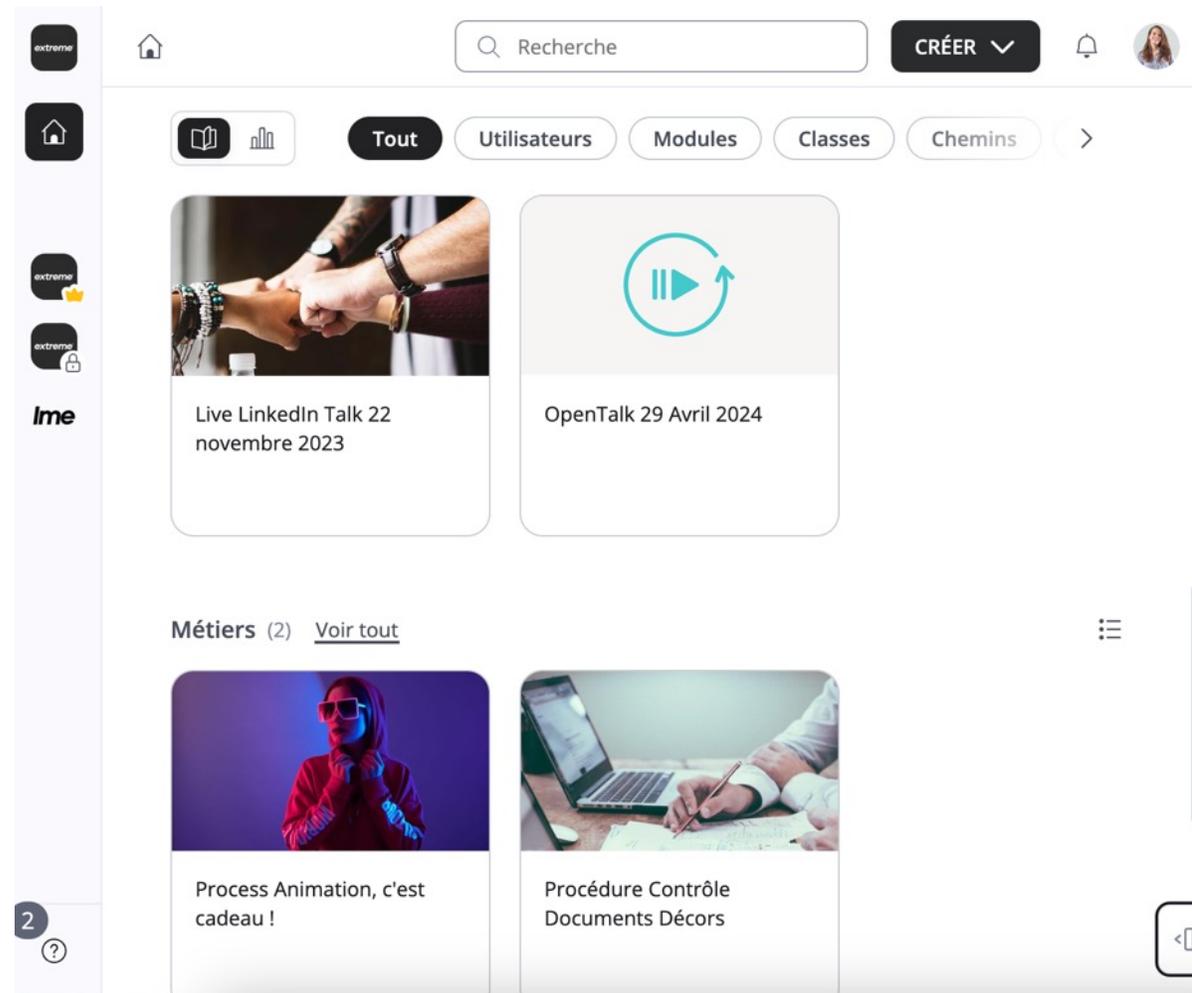
Depuis, 5 formations ont été créées et suivies par 292 personnes en moyenne.

Par ailleurs, chaque année les entretiens annuels permettent de remonter les besoins de formation, suivis par nos équipes RH.



720 h
de formation
en 2024

38
personnes
ayant suivi
des
formations



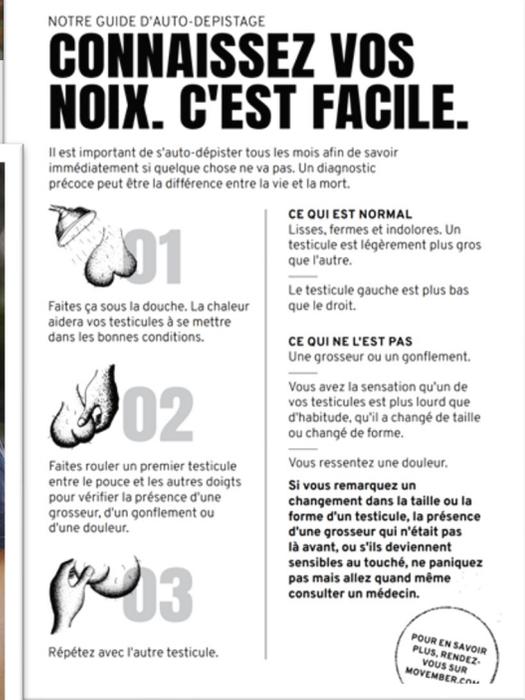
SENSIBILISER A LA SANTE

Chaque année, des actions de sensibilisation sont mises en place sur la santé et principalement sur les temps forts Octobre Rose et Movember.

En 2024, une campagne exceptionnelle sur Movember a permis de **sensibiliser l'ensemble des collaborateurs** grâce à la distribution et l'affichage de flyer informatifs sur l'auto dépistage, et un Charity Quiz nous a permis de récolter **500€ à verser à l'Institut Curie**.



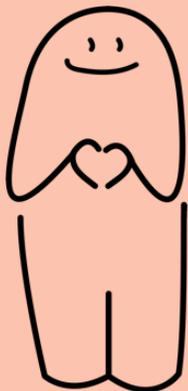
96 participants à l'opération



CHARTRE FAMILIALE « FAMILY ACT »

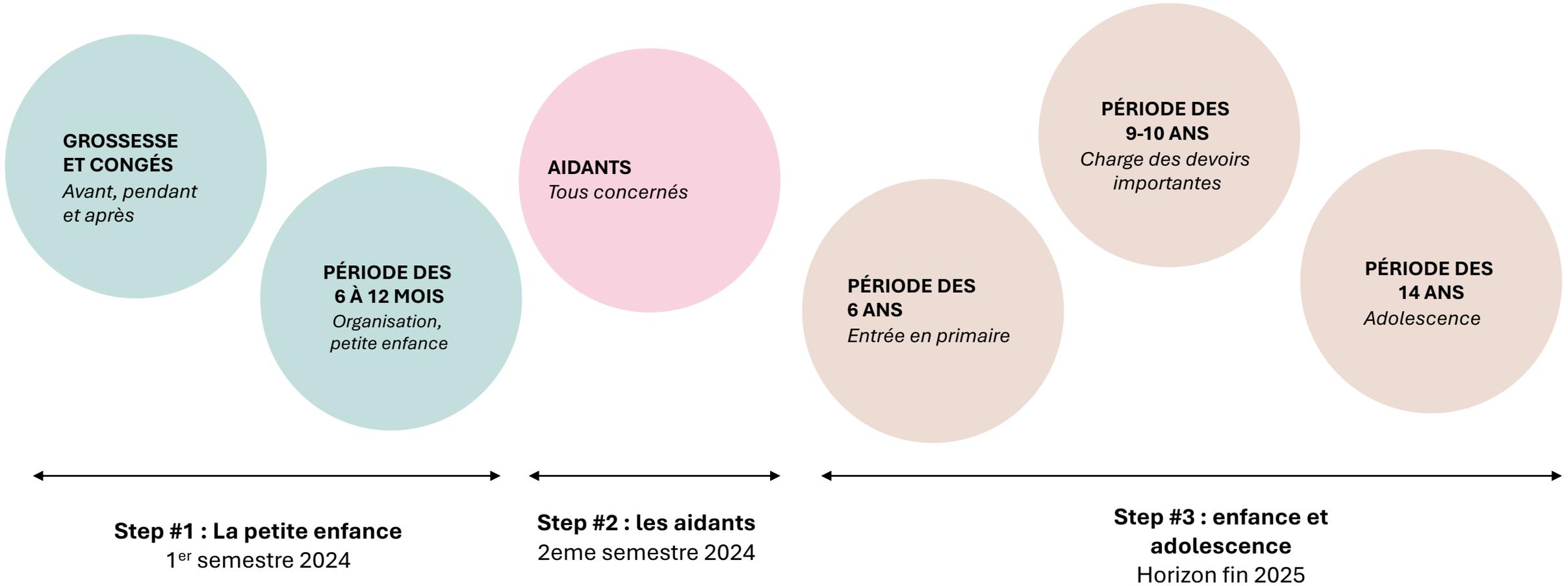
The Family Act, c'est notre charte familiale, écrite par & pour les collaborateurs, pour mieux concilier sa vie pro & sa vie perso en famille.

EXTREME[®]
THE FAMILY ACT



- ✓ UN SOUTIEN A CHAQUE ETAPE DE LA VIE DE FAMILLE
- ✓ MESURES SUR LA PETITE ENFANCE
- ✓ MESURES POUR LES AIDANTS

UN SOUTIEN A CHAQUE ETAPE DE LA VIE DE FAMILLE





STEP #1 : LA PETITE ENFANCE

LES CONDITIONS DE TRAVAIL

- 2 semaines de congé parentalité en plus pour les hommes ou les femmes
- 1 jour de « fragilité » en cas de fausse couche ou avortement
- 3 jours de télétravail au lieu de 2 par semaine jusqu'aux 6 mois de l'enfant (valable également en cas de GPA/PMA et adoption)

LE POUVOIR DE LA COMMUNAUTÉ

- Groupe d'échange entre parents sur teams et annuaire d'experts
- Dons de RTT pour les parents ayant des enfants malades

LE SOUTIEN LOGISTIQUE

- Jusqu'à 3 jours de baby-sitter co-financés en chèque CESU dans l'année pour ne rien chambouler pour les parents d'enfants jusqu'à 10 ans.
 - Partenariat avec la crèche Parents Zen
- 2 berceaux attribués en 2024**

L'ENCADREMENT MANAGERIAL

- 3 rdvs privilégiés avec son manager au retour de congé parental
- Choix de rester connecté ou non pendant le congé parentalité

SANS OUBLIER TOUS LES ACQUIS EXISTANTS VIA NOS CONVENTIONS COLLECTIVES

CONVENTION DE LA PUB

Congés enfants malades

Congés accordés aux salariés sur présentation d'un justificatif médical, avec maintien de salaire à 80% par l'employeur.

10 jours ouvrés par collaborateur.

Congés rentrée scolaire

½ journée offerte le jour de la rentrée scolaire

CONVENTION SYNTEC

Congés enfants malades

Congés accordés aux salariés sur présentation d'un justificatif médical, sans maintien de salaire par l'employeur.

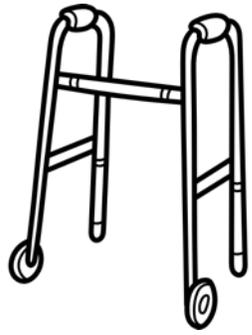
3 à 5 jours ouvrés par collaborateur mais le groupe s'engage à uniformiser cette mesure à tous.

Congés rentrée scolaire

Rien dans la convention mais le groupe s'engage à uniformiser cette mesure pour en faire bénéficier tous les collaborateurs : ½ journée offerte le jour de la rentrée scolaire

Politique salariale retour de congé maternité

Une nouvelle mutuelle encore plus avantageuse pour les familles



STEP #2 : LES AIDANTS

SENSIBILISATION

- Arbre aux aidants
- Kit'aid pour les aidants
- Boussole des aidants

10 personnes participantes au dispositif en 2024

L'ENCADREMENT MANAGERIAL

- Formation des managers sur le sujet des aidants
- Formation des managers au recrutement sans préjugés

Mise en place courant 2025

LE SOUTIEN DE LA COMMUNAUTÉ

- Extension des dons de RTT aux aidants

11 RTT déposé en don sur 2024

POLITIQUE DIVERSITE & INCLUSION

Employant plus de 300 personnes, il est important pour nous de faire en sorte que tout le monde se sente accueilli et intégré, quel que soit son origine, son orientation sexuelle, son identité de genre sa religion ou encore son handicap.

Pour cela nous avons mis en place un **comité D&I** qui permet de traiter ces questions en impliquant les extrémiens qui le souhaitent.

- ✓ JOURNEE INTERNATIONALE DES DROITS DES FEMMES
- ✓ PRIDE
- ✓ HANDICAP
- ✓ ACTIONS SOLIDAIRES

JOURNEE INTERNATIONALE DES DROITS DES FEMMES

_Exposition



Exposition collaborative de nos collaboratrices sur le thème des droits des femmes.

_Formation



L'Oréal Paris, l'ONG Right To Be et la Fondation des Femmes s'unissent pour lutter ensemble contre le harcèlement de rue. Stand up est un programme de formation permettant à chacun.e de mettre fin aux situations de harcèlement de rue, qu'on en soit témoin ou victime, grâce à des gestes simples, mais déterminants.

Cette année, Extreme a fait le choix de proposer cette formation d'une heure à tous ses salariés pour les aider à réagir en cas de harcèlement (que ce soit dans la rue ou dans un cadre professionnel) avec la règle des 5 D (Distraire / Déléguer / Documenter / Diriger / Dialoguer)

30 salariés ont participé à la formation en 2024

EXTREME PRIDE

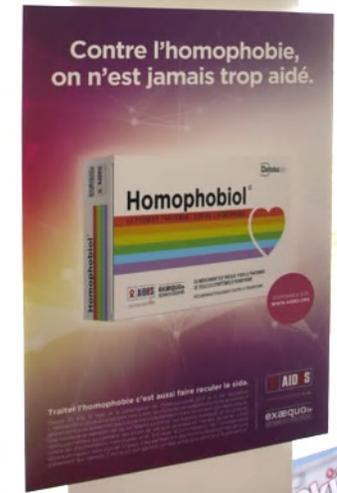
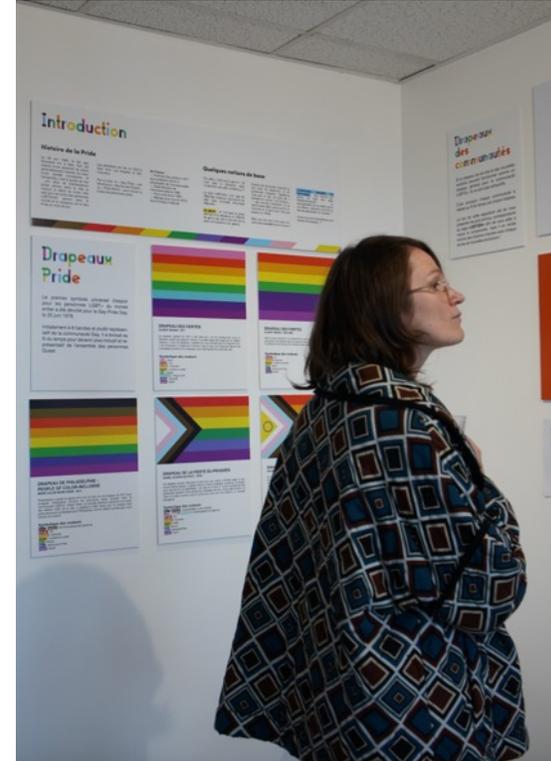
Nous avons profité du mois de juin, célébrant traditionnellement le mois des fiertés pour sensibiliser les extremiens de tous bords à l'histoire de ce mouvement, la création des drapeaux de la communauté et leur signification ainsi que celle de l'acronyme LGBTQIA+ .

Une exposition des meilleures campagnes de communication contre l'homophobie a également été organisée.

Une **60aine** d'extremiens ont visité l'exposition

extreme

PRIDE
MONTH



HANDICAPS INVISIBLES

Nous avons fait appel à l'agence et média Petite Mu, spécialiste en sensibilisation en Handicap Invisible et cofondé par deux jeunes femmes concernées par ces thématiques. Leur témoignage a permis de libérer la parole au sein de nos équipes.

L'atelier qui a suivi la conférence permettant d'entrer davantage dans le détail et a réuni **50** participants



Petite Mu.

Sensibiliser aux handicaps invisibles

Petite Mu apporte un nouveau regard sur le handicap, avec de la spontanéité, de l'authenticité et de l'humour, en donnant la parole à ceux qu'on n'écoute jamais, ceux qu'on ne croit pas.

7 novembre
11h - 14h
Flex accueil

Atelier
&
Conférence



AUTRES ACTIONS SOCIALES

Actions de collectes solidaires

SEMAINE SOLIDAIRE

COLLECTE

DU LUN 26 FÉVRIER
AU VEN 1^{ER} MARS

extreme

SHOPPING LIST

- Riz 500g - 1kg
- Pâtes 500g - 1kg
- Conserve petit à moyen format
- Petits pots bébé
- Gâteaux secs
- Chocolats

DONS À DÉPOSER AU L'ACCUEIL DU 9^e

SEMAINE SOLIDAIRE

extreme S'ENGAGE #1boîteextremien-es

make it GOOD extreme

En collaboration avec la mairie de Clichy et l'association Les Maraudeurs du bonheur

OPÉRATION BOÎTES DE NOËL

Un produit d'hygiène

Un vêtement chaud

Des douceurs comestibles

À vos dons !

Un loisir

Un mot doux

DATE LIMITE DE DÉPÔT
Récolte à l'accueil

15 Décembre



Un petit footing entre collègues ?

RDV samedi 19 novembre à la Course des Lumières, une course solidaire qui aura lieu la nuit dans Paris — pour soutenir la lutte contre le cancer.

Que vous comptiez marcher ou courir, venez vivre ce moment festif et solidaire avec vos équipes !

extreme



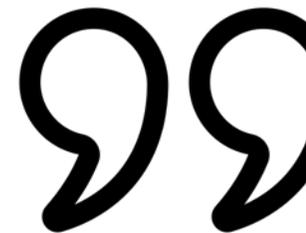
Courses solidaires

PRENDRE SOIN DU VIVANT





PRENDRE SOIN DU VIVANT



Être une entreprise responsable, c'est prendre conscience de sa place dans son écosystème, de son impact, et identifier les actions pour le limiter lorsqu'il est négatif.

Pour cela, tout le monde doit être embarqué !
Nous tenons à garder un ton optimiste et joyeux pour mieux faire passer nos messages.

Mathilde Carayon, Responsable RSE

PRENDRE SOIN DU VIVANT

Mesurer et réduire nos émissions carbone, en adaptant notre fonctionnement interne et notre manière de travailler avec nos clients.

- ✓ SENSIBILISER
- ✓ MOBILITE DOUCE
- ✓ GUIDE DE LA COMMUNICATION RESPONSABLE
- ✓ BILAN CARBONE

SENSIBILISER

Provoquer des prises de conscience et accompagner les changements de mentalité grâce à des ateliers ludiques et basés sur la convivialité.

- ✓ Apéritif végétarien
- ✓ Courses solidaires
- ✓ Campagne bons gestes
- ✓ Organisation de vide-dressings



Buffet végétarien pour notre apéro RSE



SENSIBILISER

Fresque du climat

Quatre de nos collaborateurs sont formés pour animer des fresques du climat.

L'objectif est que tous les collaborateurs et nouveaux arrivants soient sensibilisés.

Un de nos animateurs est également formé à la fresque du numérique et anime régulièrement des ateliers en interne.



Déjà **200** collaborateurs formés !

COMMUNICATION RESPONSABLE

extreme

CAFE QUIZ

Greenwashing

Plongez au cœur des pratiques douteuses et des stratégies marketing trompeuses avec notre quiz sur le greenwashing.

Préparez-vous à distinguer le vrai du faux et à aiguiser votre esprit critique face aux affirmations écologiques.

A gagner :
une carte cadeau
eco-solidaire
de 50€

Mer. 25/09 – 16h
Connectez-vous via la plateforme
avec le code d'accès « a5aa ».

Organisation d'un quiz de sensibilisation sur le green washing pour sensibiliser de manière ludique nos équipes commerciales et créatives

32 participants

14
SEPTEMBRE

Guide des métiers de la communication responsable

Pratiques et recommandations pour aligner nos métiers à nos engagements RSE

Une agence du groupe **extreme**

Grâce à un groupe de travail multi-métiers, nous avons élaboré notre guide de la communication responsable, partagé à l'ensemble des équipes.



FORFAIT MOBILITE DOUCE

Depuis 2024, nous avons mis en place un forfait de mobilité douce permettant à nos salariés venant à vélo de bénéficier d'indemnités. 25 centimes sont remboursés par km parcourus par les salariés pouvant aller jusqu'au même montant qu'un remboursement de forfait Navigo.

11 salariés ont bénéficié
du forfaits mobilité douce
entre 2024 & 2025

188 salariés bénéficient
d'un remboursement
transport en commun

EXTREME
MOBILITE DOUCE



**Tu viens à l'agence en vélo ?
Alors ce message est pour toi !**

Vérifie ton éligibilité au nouveau forfait de
mobilité douce :



MESURE DE NOTRE BILAN CARBONE

Depuis 2023, nous réalisons notre bilan carbone grâce à la plateforme Toovalu en partenariat avec notre agence spécialisée en stratégies environnementales TACTIC/14Septembre.



BILAN CARBONE – REPARTITION PAR BU

Groupe – bilan total

3883 tCO2

Event

2206 tCO2

Luxe

156 tCO2

Topo

70,27 tCO2

14 septembre

777 tCO2

Holding

72,43 tCO2

Life

60,44 tCO2

Design

277 tCO2

Miaaam

39,86 tCO2

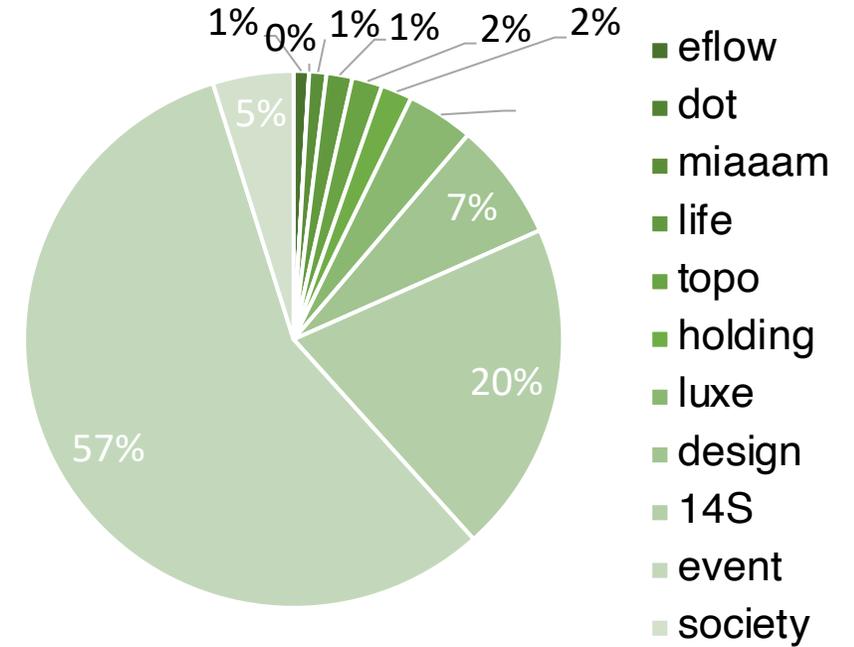
Eflow

35,78 tCO2)p

Dot

0,52 tCO2

Répartition des émissions
carbone dans le Groupe par
entité



BILAN CARBONE – REPARTITION PAR SCOPES

Scope 1

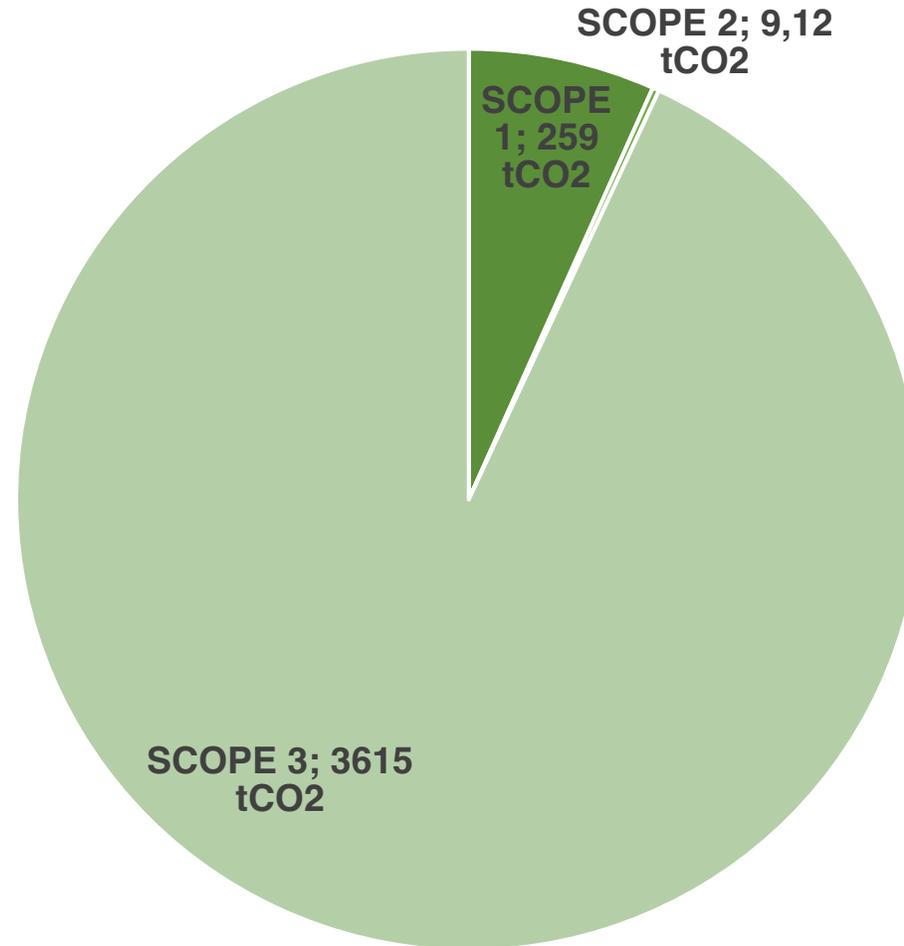
259 tCO₂

Scope 2

9,12 tCO₂

Scope 3

3615 tCO₂



BILAN CARBONE – FEUILLE DE ROUTE ET ANALYSE

1/2

Axe stratégique	Période : Temporalité	Actions	KPIs & Indicateurs
Achats responsables	2024-2025	Faire évoluer la charte achats responsables avec critères bas carbone spécifiques	% de fournisseurs ayant une politique climat
	2024-2025	Mettre en place des critères environnementaux dans les appels d'offres et les contrats avec les fournisseurs.	% de contrat avec critères
	2024-2025	Sélection de fournisseurs engagés (électricité verte, transport durable)	% de prestataires éco-responsables sélectionnés
	2024-2025	Suppression des supports imprimés non essentiels	% de supports imprimés supprimés
	2026-2028	50% des événements avec scénographie éco-conçue	% d'événements avec scénographie réutilisable
	2029-2033	Adoption de menus 100% locaux et saisonniers pour le catering / végétarien	% de repas végétariens/locaux dans les événements
Déplacements	2024-2025	Encouragement au covoiturage et aux transports en commun	% employés utilisant le train ou le covoiturage
	2024-2025	Sensibilisation des employés aux impacts carbone des voyages	Nombre de formations sur l'impact des déplacements
	2026-2028	50% des déplacements longue distance remplacés par du train	% des déplacements longue distance effectués en train
	2026-2028	80% des trajets professionnels en France sans avion	% de trajets professionnels en France sans avion
	2026-2028	Réduction de 30% des voyages en avion internationaux	% de réduction des voyages internationaux en avion
	2029-2033	Utilisation exclusive du train pour les trajets internes européens	% des trajets européens réalisés en train
	2029-2033	Compensation des émissions résiduelles des déplacements	% d'émissions compensées sur les déplacements
	2029-2033	Adoption d'une politique "No Fly" pour les trajets - de 4h en train	% trajets en train vs avion

BILAN CARBONE – FEUILLE DE ROUTE ET ANALYSE

1/2

Immobilisations	2024-2025	Transition vers du mobilier et des équipements reconditionnés	% de stands événementiels réutilisés
	2024-2025	Mise en place d'un système de réemploi des décors et stands	% de décors réutilisés sur plusieurs événements
	2026-2028	70% des équipements achetés avec un label environnemental	% d'équipements achetés avec un label environnemental
	2026-2028	50% des stands événementiels réutilisés d'une année à l'autre	% de stands réutilisés au lieu d'être jetés
	2024-2025	Passage à un fournisseur d'électricité 100% renouvelable	% d'électricité renouvelable utilisée
Energie et numérique	2024-2025	Sensibilisation des équipes aux éco-gestes numériques	% des employés formés aux éco-gestes numériques
	2026-2028	Mise en place d'un pilotage énergétique des bureaux et événements	Économies d'énergie réalisées grâce au pilotage
	2026-2028	50% des serveurs et solutions cloud basculés vers des hébergeurs bas carbone	% d'outils numériques hébergés en datacenter bas carbone
	2029-2033	Suppression des équipements numériques inutiles et recyclage systématique	% de matériel numérique recyclé ou supprimé

FAIRE DU BUSINESS, MAIS LE FAIRE BIEN





VERS UN BUSINESS PLUS VERTUEUX, CATALYSEUR D'UN FUTUR DESIRABLE



Chez **extreme**, nous croyons à un modèle d'entreprise où la performance économique va de pair avec la responsabilité sociale et environnementale.

Être vertueux, c'est inscrire nos actions dans une dynamique positive et durable.

Cela implique d'innover, de fédérer notre écosystème et de transformer nos métiers pour créer de la valeur partagée. Ensemble, nous avons le pouvoir d'inspirer des changements profonds et de bâtir des modèles plus justes et générateurs d'impact.

Thomas Frébourg, DG 14 Septembre

FAIRE – BIEN – GRANDIR LE BUSINESS

Être à l'écoute de notre marché et s'adapter aux attentes de nos clients, accompagner de jeunes projets responsables.



LA PÉPINIÈRE



ISO 20121



ENTREPRISE À MISSION

LA PÉPINIÈRE

Notre appel à projets pour les initiatives engagées, basé sur le partage : un an d'accompagnement en communication est offert en échange d'un atelier de sensibilisation.

Nos critères de sélection :

- Être une petite structure française
- Avoir un projet déjà cadré / existant
- Avoir un impact positif sur la société ou l'environnement

**extreme[®]
la pépinière**



LA PÉPINIÈRE

Projets accompagnés en 2024-2025

Moulin Demain –

projet environnemental de
réhabilitation de moulin pour
produire de l'énergie moins
polluante



Accompagnement : identité et
réputation

Etats Sauvages –

projet environnemental de
ré-ensauvagement de parcelles de
forêts



Accompagnement : identité et
asset de communication

On bouge –

projet social d'aide aux personnes
victimes de violences conjugales



Accompagnement : identité et
asset de communication





CERTIFICATION ISO 20121 – EXTREME EVENT

Historique de la démarche

- Lancement de la démarche en novembre 2023
- Lancement des écoutes février 2024
- Matrice de matérialité mars 2024
- Premier audit blanc : octobre 2024
- Premier audit en février 2025

Méthodologie :

- ✓ Définition des parties prenantes
- ✓ Écoute des parties prenantes
- ✓ Synthèse et analyse
- ✓ Matrice de matérialité
- ✓ Identification des enjeux prioritaires
- ✓ Lancement d'un plan d'action à travers la démarche de certification ISO 20121

PARTIES INTERESSEES INTERROGEEES

PRESTATAIRES

NOM ENTREPRISE

HELEN TRAITEUR

REGENCY LIMO COACH (TRANSPORT)

SOCIÉTÉ AQUILA EVENT (TECHNIQUE)

CONTACT

Bastien TALLET

Myriam LAISSY

Jean François HUREL

CLIENTS

NOM ENTREPRISE

JEEP

CRÉDIT AGRICOLE

BEST WESTERN

MC2I

CONTACT

Christophe USEO

Anaëlle FERRAND

Laurence CATTUS

Carla LAMANNA & Marion LOPEZ

FREE

TYPE

Direction de projet

Scénographe

CONTACT

Vanessa MARTINS

Eric BARBARON

COLLABORATEURS

POSTE

Directeur de la logistique

Régiseur générale

Cheffe de projet

Direction – managing partner

Direction - DGA

Ressources humaines

Comptabilité

CONTACT

Stijn DECLOERDT

Marie Jo LEMIRE

Juliette GOFFARD

Stéphane BERGNY

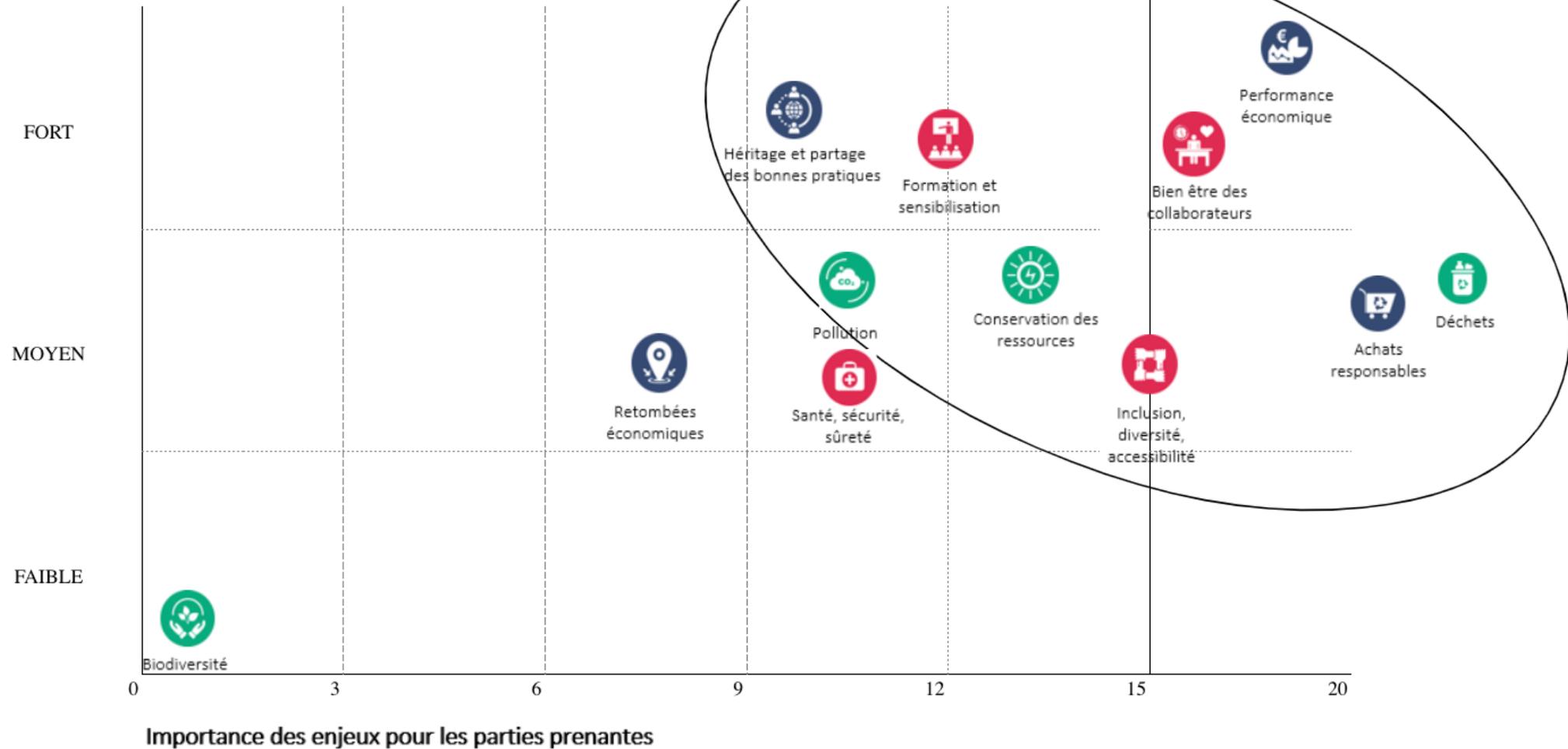
Guenaëlle WABNIK

Delphine MALARD & Jordane LAUNAY

Navy TA

MATRICE DE MATERIALITE

Impact sur les objectifs stratégiques



ENJEUX DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



Environnement

#1 Déployer une conception raisonnée de nos événements

Objectif 1 - Eco-concevoir nos événements de l'amont à l'aval

Objectif 2 - Maitriser la gestion de nos déchets sur place

Objectif 3 - Agir sur l'empreinte carbone de nos événements



Social

#2 Prendre soin et faire grandir dans l'inclusion

Objectif 1 - Poursuivre l'engagement de prendre de soin des collaborateurs

Objectif 2 - Poursuivre l'engagement de faire grandir les collaborateurs

Objectif 3 - Poursuivre les engagements d'inclusion aussi bien en interne que sur nos événements



Economie

#3 innover pour un impact responsable

Objectif 1 - Déployer les achats responsables

Objectif 2 - Agir sur l'impact et la performance responsable

Objectif 3 - Optimiser le fonctionnement de l'organisation



PLAN D'ACTION



Volet Environnemental

Enjeu 1 : Déployer une conception raisonnée de nos événements

Objectif 1 - Eco-concevoir nos événements de l'amont à l'aval

Mieux préparer nos événements en anticipant pour entrer dans une démarche d'éco conception

Proposer des menus locaux et de saison

Anticipation des quantités pour limiter le gaspillage alimentaire, récupération par des associations en cas de besoin

Réutilisation des décors

Objectif 2 - Maîtriser la gestion de nos déchets sur place

Ne passer que par des lieux faisant le tri

Récupération et traçabilité des déchets récupérés sur place

Objectif 3 - Agir sur l'empreinte carbone de nos événements

Privilégier la mobilité douce

Privilégier les compagnies de transport électrique

Proposer la mesure de notre impact carbone sur les événements : identifier le presta , mise en place d'outil de recup de data en amont (moyen de transport des participants sur les questionnaires d'inscription)...

PLAN D' ACTIONS



Volet Social

Enjeu 2 : Prendre soin et faire grandir dans l'inclusion

Objectif 1 - Poursuivre l'engagement de prendre de soin des collaborateurs et de nos partenaires

Avoir une plateforme de signalement éthique et des processus de réponses en fonction de chaque problème

Poursuivre le point fort identifié de bien traiter nos partenaires

S'assurer du respect de la réglementation et de la sécurité des équipes, des visiteurs de nos événements

Objectif 2 - Poursuivre l'engagement de faire grandir les collaborateurs

Sensibilisation au climat : fresque du climat pour tous les collaborateurs

Poursuivre les formations RSE

Sensibiliser aux sujets d'éthique et d'inclusion

Objectif 3 - Poursuivre les engagements d'inclusion aussi bien en interne que sur nos événements

Améliorer l'accessibilité des événements pour tous

Travailler à avoir une parité sur les intervenants d'un événements

Faciliter le recrutement de population éloignées de l'emploi

PLAN D'ACTION



Volet Économique

Enjeu 3 : innover pour un impact responsable

Objectif 1 - Déployer les achats responsables

Développer une politique d'achat responsable basée sur les attentes de nos clients

Travailler à des procédures d'achat mieux anticipés, comment réduire le last minute et comment en réduire l'impact avec un approvisionnement responsable

Payer dans des délais raisonnables nos partenaires pour préserver la relation commerciale

Objectif 2 - Agir sur l'impact et la performance responsable

Intégrer dans nos points hebdo de la veille créative

Concevoir une offre responsable attractive

Poursuivre la qualité relation client

Objectif 3 - Optimiser le fonctionnement de l'organisation

Mise en place d'une veille règlementaire

Former les équipes aux outils/process it pour les utiliser encore plus efficacement

Créer des procédures métier

MESURE CARBONE DES EVENEMENTS VIA LA PLATEFORME CLIMEET

The screenshot shows the Climeet website interface. At the top, there is a dark teal navigation bar with the Climeet logo on the left and several menu items: 'Tableau de bord', 'Événements' (highlighted in a dark teal pill), 'Express', 'Partenaires', and 'E-learning'. On the right side of the navigation bar, there are icons for a user profile and a language selector set to 'Fr' (French).

Below the navigation bar, the main content area has a light gray background. It features a large heading 'Événements' with a calendar icon to its left. Underneath this heading is the text 'Gérer, comparer et analyser les empreintes carbone de vos événements'. To the right of this text is a button labeled 'Fiches de collecte' with a downward arrow icon.

The dashboard contains four prominent metric cards, each with an icon and a value field:

- Empreinte moyenne par jour:** Represented by a sun icon with an upward arrow. The value field shows '-- tCO2e'.
- Empreinte moyenne par participant:** Represented by an icon of two people. The value field shows '-- tCO2e'.
- Empreinte moyenne par événement:** Represented by a calendar icon. The value field shows '-- tCO2e'.
- Empreinte totale des événements:** Represented by a document icon with horizontal lines. The value field shows '-- tCO2e'.

At the bottom of the dashboard, there is a section titled 'Liste de vos événements'. Below this title is a search bar with the placeholder text 'Rechercher...'. To the right of the search bar are four buttons: 'Fusionner des événements', 'Comparer des événements', 'Créer un événement' (with a plus sign icon), and 'Filtres' (with a hamburger menu icon). In the bottom right corner, there is a notification bell icon with a red circle containing the number '1'.



ENTREPRISE A MISSION

14 SEPTEMBRE

Depuis 2021, l'agence 14 Septembre a initié une démarche pour devenir Entreprise à Mission, conformément à la loi PACTE de 2019.

Rachetée en 2023 par le Groupe Extreme, l'agence a obtenu son statut de société à mission en décembre 2023 grâce à l'inscription de sa nouvelle forme juridique dans son Kbis.

Ce statut oblige légalement l'agence à respecter sa raison d'être et ses objectifs statutaires, contrôlés par un Organisme Tiers Indépendant chaque année.

Extrait Kbis

EXTRAIT D'IMMATRICULATION PRINCIPALE AU REGISTRE DU COMMERCE ET DES SOCIÉTÉS à jour au 26 décembre 2023

IDENTIFICATION DE LA PERSONNE MORALE

<i>Immatriculation au RCS, numéro</i>	413 958 646 R.C.S. Nanterre
<i>Date d'immatriculation</i>	23/02/2023
<i>Transfert du</i>	R.C.S. de Paris en date du 20/02/2023
<i>Date d'immatriculation d'origine</i>	02/10/1997
<i>Dénomination ou raison sociale</i>	14 SEPTEMBRE
<i>Forme juridique</i>	Société par actions simplifiée Société à mission
<i>Capital social</i>	90 400,00 Euros
<i>- Mention n° 14886 du 01/01/2002</i>	CONVERSION DU CAPITAL SOCIAL EN EUROS EFFECTUEE D'OFFICE PAR LE GREFFIER DU TRIBUNAL DE COMMERCE EN APPLICATION DU DECRET N°2001-474 DU 30 MAI 2001
<i>Adresse du siège</i>	92-98 Boulevard Victor Hugo 92110 Clichy
<i>Activités principales</i>	Agence de publicité - Agence de relations avec les médias off & online (presse écrite, radiodiffusée, télévisée) et les nouvelles technologies d'information présentes et futures et, notamment INTERNET, INTRANET et CD ROM. Organisation de tous événements pour la promotion de ses clients. Passation de contrats avec les ambassadeurs et/ou les influenceurs (création de contenus, tournages, activations croisées) pour faire la promotion commerciale de ses clients.
<i>Durée de la personne morale</i>	Jusqu'au 02/10/2096

LA RAISON D'ÊTRE

Chez 14 Septembre, agence de communication du Groupe Extreme, nous sommes convaincus que la **créativité** est une réponse aux enjeux sociétaux et environnementaux. Nous la défendons **en tissant des liens** autour du beau, du bon et du bien **pour nourrir** l'art de vivre ensemble.

LE MANIFESTE

Nous sommes une **AGENCE DE COMMUNICATION** engagée, ouverte vers *l'intentionnel* et les enjeux *de demain*. Dans notre entreprise comme dans le monde, *rien n'est figé*. Seule la **PUISSANCE DU COLLECTIF** permet de répondre aux *Grands Défis*. Pour nous,

L'art de vivre ensemble

est plus qu'un souhait. C'est une idée à nourrir avec des engagements et preuves fortes pour *Créer des liens* avec toutes nos parties-prenantes et les cultiver avec **PASSION**, bienveillance et *créativité*. Nous sommes, avec notre écosystème de clients et de partenaires, des artisan-e-s du design, de l'**ARCHITECTURE**, de l'art cylindre et de l'*hospitalité*.

LE BEAU + BON + BIEN

nous animent, ils engagent le *Dialogue*, ils sont de puissants alliés pour faire évoluer notre *Culture* dans un monde en mouvement. Pleinement conscients de nos **IMPACTS** sur la planète et la société, nous agissons pour les *Améliorer*. En associant nos *Savoir-faire* stratégiques et créatifs et en valorisant la contribution de *Chacun-e* nous nous engageons pour une communication plus humaine. Nous sommes fier-ère-s d'accompagner celles et ceux qui ont envie de contribuer à l'essor d'un monde *Viable, Vivable et Équitable*.

L'art de vivre ensemble se **CONSTRUIT** aujourd'hui pour demain.

14 SEPTEMBRE

LES OBJECTIFS STATUTAIRES

Ils sont construits en respectant nos 3 niveaux de responsabilité d'entreprise :

Notre agence - Nos pratiques métiers (Productions et messages) - La société (Secteur et société)

- ❑ **Affirmer nos valeurs** - engagement, bienveillance et créativité - **dans l'entreprise** en cultivant les compétences et respectant les attentes ou besoins de chacun.E.
- ❑ **Défendre**, auprès de tous les publics, avec nos clients et partenaires, **la création sous toutes ses formes** en valorisant le goût du temps long, en accord avec les limites planétaires.
- ❑ **Mobiliser nos réseaux pour accélérer les transitions** de nos secteurs d'activités et construire une communication plus engagée.



Objectifs opérationnels	Actions
1# Mesurer la satisfaction de nos collaborateurs et accompagner leur développement et l'évolution des pratiques métiers.	Former nos collaborateurs > formations sur évolution métiers > fresques climat + numérique
	Construire des outils de transmission autour de la communication responsable
	Mesurer la satisfaction interne
	Accompagner nos collaborateurs au travers d'entretiens individuels semestriels

1# AFFIRMER NOS VALEURS - ENGAGEMENT, BIENVEILLANCE ET CRÉATIVITÉ - DANS L'ENTREPRISE EN CULTIVANT LES COMPÉTENCES ET RESPECTANT LES ATTENTES OU BESOINS DE CHACUN.E.



Objectifs opérationnels	Actions
<p>2# Calculer et réduire notre empreinte carbone + Tendre vers la neutralité afin de respecter les accords de Paris.</p>	Bilan carbone 2023 de l'Agence sur les scopes 1,2 et 3
	Plan de réduction des émissions de CO2 entre 2023 et 20XX
	Evaluer l'impact carbone de nos actions de communication
	Sourcer des fournisseurs engagés
	Plan de réduction des émissions CO2 de nos campagnes de communication entre 2023 et 20XX
<p>3# Tendre à une responsabilité maximale sur l'ensemble de nos périmètres de responsabilité et faire preuve de transparence dans nos communications.</p>	Développer notre contrat climat + Ecovadis + Global compact + rapport de mission
	Viser 100% de déchets recyclés
	Favoriser les mobilités douces de nos salariés

2# DÉFENDRE, AUPRÈS DE TOUS LES PUBLICS, AVEC NOS CLIENTS ET PARTENAIRES, LA CRÉATION SOUS TOUTES SES FORMES EN VALORISANT LE GOÛT DU TEMPS LONG, EN ACCORD AVEC LES LIMITES PLANÉTAIRES.



Objectifs opérationnels	Actions
<p>1# Privilégier nos développements commerciaux avec des entreprises qui partagent nos valeurs et renforcer nos collaborations avec des acteurs engagés.</p>	<p>Collaborer avec des entreprises engagées</p>
<p>2# Veiller à produire nos messages et événements de façon toujours plus responsable en s’assurant de l’engagement de nos partenaires et sous-traitants.</p>	<p>Charte achats responsables</p> <p>Code de conduite des fournisseurs</p> <p>Développer une influence responsable (médias & influenceurs)</p>

3# MOBILISER NOS RÉSEAUX POUR ACCÉLÉRER LES TRANSITIONS DE NOS SECTEURS D'ACTIVITÉS ET CONSTRUIRE UNE COMMUNICATION PLUS ENGAGÉE.



Objectifs opérationnels	Actions
1# Promouvoir des associations et des initiatives en faveur de la créativité en faveur du vivre ensemble et en accord avec les limites planétaires.	Accompagner des projets ou initiatives en Pro Bono Accompagner des associations et des projets vertueux
2# S'engager à changer les représentations sociétales et culturelles autour des enjeux environnementaux en valorisant de nouveaux récits et comportement.	Organiser annuellement Anticipation Festival Prendre la parole sur le sujet influence & limites planétaires

LE COMITÉ DE MISSION

Le comité de mission, une nouvelle gouvernance pour l'entreprise

Le comité de mission, distinct des organes existants et devant comporter au moins un salarié (pour 14S, 1 à 2 salariés + 1 direction), est chargé exclusivement du suivi de la mission.

Il présente annuellement un rapport joint au rapport de gestion à l'assemblée chargée de l'approbation des comptes de la société.

Ce comité procède à toute vérification qu'il juge opportune et se fait communiquer tout document nécessaire au suivi de l'exécution de la mission.

CONDITIONS

- Environ 6 à 8 membres
- Entre 2 & 4 réunions/an
- Des profils diversifiés :
clients/expert/institutions/
associations

COMITÉ DE MISSION 2024-2025



Hélène Aguilar

Créatrice des podcasts Où est le beau ?



Tristan de Witte

Président RIVALEN



Céline Réveillac

Présidente Communication et démocratie | Co-fondatrice Reboot!



Thomas Frébourg

Directeur général 14S



Antoine Roset

*Directeur Général - CEO
Ligne Roset- Cinna*



Amélie Deloche

*Consultante en influence
responsable*



Romain Peton

*Consultant RSE et
co-fondateur
TACTIC /14septembre*



**Laurent Denize
d'Estrées**

Président 14S

LES MEMBRES DU COPIL DE LA RAISON D'ÊTRE

Ce COPIL a pour objectif de mettre en place des actions vertueuses et responsables en lien avec la raison d'être de l'entreprise et ses objectifs statutaires. Nous nous retrouvons une fois par mois pour discuter des actions à mettre en place et de leurs avancées.



Thomas Frébourg
Directeur Général



Frédérique Créte
*Directrice de clientèle
Junior*



Esteva Porras
*Consultante en influence junior
14Septembre*



Clara Houmault
*Planneur Stratégique
14Septembre*



Marguerite Gaston
*Consultante en
influence junior*



Fanette Lambert
*Consultante en
influence junior*



Ryan Tardy
Chargé de mission RSE



Juliette Goujon
*Consultante en
influence junior*



Mathilde Carayon
*Responsable RSE du
Groupe Extreme*

TABLE DE CORRESPONDANCE ET ACCESSIBILITE DES DONNEES



TABLE DE CORRESPONDANCE GRI ODD CSRD

	GRI standards	Correspondances extreme agency	ODD du Global Compact	CSRD
102	Eléments généraux			
102-1	Nom de l'organisation	Extreme Agency		
102-2	Activités, marques, produits et services : Description des activités de l'organisation, des marques, produits et services	<p>Extreme est un groupe de communication et de branding spécialisé dans la création de stratégies innovantes pour accompagner les marques dans leur développement. L'entreprise propose une offre intégrée couvrant plusieurs expertises, notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stratégie de marque et branding : accompagnement des entreprises dans la définition et le positionnement de leur image. • Marketing et communication : campagnes publicitaires, contenus digitaux, activations. • Relations presse et influence : gestion des relations médias et des partenariats avec des influenceurs. • Événementiel et expérientiel : conception et production d'événements immersifs et expérientiels. • Création de contenu et production audiovisuelle via Studio Louis Video & Créativité. • Digital & social media : développement de stratégies numériques et gestion de la présence en ligne des marques. <p>Grâce à son approche créative et stratégique, Extreme accompagne des clients issus de divers secteurs, notamment le luxe, la food, le retail ou encore l'industrie.</p>	N/A	N/A
102-3	Location des sièges de l'entreprise	92-98 Bd Victor Hugo, 92110 Clichy, FRANCE	N/A	N/A
102-4	Location des opérations : Nombre de pays où l'organisation opère, nom de pays où se trouvent des opérations significatives ou qui sont significatifs au regard de ce rapport	<p>Extreme est implanté en France, avec son siège social situé au 92/98 boulevard Victor Hugo, 92110 Clichy.</p> <p>Elle a également 4 bureaux :</p> <p>5 bureaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lyon • Londres. • Milan. • São Paulo. <p>Le groupe regroupe plusieurs entités spécialisées dans la communication, le branding et l'événementiel, opérant principalement en France. Certaines activités peuvent s'étendre à l'international en fonction des besoins clients et des projets spécifiques.</p>	N/A	N/A

TABLE DE CORRESPONDANCE GRI ODD CSRD

102-5	Mode de propriété et structure légale	<p>Extreme est une entreprise privée opérant sous la forme juridique d'une Société par Actions Simplifiée (SAS). Extreme, composée de plusieurs sociétés spécialisées dans la communication, le branding, l'événementiel, le packaging et la création de contenu. L'ensemble est dirigé par Jean Valentin, Président Directeur Général.</p> <p>Les sociétés appartenant à l'UES Extreme incluent notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Extreme (société mère) • Extreme Agency • E-Flow • Extreme Event • Studio Louis Video et Créativité • Extreme Dot • Extreme Luxe • Extreme Society • Extreme Topo • Extreme Life • Extreme Miaaam • 14 Septembre (agence spécialisée en communication et relations presse) • Tactic (cabinet de conseil RSE) <p>L'ensemble de ces entités est immatriculé au Registre du Commerce et des Sociétés de Nanterre, avec un siège social situé au 92/98 boulevard Victor Hugo, 92110 Clichy.</p>	N/A	N/A
102-6	Marchés servis : locations géographiques des marchés, secteurs desservis, types de clients et usagers / consommateur	Les marchés adressés par l'agence sont majoritairement en France (88%), Europe (3%), Hors Europe (9%)	N/A	N/A
102-7	Taille de l'organisation : Nombre d'employés, information sur les opérations, ventes, capitalisation et ventes de produits	<p>Nombre total salarié hors alternants : 245</p> <p>Nombre de salariés au siège : 150</p> <p>Salariés à Lyon : 20</p> <p>Salariés à Londres : 5</p> <p>Salariés à Milan : 10</p> <p>Opération : Nos clients sont des marques et entreprises faisant appel à nous pour leurs problématiques d'identité, expérience ou réputation pour les secteurs Food, Luxe, Design, Industrie, Cosmétique</p> <p>Nous produisons pour eux des campagnes de communication ou influence, événements, éléments graphiques où autres éléments servant leur stratégie de communication.</p>	N/A	N/A
102-8	Information concernant les employés et les autres travailleurs : employés par type de contrat (CDI / CDD), genre, région, temps plein / partiel et si une part significative de l'activité est réalisée par des personnes qui ne sont pas employés de l'entreprise.	<p>Au 1er janvier 2024, Extreme compte 305 collaborateurs, répartis comme suit :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 245 employés en CDI ou CDD (237 CDI – 78 %, 8 CDD – 3 %) • 38 alternants (12 % de l'effectif total) • 22 stagiaires (7 % de l'effectif total) <p>La répartition par genre est de 68 % de femmes et 32 % d'hommes, avec 20 % de femmes occupant un poste de direction.</p>	 	ESRS 1

TABLE DE CORRESPONDANCE GRI ODD CSRD

102-9	Chaîne d'approvisionnement : incluant sa structure principale pour les activités, marques, produits et service	<p>Extrême collabore avec une diversité de fournisseurs et prestataires, couvrant plusieurs catégories : services de communication, impression, événements, IT et production digitale, etc... La chaîne d'approvisionnement repose principalement sur des partenaires en France.</p> <p>L'entreprise s'efforce d'intégrer des critères environnementaux et sociaux dans la sélection de ses fournisseurs. Dès que possible, Extrême privilégie des prestataires engagés dans des démarches de responsabilité sociétale et environnementale conformément à notre politique d'achats responsables.</p>		ESRS G1
102-10	Changements significatifs concernant la taille de l'organisation, sa structure, mode de propriété ou sa chaîne d'approvisionnement (changement de location des opérations ou fournisseurs principaux ou encore de structure du capital)	N/A	N/A	N/A
102-11	L'approche sur le principe de précaution	<p>Extrême applique le principe de précaution en intégrant une approche proactive d'identification et de gestion des risques ESG. L'entreprise réalise une matrice de matérialité afin d'identifier les enjeux prioritaires en matière de développement durable et d'anticiper les risques environnementaux et sociaux liés à ses activités.</p> <p>Cette analyse, menée en concertation avec les parties prenantes, permet de structurer la stratégie RSE de l'entreprise et d'orienter ses actions pour limiter son impact.</p>		ESRS E1, E2 & E5
102-12	Initiatives externes (liste des chartes RSE, principes ou autres initiatives auxquelles l'entreprise s'adosse)	<p>Extrême adhère aux initiatives suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - ISO20121 - Global Compact - CDP - Ecovadis 		ESRS G1
102-14	Déclaration du dirigeant (CEO, COMEX, CODIR ou CA) au sujet de l'intérêt de la RSE pour l'organisation et de la stratégie	<p>Le mot du président, Jean Valentin :</p> <p>« Si "prendre soin et faire grandir" est notre Moto au quotidien, cela raisonne particulièrement sur le sujet de l'environnement. Nous avons un engagement envers la durabilité, en cherchant à limiter notre impact afin de prendre soin de notre écosystème global. Cette vision est essentielle pour que le Groupe Extrême puisse continuer d'y grandir dans le respect des limites planétaires et des principes de développement durable.</p> <p>Extrême est robuste & résistante, ancrée dans le monde et a à cœur de prospérer tout en préservant le vivant. »</p>		ESRS G1
102-16	Valeurs, principes, standards, et normes comportementales	<p>Extrême s'engage à promouvoir une culture basée sur l'inclusion et la responsabilité. L'entreprise applique des principes éthiques en matière de gouvernance, d'environnement, de respect des droits humains et de transparence. Nous nous alignons pour cela sur les standards du GRI, nos ODD et les ESRS.</p>		ESRS 2

TABLE DE CORRESPONDANCE GRI ODD CSRD

102-18	Structure de la gouvernance : incluant les plus hauts comités de gouvernance et leurs responsabilités sur la RSE	Le comex est impliqué dans le suivi de nos plans d'action relatifs au développement durable	 	ESRS 2 & G1
102-41	Conventions collectives : pourcentage des employés couverts par une convention collective	Extreme applique les Conventions collectives Publicité et Syntec. Elles couvrent 100 % des employés concernés par le périmètre de ces conventions. Cette convention définit les conditions de travail, de rémunération et les avantages sociaux applicables aux collaborateurs de l'entreprise.	 	ESRS 1
102-48	Revue des déclarations précédentes : Les raisons et effets des modifications de déclarations données dans de précédents rapports.	N/A	N/A	N/A
102-50	Période de reporting	Ce rapport couvre les performances RSE d'Extreme pour la période 2023-2024.	N/A	N/A
102-51	Si applicable, la date du plus récent rapport précédent	Mars 2024	N/A	N/A
102-52	Cycle de reporting	Extreme publie son rapport RSE sur une base annuelle.	N/A	N/A
102-53	Point de contact concernant les éléments du rapport	Pour toute question relative au rapport RSE d'Extreme, vous pouvez contacter : Nom prénom : Mathilde Carayon Fonction dans l'entreprise : Responsable RSE Adresse mail : mathilde.carayon@extreme.fr	N/A	N/A
102-54	Déclaration de reporting en adéquation avec les standards GRI	Oui	N/A	N/A
102-55	Table de correspondance GRI	Oui	N/A	N/A

TABLE DE CORRESPONDANCE GRI ODD CSRD

204 Pratiques d'approvisionnement				
204-1	Proportion des achats localement réalisés	40% d'achats réalisés en ile de France en 2024		ESRS G1
205 Lutte contre la corruption				
205-2	Communication et formation sur la politique et les procédures anti-corruption	<p>Extreme a mis en place une politique de lutte contre la corruption intégrée à sa charte d'achats responsables et à son code de conduite des fournisseurs. Ces documents sont communiqués à l'ensemble des collaborateurs et fournisseurs afin d'assurer la transparence et l'intégrité des pratiques professionnelles.</p> <p>Une formation sur la lutte contre la corruption est accessible via la plateforme de formation interne, permettant aux collaborateurs d'être sensibilisés aux risques et aux bonnes pratiques.</p> <p>Enfin, un dispositif de signalement interne est disponible, permettant aux employés et partenaires de signaler anonymement toute situation suspecte, assurant ainsi une vigilance continue sur ces enjeux.</p>	 	ESRS G1
206 Pratiques anti-concurrentielles				
206-1	Action en justice contre les pratiques anti-concurrentielles et les monopoles	À la date de publication de ce rapport, Extreme n'a fait l'objet d'aucune action en justice liée à des pratiques anticoncurrentielles		ESRS G1

TABLE DE CORRESPONDANCE GRI ODD CSRD

302 Énergies				
302-1	Consommation énergétique au sein de l'organisation	154 330 kWh en 2024		ESRS E5
302-4	Réduction de la consommation énergétique	-12% par rapport à 2023		ESRS E5
305 Émissions				
305-4	Intensité des émissions de GES (Gaz à Effet de Serre)	En 2024, l'intensité carbone d'Extreme était de 92,45 tCO ₂ e par million d'euros de chiffre d'affaires (3 883 tCO ₂ e pour 42 M€ de CA).		ESRS E1 & E2
306 Déchets				
306-1	Génération de déchets et impacts significatifs liés aux déchets	3203,64 KG	 	ESRS E5
306-2	Gestion des impacts significatifs liés aux déchets	Une politique environnementale a été établie et traite de toute notre gestion des déchets avec un objectif de réduction de 5% par an	 	ESRS E5

TABLE DE CORRESPONDANCE GRI ODD CSRD

403 Santé et sécurité au travail				
403-2	Type et taux d'accidents du travail, maladies professionnelles, absentéisme et décès liés au travail	Taux d'accident du travail : 0,85 Absentéisme : 2,38 0 décès liés au travail		ESRS S1
403-5	Formation des travailleurs à la santé et sécurité au travail	22 personnes Formée à la Sécurité en 2023	 	ESRS S1
404 Formation et éducation				
404-1	Nombre d'heure de formation moyen par employé	En 2024, les collaborateurs d'Extreme ont bénéficié en moyenne de 1,3 heure de formation par an et par employé.		ESRS S1
405 Diversité et égalité des chances				
405-1	Diversité des instances de gouvernance et des employés	25% du Comex issus de groupes minoritaires ou vulnérables	 	ESRS S1
405-2	Ratio entre le salaire de base et les rémunérations entre les hommes et les femmes	0,2% d'écart de rémunération entre les hommes et les femmes	 	ESRS S1

ACCESSIBILITE DES DONNEES

Notre bilan RSE est accessible sur notre site internet **extreme.fr** via la page culture, sur le bouton « more info »



extreme® AGENCIES SECTORS CULTURE WORK PEOPLE JOIN US CONTACT

— More info —

Un programme RSE est encore plus fort quand il vient de l'initiative des collaborateurs. C'est comme ça qu'est né Make It Good : un programme riche, participatif et ambitieux.

Transformation de nos métiers

Accompagner les évolutions du marché fait partie de notre mission. En coconstruisant avec nos clients, nous développons nos offres et nos process en accord avec leurs enjeux écologiques et sociétaux, avec au cœur du dispositif la formation de nos collaborateurs et une veille continue.

L'inclusion comme priorité

Le volet sociétal de notre programme RSE se donne pour objectif d'aider les jeunes issus de milieux défavorisés en les inspirant et en facilitant leur accès à nos métiers. Grâce à un réseau de partenaires locaux, nous mettons en place des actions pour échanger avec eux et les aider à s'insérer dans le monde du travail.

Soutien et défense des droits des femmes

Non seulement elles représentent plus de 65% de nos effectifs mais nous nous efforçons au quotidien de corriger les inégalités de genre et tendre vers l'équité. En 2024, notre index de l'égalité professionnelle affiche un score de 99/100.

extreme[®]

MAKE IT GOOD

Rapport
RSE
2024

Personne en charge :
Mathilde Carayon, Responsable RSE
mathilde.carayon@extreme.fr