extreme®

Make it good

Rapport
RSE
2025

Date de publication : novembre 2025

Rapport RSE 2025

SOMMAIRE

1_Introduction

2_Nos engagements

3_Nos actions via
Nos talents
Nos clients
La société

4_Table de concordance

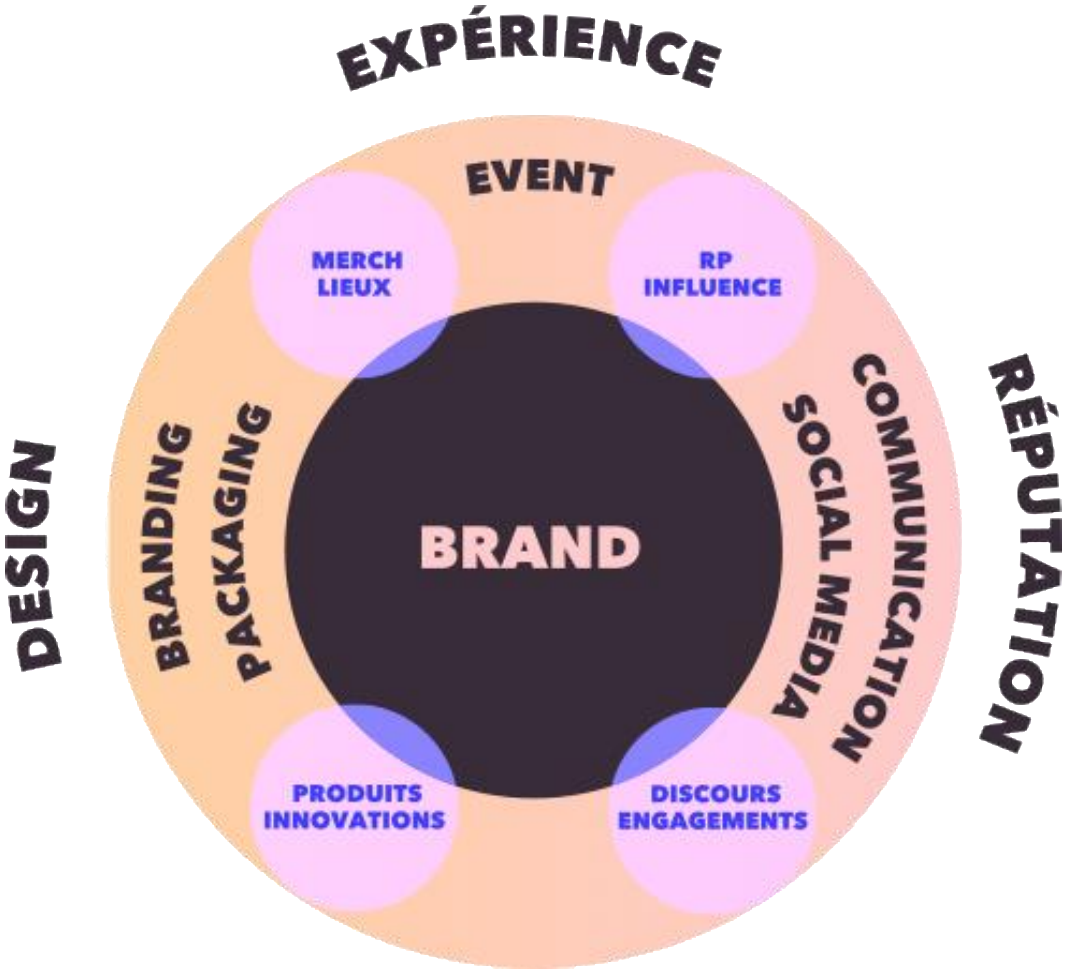
5_Accessibilité des données

Introduction

Le Groupe Extreme

EXPERTISE

NOUS SOMMES
SPÉCIALISTES
DE LA **MARQUE**
SUR TOUTES SES
ASPÉRITÉS



Le Groupe Extreme

CHIFFRES CLÉS

***« SHAPING THE* FUTURE »**
***DEPUIS* 1995**
100%
INDÉPENDANTS
320 *PERSONNES*
50 M€ *DE CA*
6 PAYS

Le mot de la direction

Pour **extreme**, une entreprise durable et responsable est avant tout une entreprise qui fait attention à son impact et aux idées qu'elle transmet, tout en prenant soin de celles et ceux qui la font vivre.

Partant de ce constat, le Groupe a posé un cap clair pour les 10 années à venir, avec une ambition forte de progrès économique et de croissance, tout en préservant le vivant, l'homme et la planète — faire du business, et le faire bien.

L'entreprise est fière de sa dynamique, soutenue par la direction et animée par le département RSE et des collaborateurs volontaires.

Dans le cadre de sa participation à la CEC (Convention des entreprises pour le climat, **extreme** allie sa raison d'être à ses objectifs RSE, et se fixe désormais pour mission de **prendre soin et faire grandir son écosystème, pour devenir une entreprise plus robuste, écologiquement sûre et socialement juste**.

Récompensée par une médaille d'or Ecovadis (78/100), cette stratégie s'ancre dans un engagement constant pour concilier rentabilité et responsabilité, et se traduit en une transformation systémique autour de 3 axes : nos talents, nos clients et la société.

Cette vision à 10 ans est une trajectoire ambitieuse, nourrie de convictions, d'exigence et d'actions concrètes. Le Groupe **extreme** s'engage à se transformer durablement et à inspirer son écosystème de clients et partenaires, en contribuant à la société de manière utile et juste, en continuant de faire du business vertueux, de manière responsable et avec sens.

Marine Chapuis,
DG Finance & RH

Thomas Frébourg,
DG 14 Septembre

Nos grands défis

1. **Défi culturel**
fédérer & changer les habitudes

2. Défi business
concilier rentabilité & transformation

3. Défi Concurrentiel
se différencier

4. **Défi Opérationnel**
intégrer la transformation

5. Défi collaboratif
mobiliser au-delà de notre écosystème

Engagements

Un engagement pérenne

2017

Début de l'audit Ecovadis

2019

Adhésion Global Compact

2020

Début du programme RSE « **make it Good** » sur les piliers environnement, éthique, inclusion

2021

Ecovadis
Médaille Silver

Adhésion **CDP**

Mise en place de l'équipe RSE à temps plein

2023

Adhésion **CeC**
Nouveaux imaginaires

14 Septembre
Entreprise à Mission

Mise en place du **Family Act**

Fresque du climat
Pour les salariés

2024

Premier **Bilan Carbone**

Score **Ecovadis**
71/100

CDP
note B

Certification **ISO 20121**

2025

Baisse de -5% de notre **Bilan Carbone**

Score **Ecovadis**
78/100

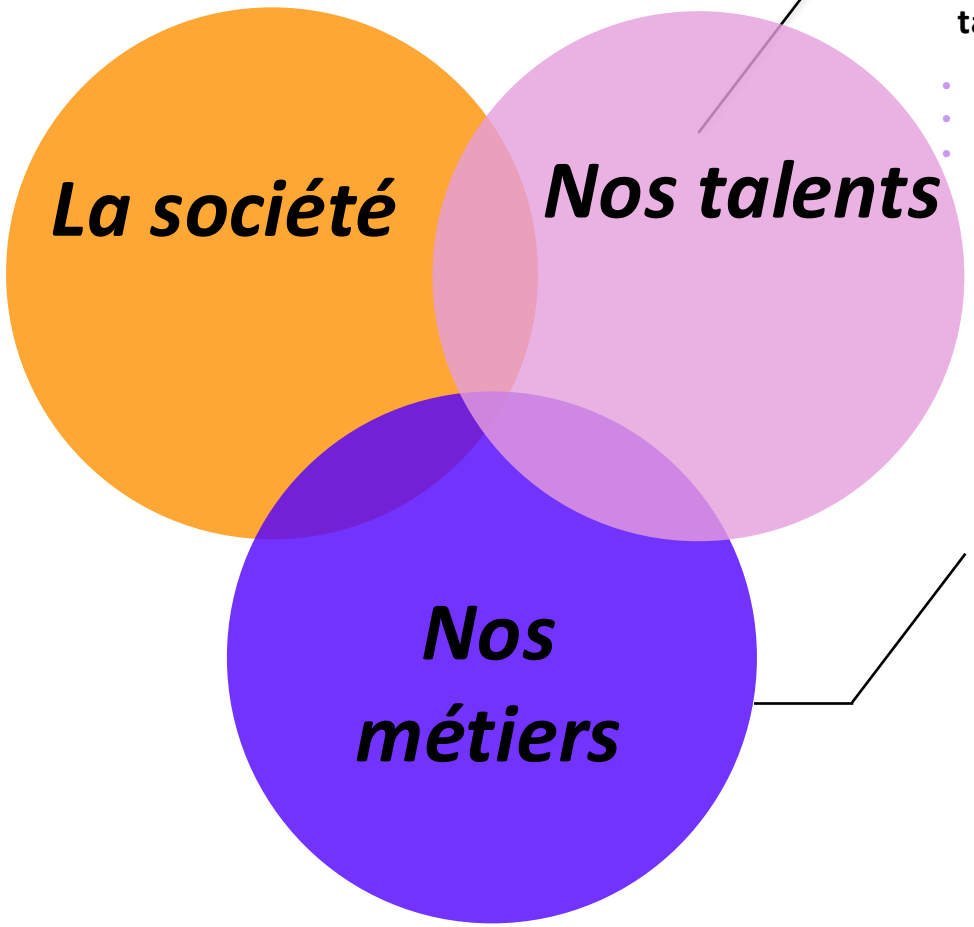
Label aidants

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 parcours, ensemble.

Nos piliers

Notre politique **RSE** s'articule autour de 3 grands piliers et repose sur notre raison d'être « **prendre soin et faire grandir** »



Prendre soin et faire grandir nos talents

- Charte familiale « Family Act »
- Label Aidants (Klésia)
- Plateforme de formation en ligne accessible à tout le monde

Prendre soin de l'environnement et du vivant

- Bilan carbone annuel
- Mesure carbone d'opérations spécifiques
- Fresque du climat et du numérique pour toutes et tous
- Achats responsables

Faire du business mais le faire bien

- Extperience : des événements utiles, sobres
- Réputation : Communication responsable
- Design : Responsiv pack

Labels du groupe

ecovadis

Score global
78/100

Percentile
97ème

GOLD | Top 5%
ecovadis
Sustainability Rating
MAR 2025

Note 2024 : 71/100
Note 2023 : 64/100

cybervadis

Overall score
785/1000

DEVELOPED

Note 2024 : 748

CDP
DISCLOSURE INSIGHT ACTION

Score *
B

Note 2024 : B
Note 2023 : D

LABEL
cap' handéo
Entreprise engagée auprès de ses salariés aidants
En partenariat avec l'Agirc-Arcco

EXTREME AGENCY

**Les notes du CDP vont de A+ à D-*

Nos engagements

Nous sommes adhérents depuis **2019** à l'organisation Global Compact et l'ensemble de nos actions en développement durable sont alignées sur les objectifs de développement durables de l'ONU et notamment :

Le groupe est engagé via deux des membres du Comex auprès de la Convention des Entreprises pour le Climat depuis 2024 sur le thème des **nouveaux récits**

Index égalité

Femmes - Hommes

Score
99/100

Organisation du pilotage de la stratégie RSE

Copil RSE organisé tous les 2 mois, Piloté par la responsable RSE et regroupant les responsables des équipes transverses :

- Delphine Mallard, RH
- Navy Ta, Responsable comptabilité
- Clément Goutard, contrôleur de gestion
- Serhat Sekri, reponsable service généraux
- Marie Anne Djerboubi, Responsable IT et projets transverses
- Loan Nguyen, Responsable communication interne
- Marine Chapuis et thomas Frebourg, Direction

Sujets abordés : social et droit humain, environnement, éthique, achats responsables.

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 Frébourg,
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 SOCIETE

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 démarche vertueuse

Que ce soit grâce à la mise en place de notre **système de management RSE** dédié à l'activité évènementielle 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.

Écoute de nos parties prenantes

En 2025 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 stratégiques**
- **Définir les sujets les plus matériels**
- **Établir un plan d'action à court et long terme**

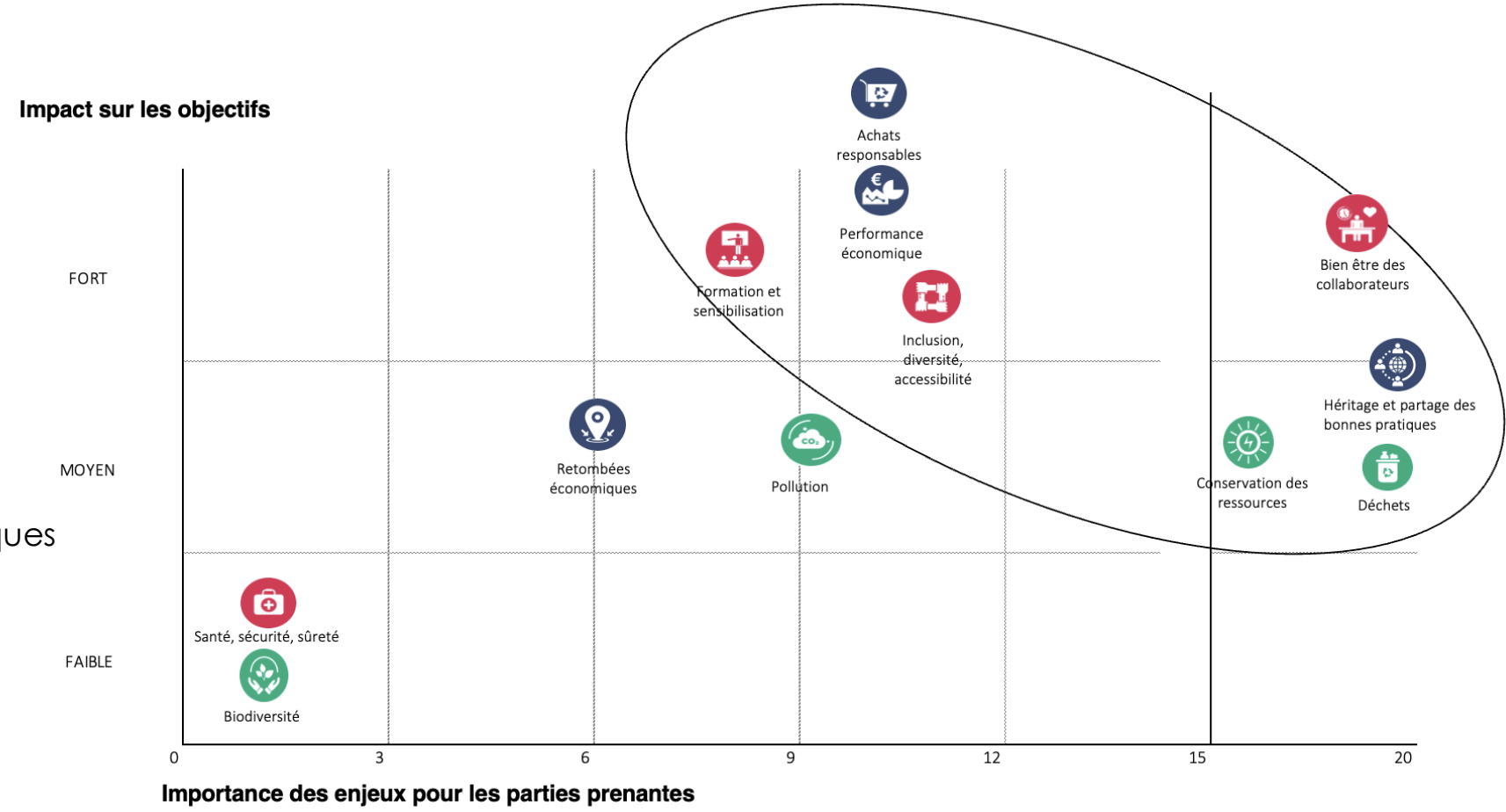
Matrice de materialité

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



Nos talents

Prendre soin & faire grandir ses collaborateurs et son organisation

Extreme fait évoluer sa culture interne pour incarner ses engagements et donner à chacun les moyens d'agir. L'entreprise a mis en place un comité Diversité & Inclusion, maintient un focus particulier sur l'inclusion des personnes en situation de handicap et s'engage auprès des salariés-aidants avec l'obtention du label Handéo en partenariat avec Klésia, sans oublier sa charte familiale "The Family Act".

Elle oeuvre pour une politique salariale équitable, notamment illustrée par un indice d'égalité professionnelle de 99/100. **Extreme** met également en place des formations continues, des ateliers bien-être & santé mentale réguliers, et prône un environnement de travail sain, respectueux et bienveillant.

L'ensemble est pensé pour préserver l'équilibre entre vie professionnelle et personnelle, pour garantir une qualité de vie et des conditions du travail optimales (QVCT).

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** : 5 salariés élus (4 titulaires / 1 suppléant, 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)*

***Plateforme de signalement : 0** cas signalé en 2025*

***Enquête satisfaction et eNPS :** 1 à 2 questionnaires par an*

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

Enps

2024	**24**
2025	**30**

8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE

L’intégration 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.

36
binômes en 2025

4.70
Ancienneté moyenne

Depuis 2021

165 binômes formés

275 étudiant·es onboardé·es

+700 speed meetings

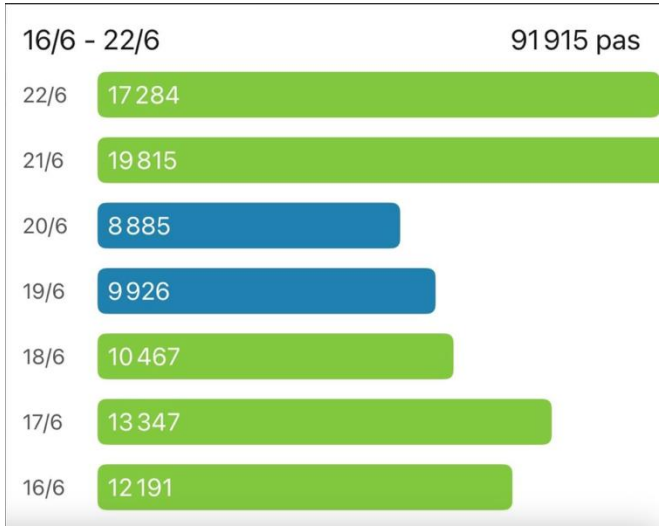
3 BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE

8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE

Préserver le bien être

Organisation pour la première année de la semaine de la QVCT à l'agence avec un programme jour par jour : fruits frais, challenge de pas, organisation de massage par une entreprise adaptée (partenariat Joam) et rediffusion de contenus Extreme Zen (Sofrologie et nathuropathie)

55
personnes participantes aux massages et challenges pas

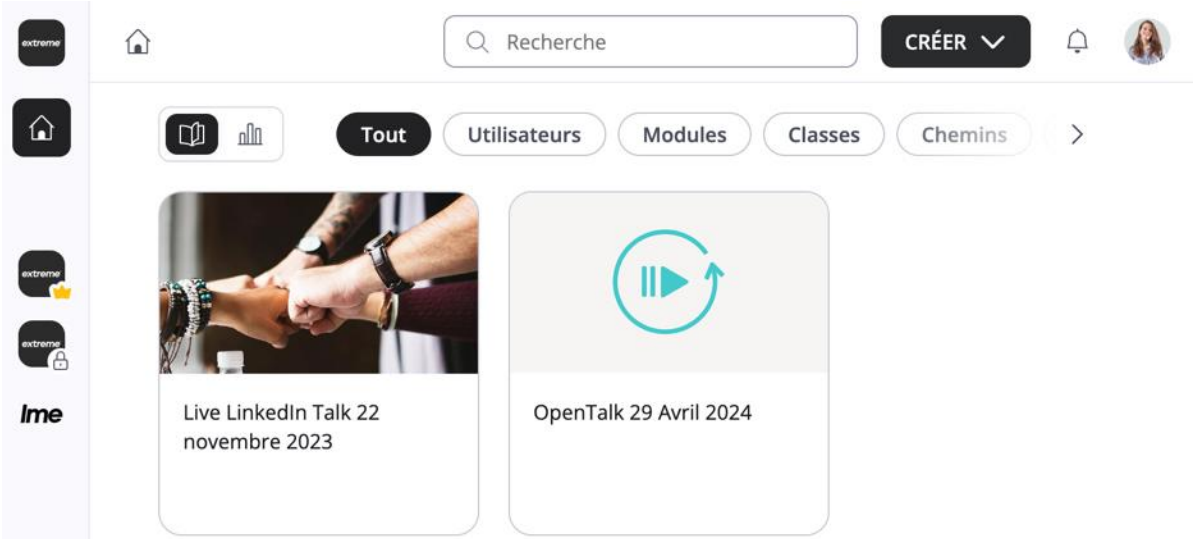


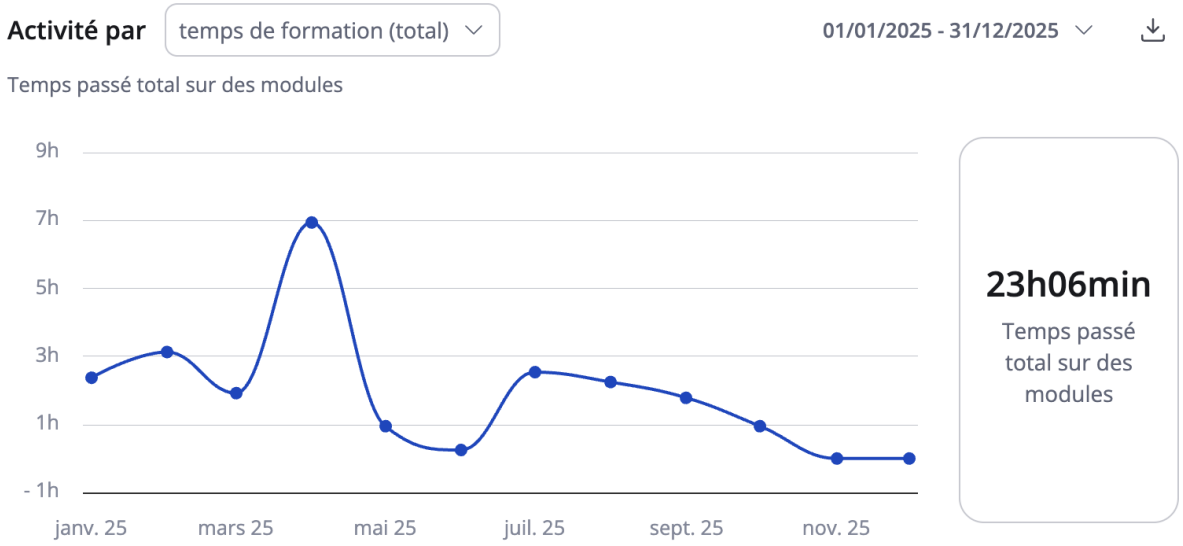
3 BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE

Continuer de faire grandir

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, **27** modules ont été créées et suivies par **300** apprenants.





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

Heures totales de formations
1349h en 2025
720 h en 2024

Nombre de personnes formées :
85 en 2025
38 en 2024

Sensibiliser à la santé

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

En 2025 une vaste campagne d'affichage a permis à toutes nos équipes de se sensibiliser sur le dépistage des cancers féminins et masculins.

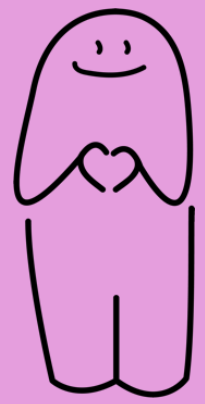
500€
reversés à
l'Insitut Curie

1er centre de recherche sur le cancer en France afin de soutenir la lutte contre le cancer du sein ainsi que celui de la prostate

Charte 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 à chaque étape de la vie de famille**
- **Mesures sur la petite enfance et les études**
- **Mesures pour les aidants**

10 INÉGALITÉS RÉDUITES

Un soutien à chaque étape de la vie de famille

GROSSESSE ET CONGÉS
Avant, pendant et après

PÉRIODE DES 6 À 12 MOIS
Organisation, petite enfance

Step #1 : La petite enfance

PÉRIODE LYCÉE
Accompagnement à l'accès numérique

Step #2 : Les études

AIDANTS
Tous concernés

Step #3 : les aidants

Step #1 : La petite enfance

LES CONDITIONS DE TRAVAIL

- Harmonisation :
  - 18 semaines de congé maternité pour toutes
  - 2 semaines offertes pour les pères en plus du congé paternité
  - 1 jour congés enfants malades
  - ½ j rentrée scolaire
- 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

- Dons de RTT pour les parents ayant des enfants malades et les aidants

LE SOUTIEN LOGISTIQUE

- Partenariat avec la crèche Parents Zen
- 1 jour déménagement

L'ENCADREMENT MANAGERIAL

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

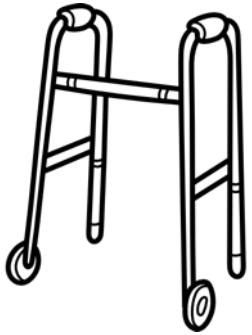
Step #2 : Les études

Constat : la rentrée peut être une période exigeante, et les besoins des enfants (nés entre 2006 et 2008) évoluent. En 2025, l'agence profite du renouvellement de son parc informatique pour faire bénéficier à ses salariés d'anciens équipements pour leurs enfants en étude.

AIDE À L'ÉQUIPEMENT

- Proposition de rachat d'anciens ordinateurs **Extreme** à **prix préférentiel (285 €)**
- Matériel proposé : **MacBook Air 13" M1 (modèle 2020, acheté en 2022)**
- Ordinateur utilisé 3 ans, bien entretenu, batterie en état normal
- Vérification sécurité et nettoyage effectués par le service informatique
- Ordinateur fourni avec chargeur, sans logiciel (housse non incluse)

10
bénéficiaires



Step #3 : les aidants

SENSIBILISATION

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

L'ENCADREMENT MANAGERIAL

- Formation des managers sur le sujet des aidants

35 personnes sensibilisées
Teams : 30 / Physique : 5

LE SOUTIEN DE LA COMMUNAUTÉ

- Extension des dons de RTT aux aidants

12 Jours déposés en don sur 2025
(10 en 2024)

LABEL cap' handéo Entreprise engagée auprès de ses salariés aidants
En partenariat avec l'Agirc-Arrco

Extreme a obtenu en 2025 le label « Entreprise engagée auprès de ses salariés aidants" initié par Klésia et l'organisation Handéo en partenariat avec l'Agirc-Arrco, qui vise à aider les entreprises à structurer une politique concrète de reconnaissance et de soutien aux salariés qui accompagnent un proche fragilisé (handicap, perte d'autonomie, maladie)

Politique Diversité & 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.

- **Journée internationale des droits des femmes**
- **Pride**
- **Aidants**

Journée internationale des droits des femmes

Fort de son engagement pour l'égalité salariale et de conférence par l'association **Une voix pour elle** sur les violences conjugales

Café quizz sur **les figures féminines de l'histoire**

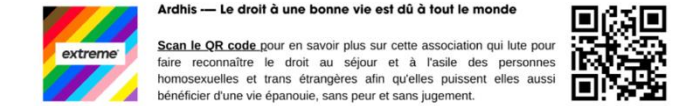
53
personnes sensibilisées

CAFE QUIZ
Les figures féminines de l'histoire

5 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES

Extreme pride

Cette année nous avons rediffusé notre campagne de sensibilisation contre les violences sur les LGBTQUIA+ à l'ensemble des collaborateurs et collaboratrice.



10 INÉGALITÉS RÉDUITES

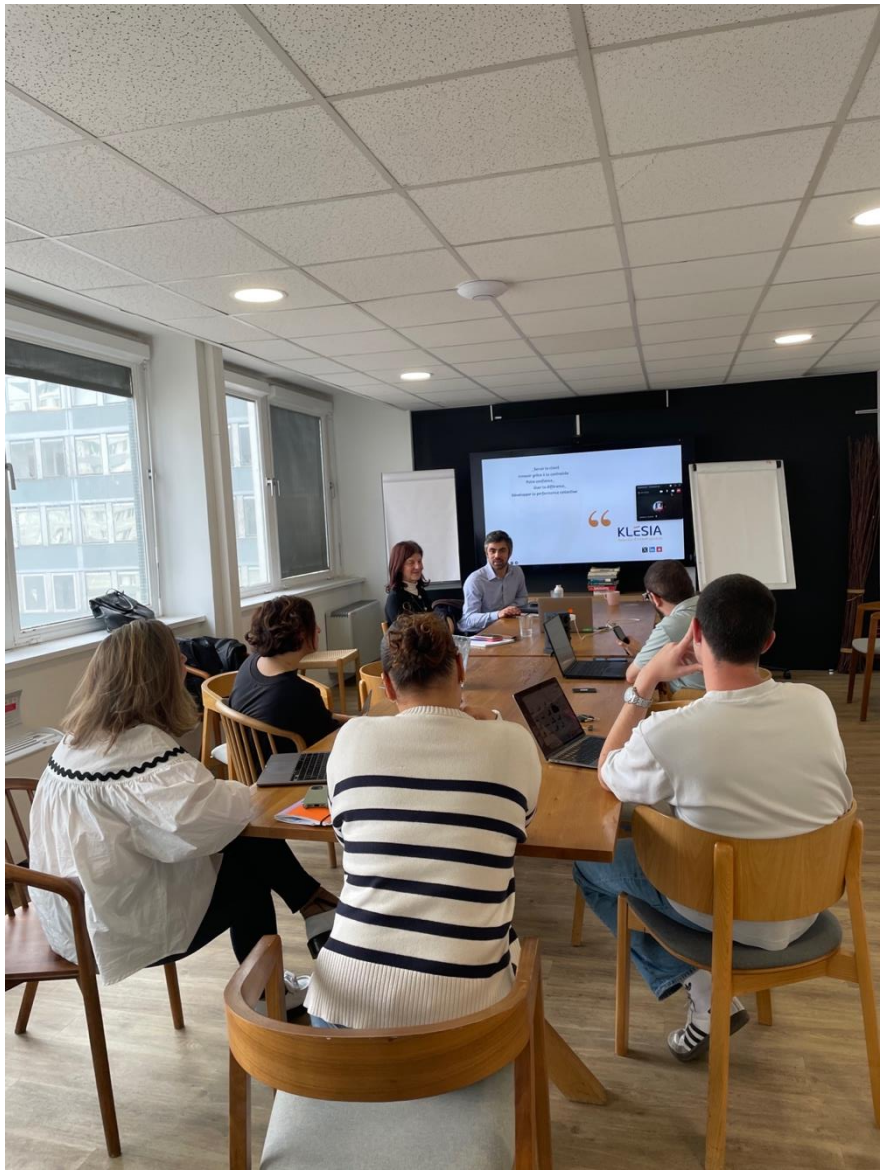
Intervention managers aidants

Dans le cadre de notre labélisation Entreprise engagée salariés aidants, un psychologue est venu sensibiliser nos salariés à l'impact de l'aidance sur le management et les équipes.

LABEL cap' handéo Entreprise engagée salariés aidants En partenariat avec l'Agirc-Arcco

EXTREME AGENCY

49
Participants



10 INÉGALITÉS RÉDUITES

3 BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE

Nos clients

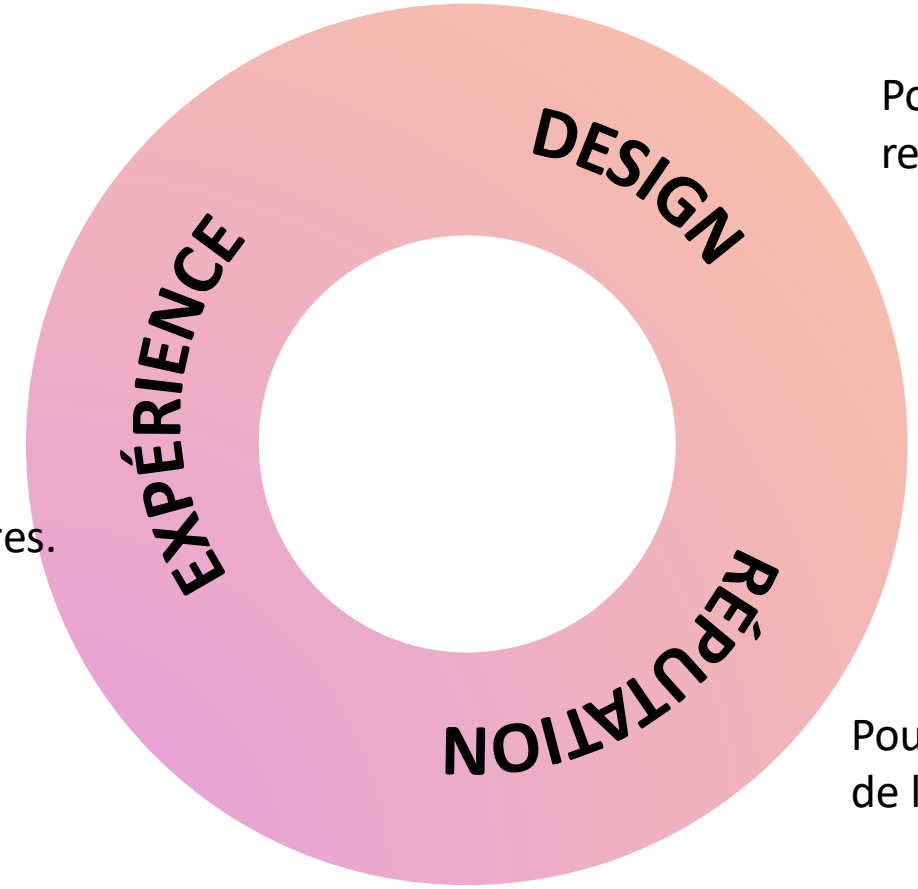
Prendre soin & faire grandir ses métiers et son écosystème

Extreme réinvente ses expertises pour accompagner ses clients et partenaires vers des modèles résilients et désirables, en écoutant les évolutions de la société, en intégrant l'éco-conception et en impulsant l'innovation.

L'entreprise structure ses pratiques et **mesure l'impact de ses missions**, avec sa **politique d'achats,** son offre RSE, **la certification ISO 20121** de son agence événementielle ou encore 14 Septembre, agence du Groupe et **membre de la Communauté des Entreprises à Mission** depuis 2023 et qui témoigne de ses actes et du chemin parcouru dans son dernier rapport de mission.

Raison d’agir sur nos 3 piliers

3 piliers structureront nos engagements en faveur d’une communication responsable :

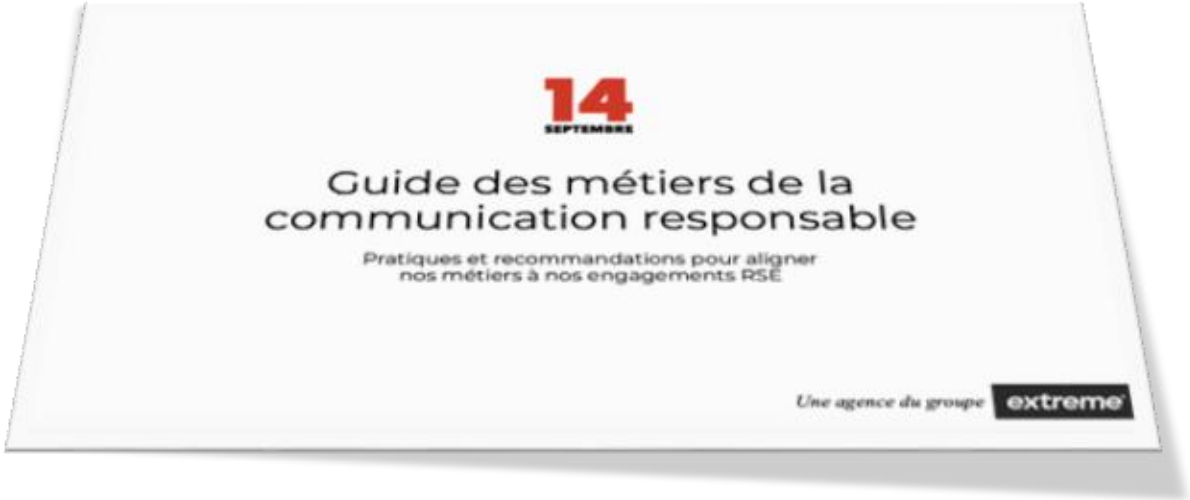


Pour des activations inspirantes, utiles et sobres.

Pour une création contributive et responsable. Responsive design

Pour une communication qui donne de la visibilité et du sens.

RÉPUTATION
Communication responsable



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

La communication responsable est un engagement collectif assumé qui résulte de la volonté d'aligner nos actions et celles de notre écosystème, toujours de manière pédagogique, transparente, inclusive et éthique. C'est mettre la créativité au service du fond et de la forme afin d'être les plus justes… et tenir le cap nous permettant d'inspirer, responsabiliser et alerter sur les enjeux sociétaux et environnementaux.

DESIGN

Responsive packaging

Projet innovation

POMPOTES

RETAIL PACK

E PACK

HOME PACK

Nos équipes de recherche ont travaillé sur un projet d'étude autour de l'impact des courses en ligne et de la modification de packaging autorisée une fois libéré du linéaire.

Enjeux de l'étude :

- Reduction de la quantité de pack
- Meilleure adaptation à l'usage

Objectif 2026 : développer une offre d'accompagnement complète basée sur notre méthodologie et former nos équipes à l'éco conception

EXPERIENCE

Des événements engagés

CASE FORUM DES MÉTIERS **ENEDIS**

La Communale de Saint-Ouen | 4 novembre I 1 000 visiteurs | 7 500 m² | Format marketplace

Le choix du lieu

La Communale, un site engagé

Ancien site industriel réhabilité, le lieu a été conçu et aménagé à partir de **matériaux recyclés et réemployés**, notamment pour le mobilier, les bars et les espaces de restauration (ex. caisses de transport d'œuvres d'art transformées en bar central).

Grâce au food court, aucun traiteur externe, aucune logistique additionnelle et Zéro perte alimentaire constatée sur l'événement.

La scénographie & Direction Artistique

Pensée pour le réemploi

L'espace a été structuré en 7 pavillons métiers, **sans construction lourde ni fabrication spécifique**.

- Délimitation des zones via **barrières Heras**, sans cloisons sur mesure
- **Utilisation exclusive du mobilier existant** du site, sans location additionnelle
- **Appropriation intelligente des volumes** et circulations de La Communale
- **Panneaux d'affichage faciles à transporter, à stocker et à réutiliser** sur d'autres événements
- **Systèmes de fixation non invasifs** (pinces, attaches amovibles) pour **préserver les supports** et prolonger leur durée de vie
- Print volontairement limité, **privilégier des écrans sur les zones de démonstration** et d'information
- Un pôle d'animation spécifique RSE avec **dégustation de produits vegan**

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 et certification en février 2025
- Audit de surveillance en mars 2026

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

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’actions

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’actions

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

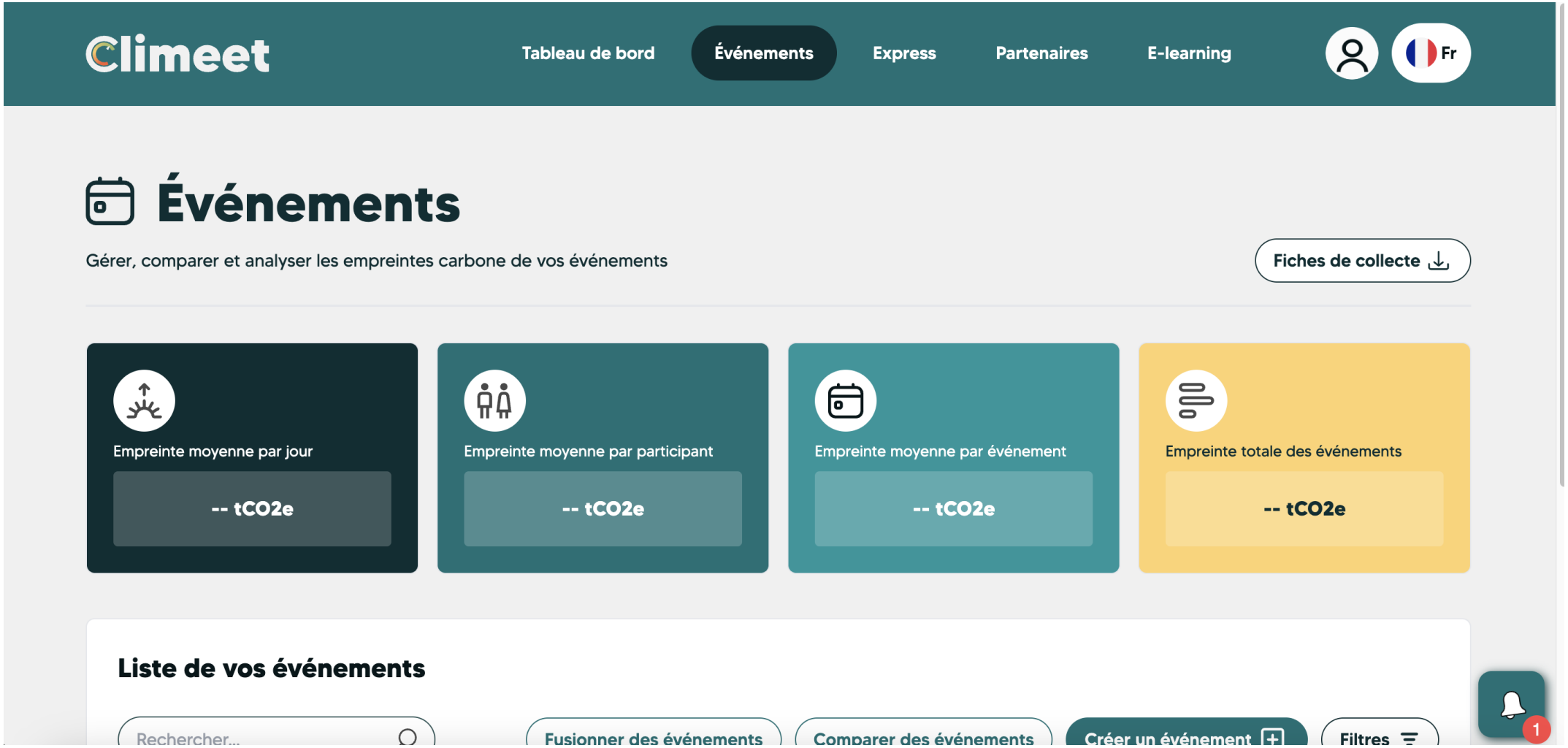
Objectif 3 - Optimiser le fonctionnement de l'organisation

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 événements via la plateforme climeet



Entreprise à 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 SOCIETES
à jour au 26 décembre 2023

IDENTIFICATION DE LA PERSONNE MORALE

Immatriculation au RCS, numéro	413 958 646 R.C.S. Nanterre
Date d'immatriculation	23/02/2023
Transfert du	R.C.S. de Paris en date du 20/02/2023
Date d'immatriculation d'origine	02/10/1997
Dénomination ou raison sociale	**14 SEPTEMBRE**
Forme juridique	Société par actions simplifiée Société à mission
Capital social	90 400,00 Euros
- Mention n° 14886 du 01/01/2002	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
Adresse du siège	92-98 Boulevard Victor Hugo 92110 Clichy
Activités principales	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 évènements 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.
Durée de la personne morale	Jusqu'au 02/10/2096

Premier rapport de mission

Avec ce premier rapport, 14SEPTEMBRE confirme sa volonté de faire de sa mission un levier d'action, d'innovation et de transformation.

14SEPTEMBRE entend poursuivre son chemin vers une communication plus responsable, porteuse de sens, à la fois pour ses équipes, ses clients, ses partenaires et la société au sens large.

https://www.14septembre.fr/fr/actualites/rapport-de-mission

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'international 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 culinaire 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.

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
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
2# Calculer et réduire notre empreinte carbone + Tendre vers la neutralité afin de respecter les accords de Paris.	Bilan carbone 2023 de l'Agence sur les scopes 1,2 et 3
	Plan de réduction des émissions de CO2 entre 2023 et 2030
	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 2030
3# Tendre à une responsabilité maximale sur l'ensemble de nos périmètres de responsabilité et faire preuve de transparence dans nos communications.	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**
1# Privilégier nos développements commerciaux avec des entreprises qui partagent nos valeurs et **renforcer nos collaborations avec des acteurs engagés.**	Collaborer avec des entreprises engagées
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.**	Charte achats responsables
	Code de conduite des fournisseurs
	Développer une influence responsable (médias & influenceurs)

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 Crété
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

La société

Prendre soin & faire grandir la societe

Convaincu que la communication peut être un levier de transformation, **extreme** a pour ambition de limiter son empreinte carbone de 5% par an. Cet objectif a été atteint sur la période 2023-2024, confirmé par notre bilan carbone et par l'ONG Carbon Disclosure Project, qui lui décerne la note B.

Signataire du Global Compact des Nations Unies depuis 2019, **extreme** aligne sa stratégie sur les objectifs de développement durables relatifs à la santé, l'éducation, l'égalité, la croissance responsable et le climat.

Sensibilisation

Fresque du climat et du numérique

Deux de nos collaborateurs sont formés pour animer des fresques du climat et un est formé sur la fresque du numérique.
L'objectif est que tous les collaborateurs et nouveaux arrivants soient sensibilisés.

LA FRESQUE DU CLIMAT
Vous avez toutes les cartes en main

La Fresque du Numérique

70% de collaborateurs fresqués au climat
10% personnes fresquées au numérique

Objectif 2026 : poursuivre le fresquage de tous les nouveaux (+10% des effectifs globaux)

13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES

4 ÉDUCATION DE QUALITÉ

Sensibilisation

Nouveau partenariat avec **Refashion** qui nous permet de collecter toute l'année d'ancien vêtements et textile.

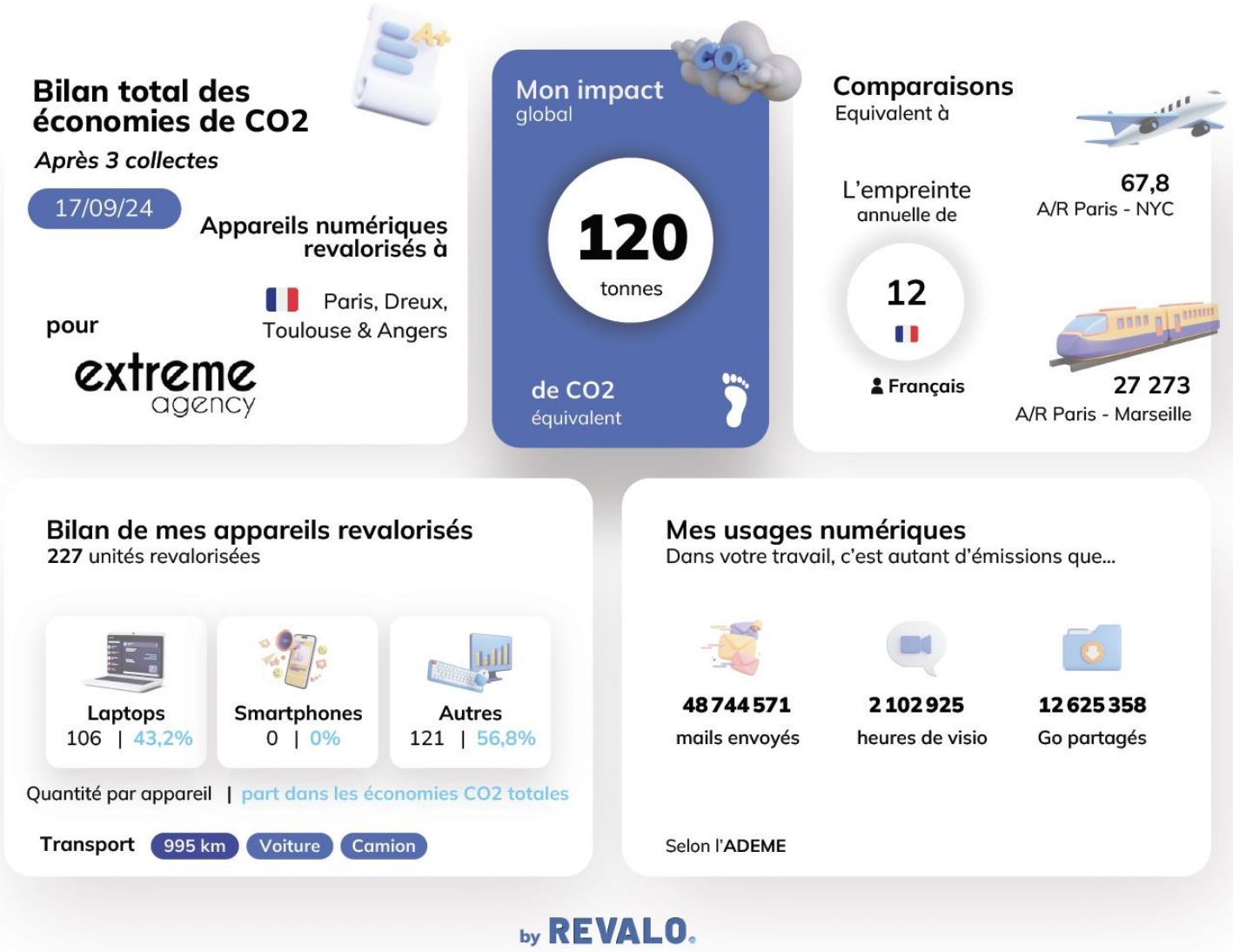
Déjà une première collecte avec **42 kg** récupérés !

REFASHION est l'éco-organisme de la Filière Textile d'habillement, Linge de maison et Chaussure. *Agréé par les pouvoirs publics, REFASHION accompagne les acteurs de la filière et les citoyens dans la réduction de l'impact environnemental.*

Récupération de matériel informatique

Nous avons renouvelé notre partenariat avec **Revalo** ex-Smartpheed pour la récupération d'ancien ordinateurs

106
ordinateurs récupérés



Forfait de mobilité 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.

8 salariés ont bénéficié du forfait mobilité douce en 2024 & 2025

161 salariés bénéficient d'un remboursement transport en commun

13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES

Mesure d’impact : Bilan carbone

Bilan Carbone

Ce rapport synthétise les résultats du bilan d'émissions de gaz à effet de serre 2024 du Groupe Extreme, sur la base des informations collectées en interne et sous réserve de leur exhaustivité, de leur bonne catégorisation et de leur validation.
Ce bilan sert à identifier les principaux axes de réduction de notre impact.

Résultat du Bilan d'émissions

Scope 1	**5,04 tCO2e** *N- 1* : 259 tCO2	*0,017 t/Collab*	*0,09 t/M€*
Scope 2	**8,2 tCO2e** *N- 1* : 9,12 tCO2	*0,027 t/Collab*	*0,16 t/M€*
Scope 3	**3 437 tCO2e** *N- 1* : 3 615 tCO2	*11,69 t/Collab*	*68,06 t/M€*
Total	**3 450,24 tCO2e** *N- 1* : 3 643 tCO2	**11,73 t/Collaborateur**	**68,32 t/M€**

Benchmark sectoriel

Intensité carbone selon l'effectif :

11,73 tCO_2e / ETP

11,86 *n-1*

Intensité carbone selon le chiffre d'affaires :

0,07 tCO_2e / K€CA

0,08 *n-1*

Benchmark sectoriel :

100 tCO_2e / ETP *Source : Toovalu*

Ordre de grandeur **pour les entreprises « industrielles»**

10 tCO_2e / ETP

Ordre de grandeur **pour le secteur tertiaire**

0,39 tCO_2e / K€CA *Source : ADEME*

Ordre de grandeur pour « réparation et installation de machines et équipement »

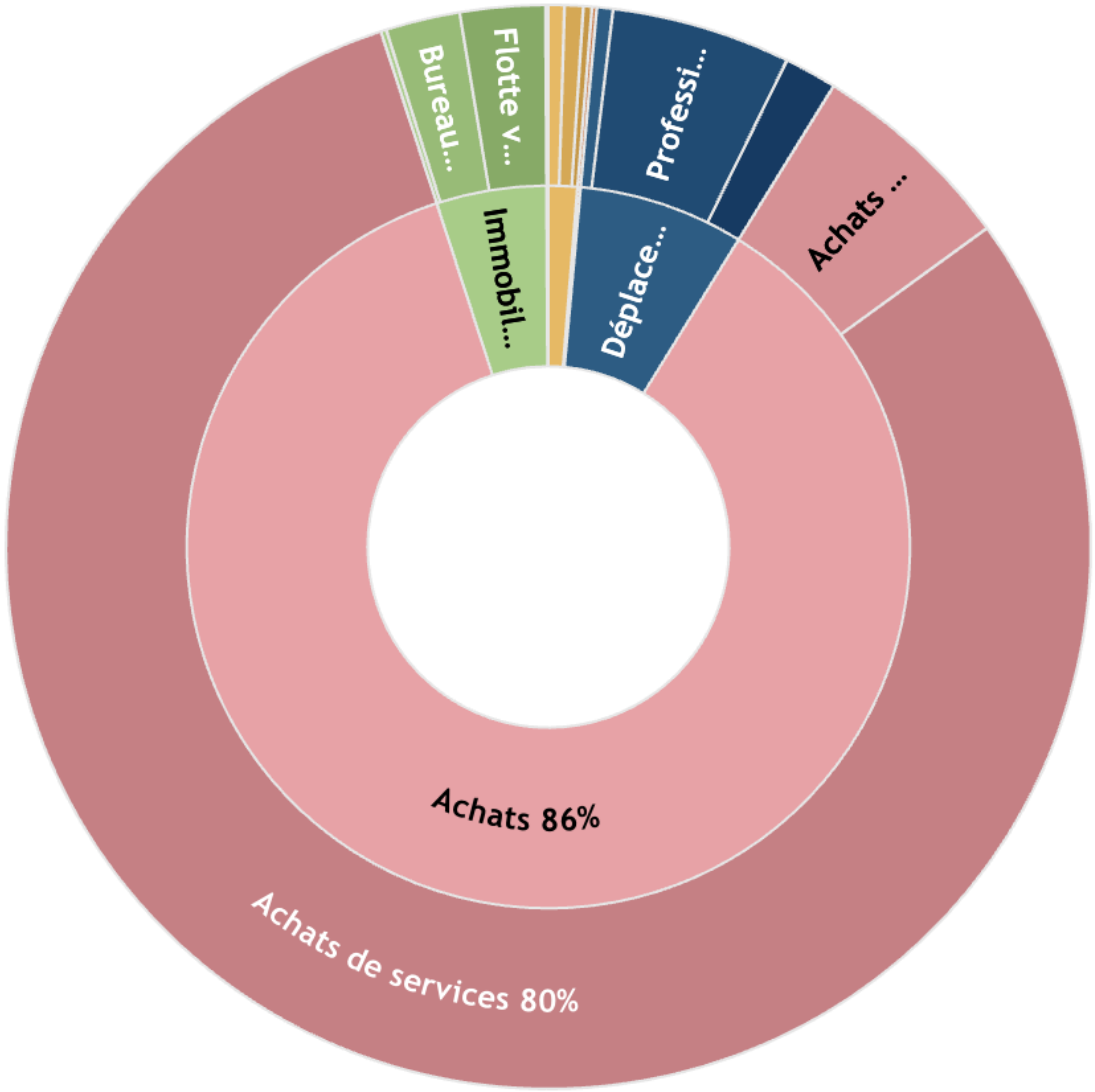
0,11 tCO_2e / K€CA

Ordre de grandeur pour le secteur tertiaire

Total BC

3450,24 tCO2e

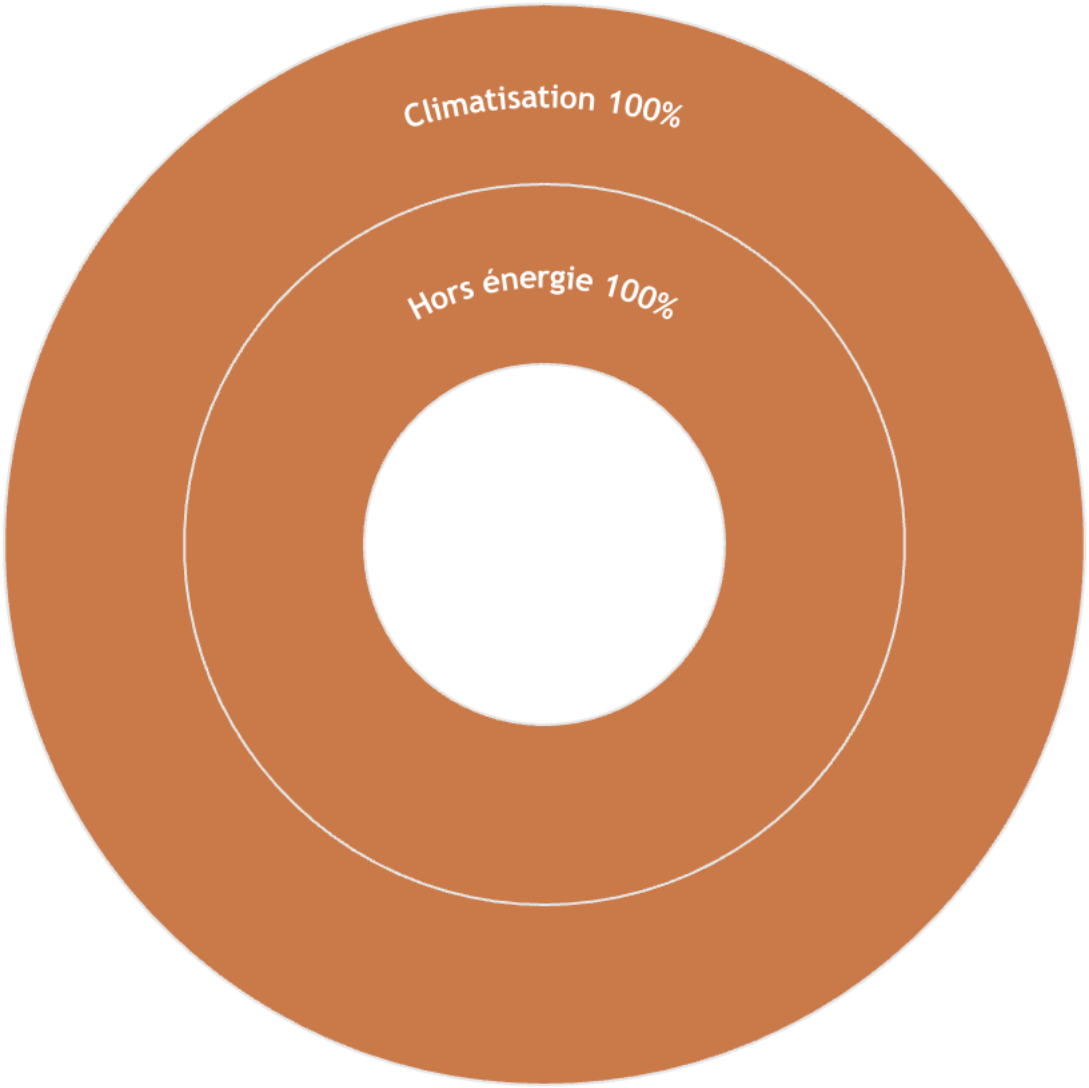
N-1 : 3606 tCO2e



Scope 1

5,04 tCO2e

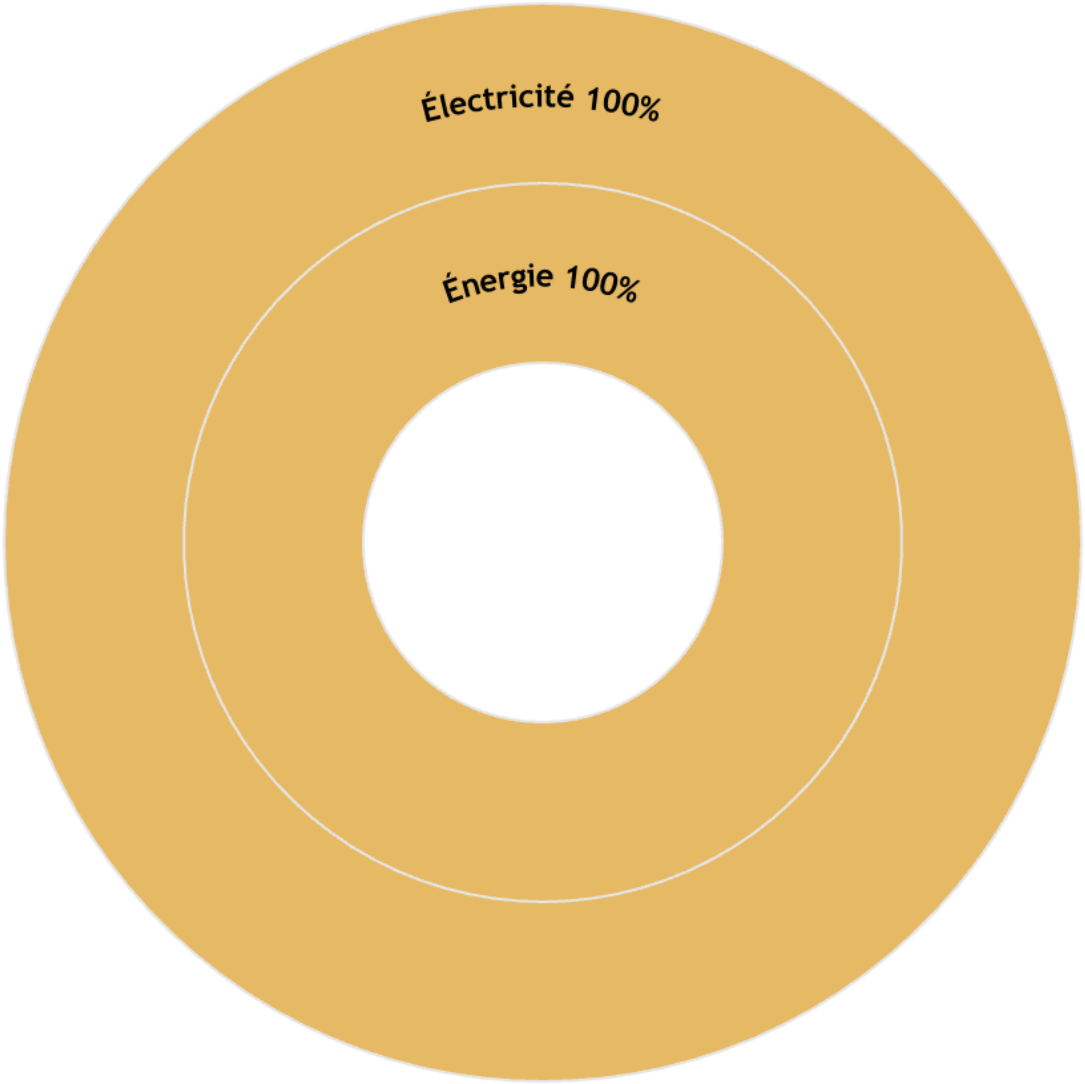
N-1 : 12,38 tCO2e



Scope 2

8,2 tCO2e

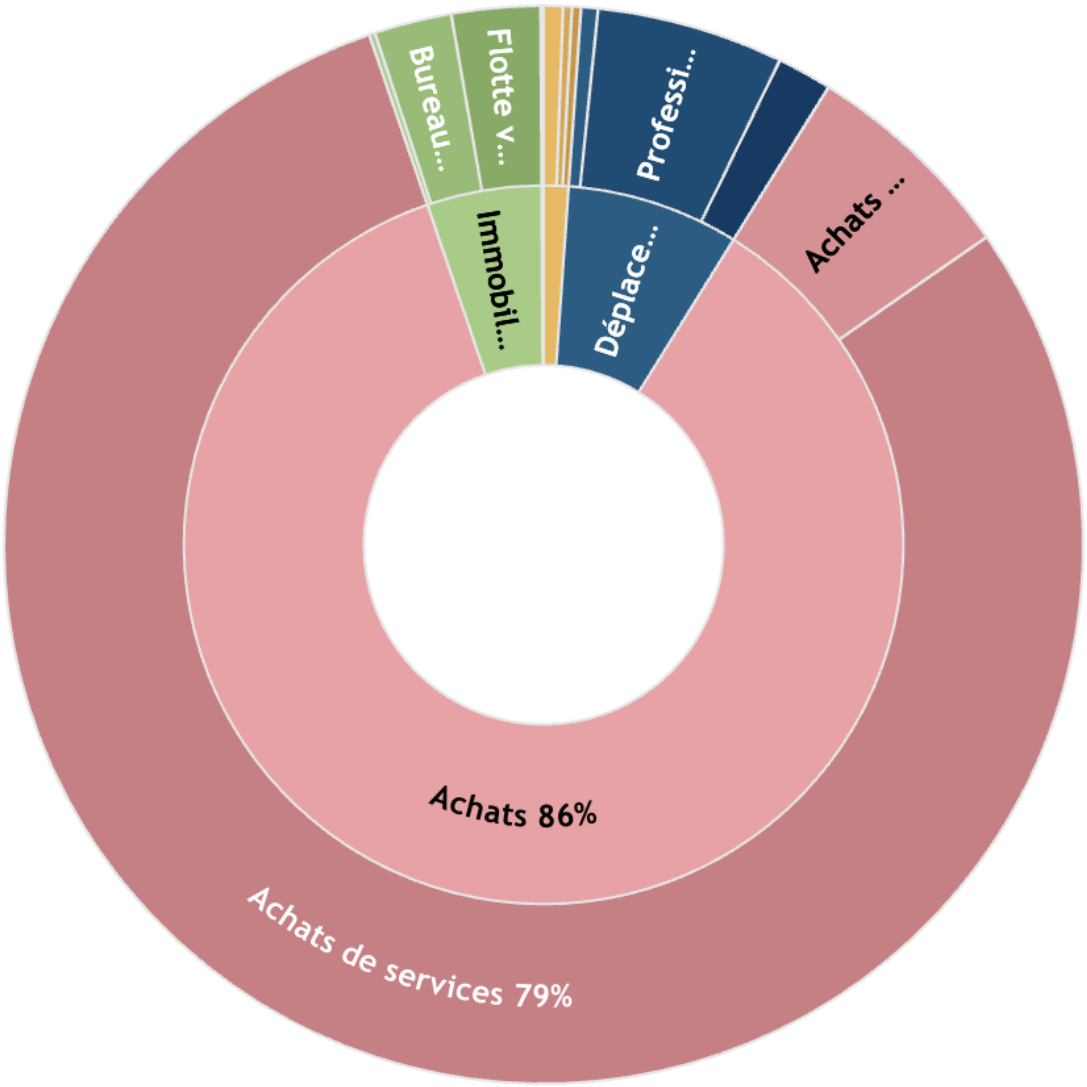
N-1 : 9,12 tCO2e



Scope 3

3437 tCO2e

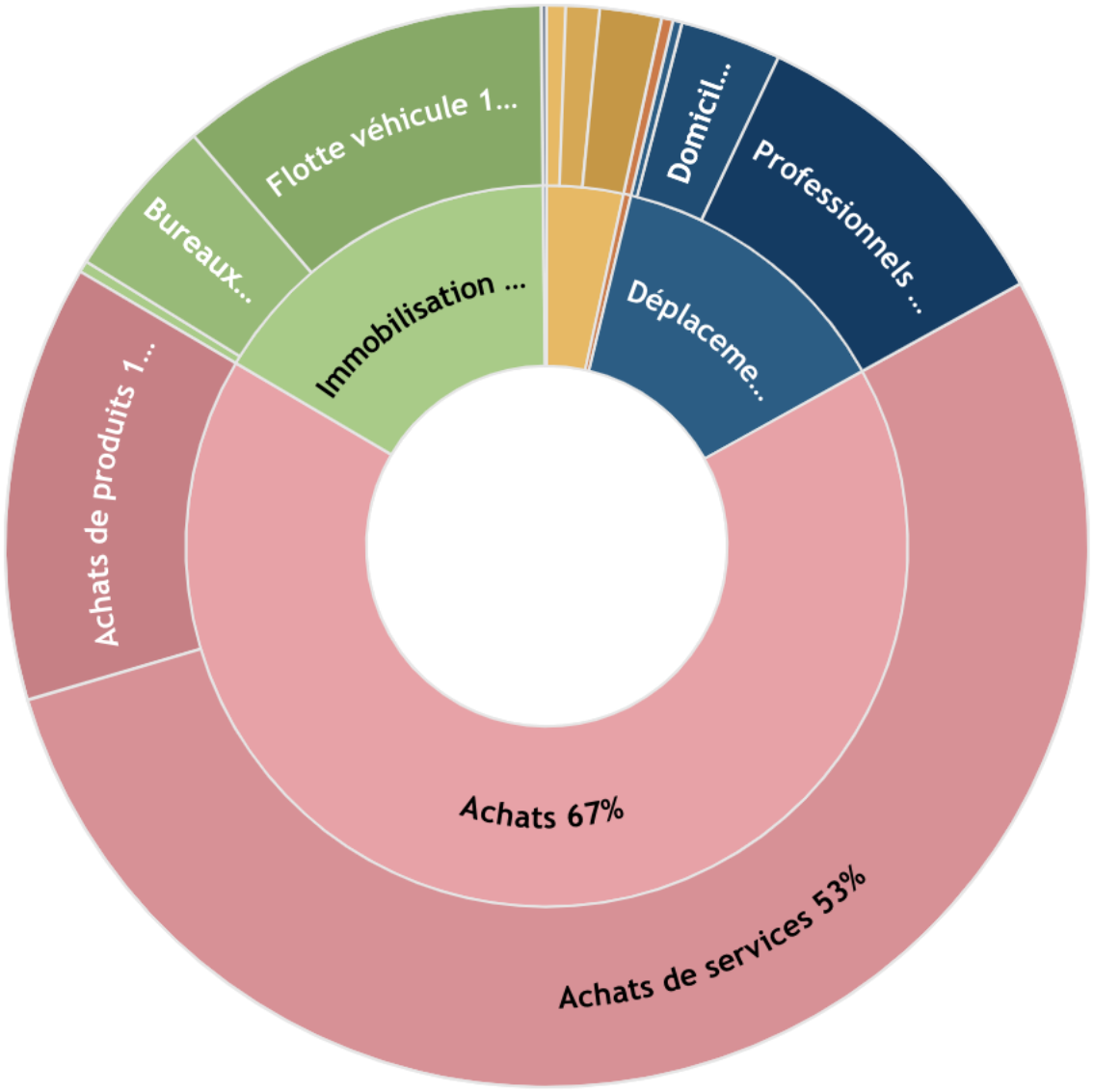
N-1 : 3 581 tCO2e



14SEPTEMBRE

461 tCO2e

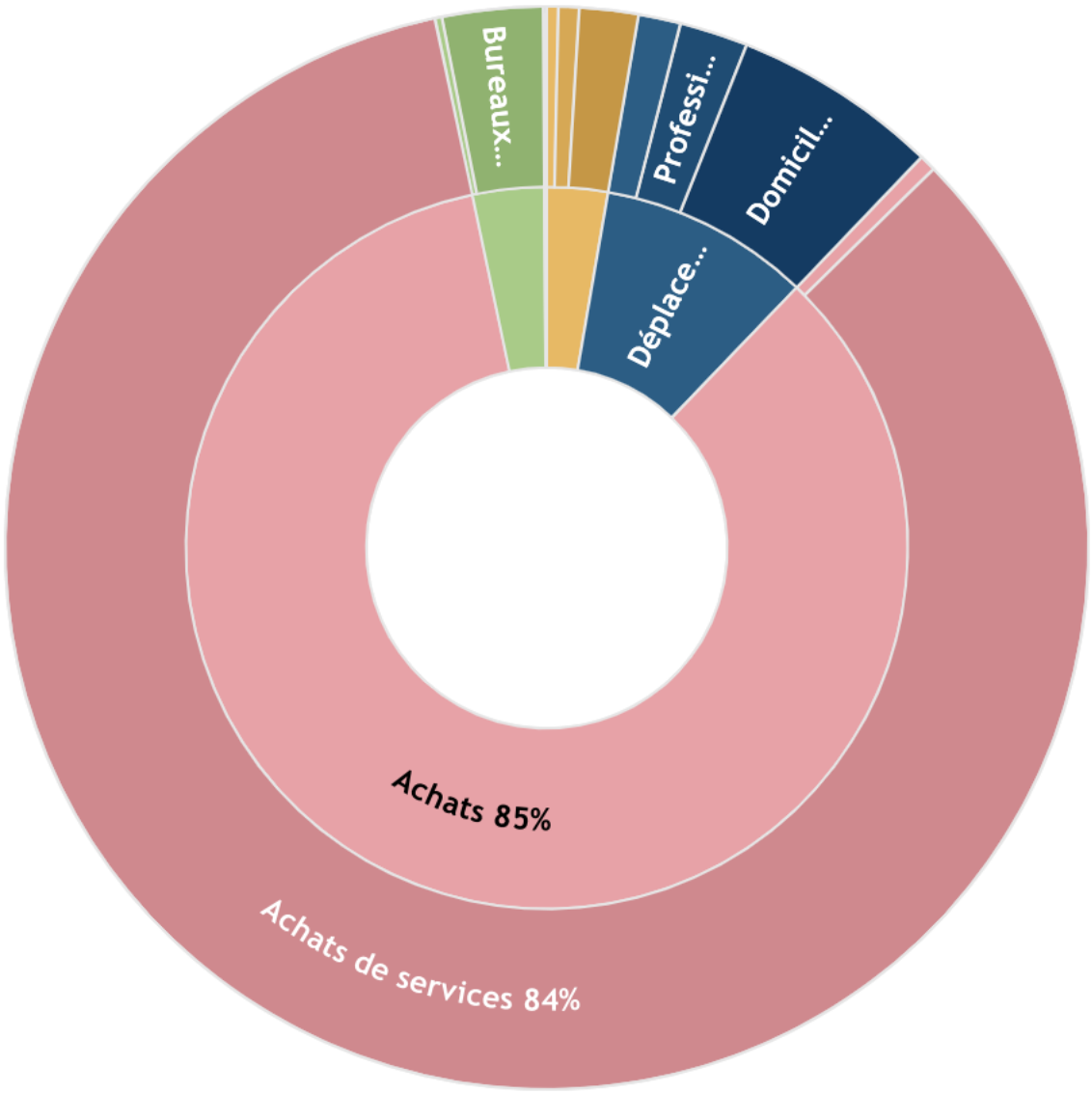
N-1 : 713 tCO2e



E Flow

108 tCO2e

N-1 : 26 tCO2e



Dot

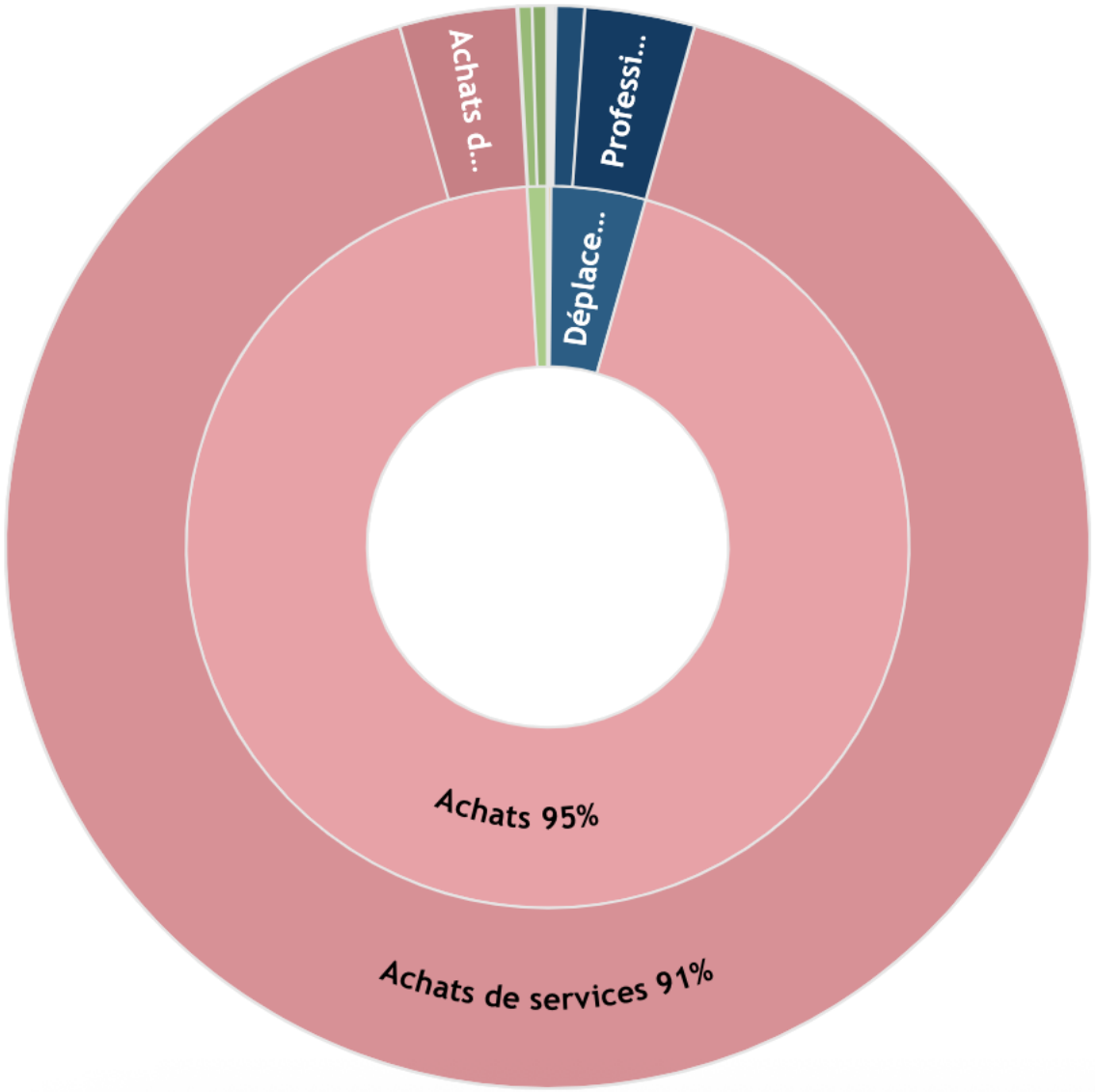
0,01 tCO2e

N-1 : 0,51 tCO2e

Les achats de DOT ont été ajouté à ceux de E Flow.

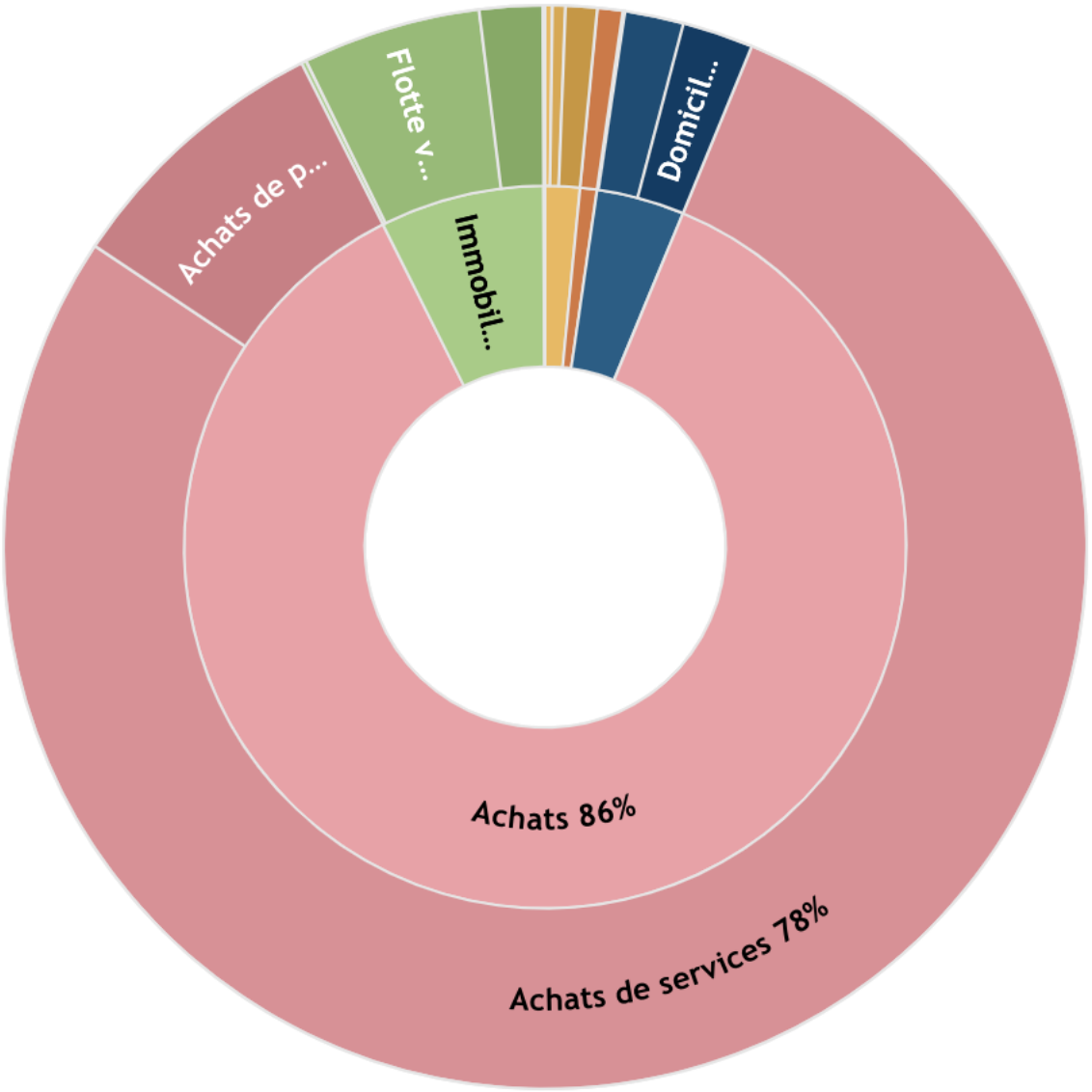
Event
1612 tCO2e

N-1 :2179 tCO2e



Extreme groupe (Holding)
461 tCO2e

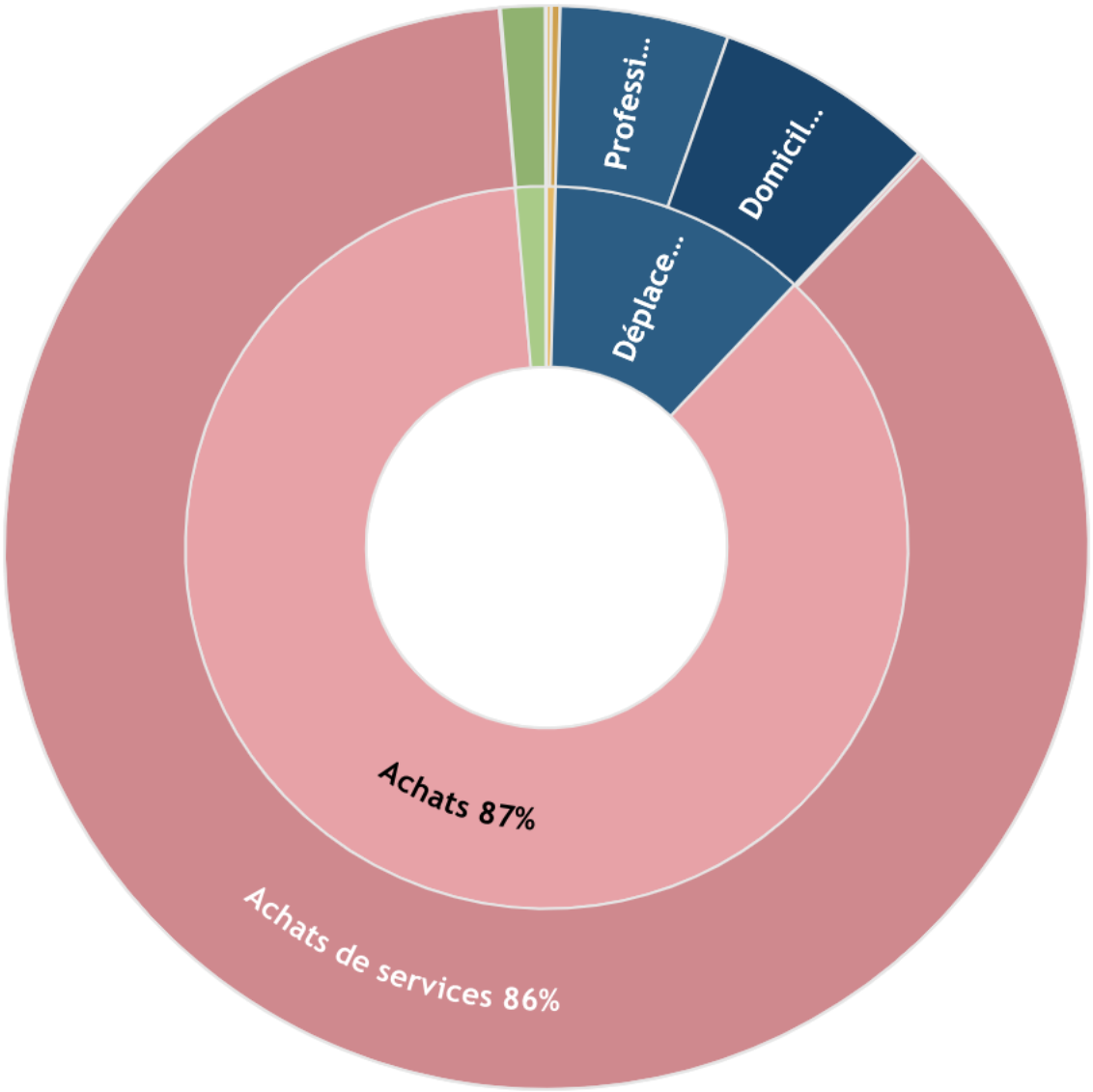
N-1 : 53 tCO2e



Life

21,37 tCO2e

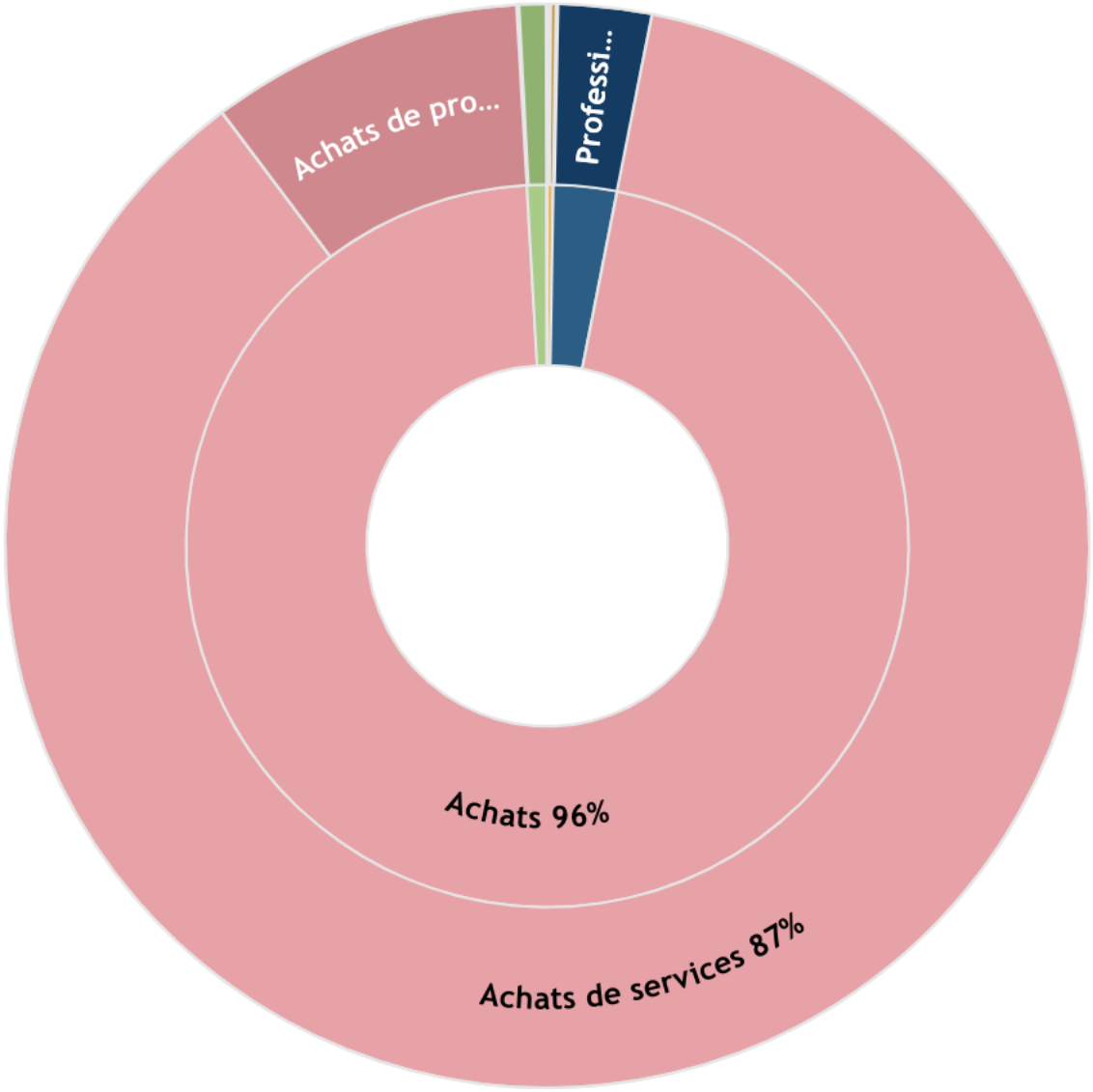
N-1 : 19 tCO2e



Luxe

406 tCO2e

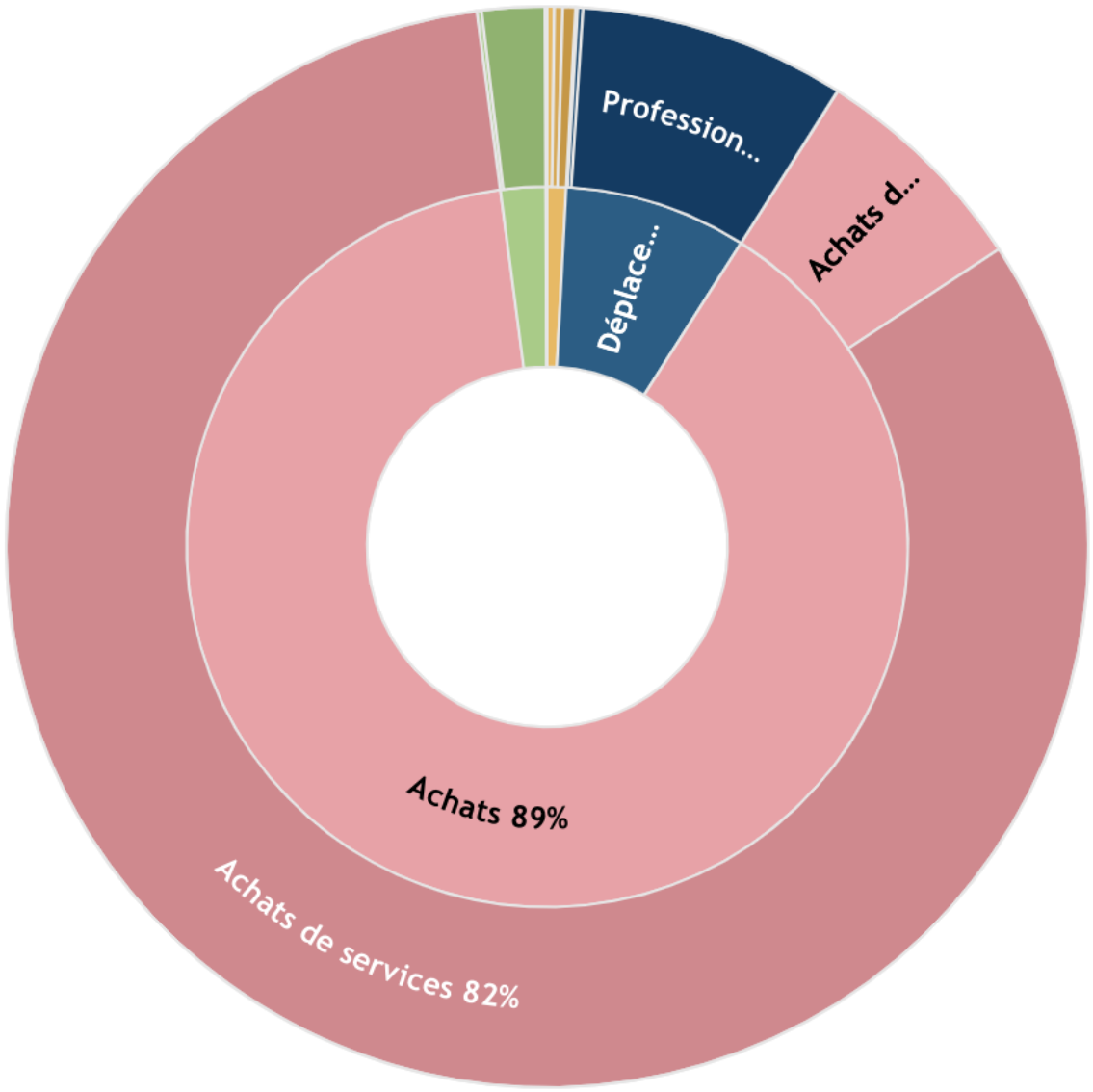
N-1 : 140 tCO2e



Miaaam

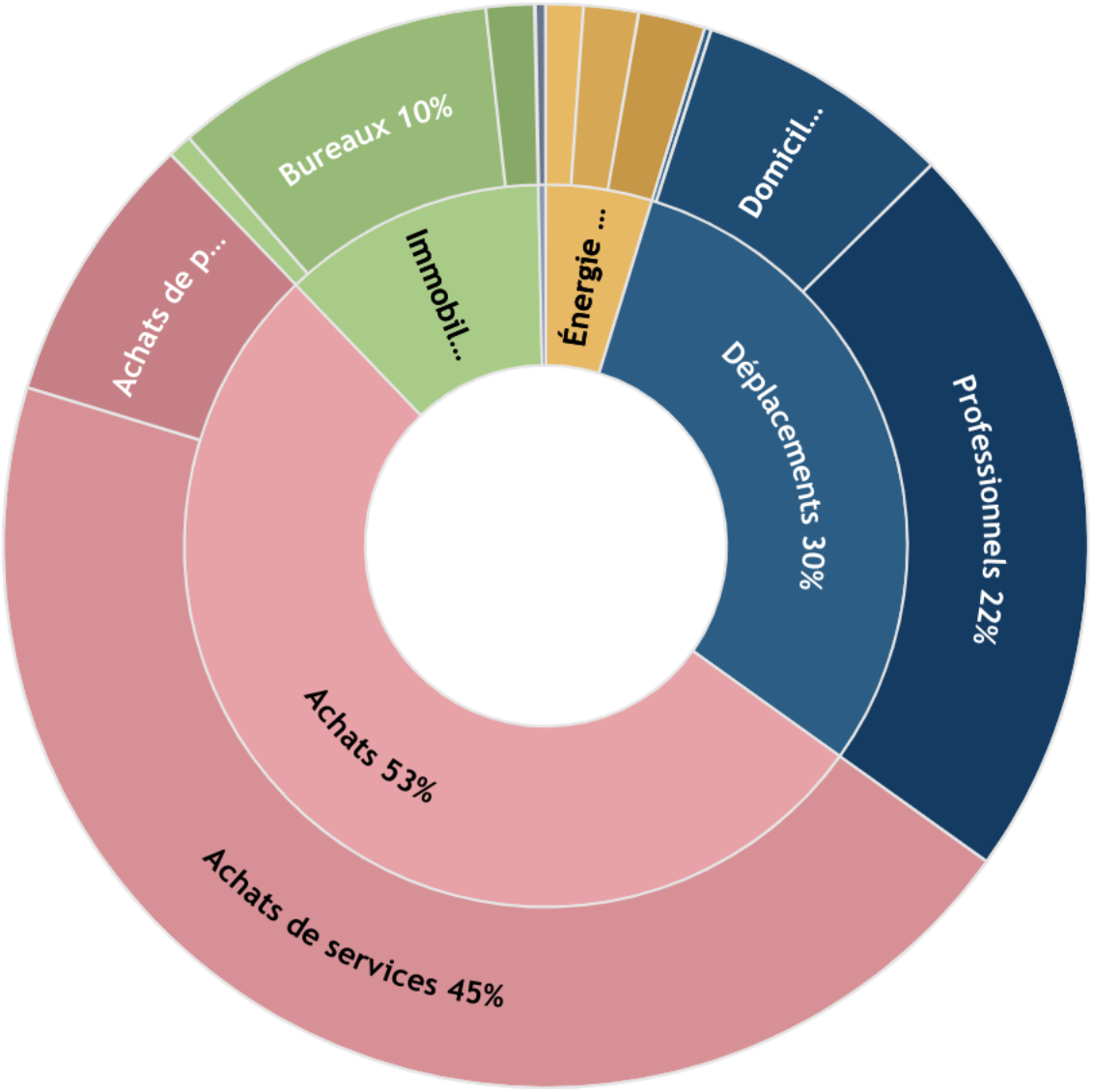
44 tCO2e

N-1 : 36 tCO2e



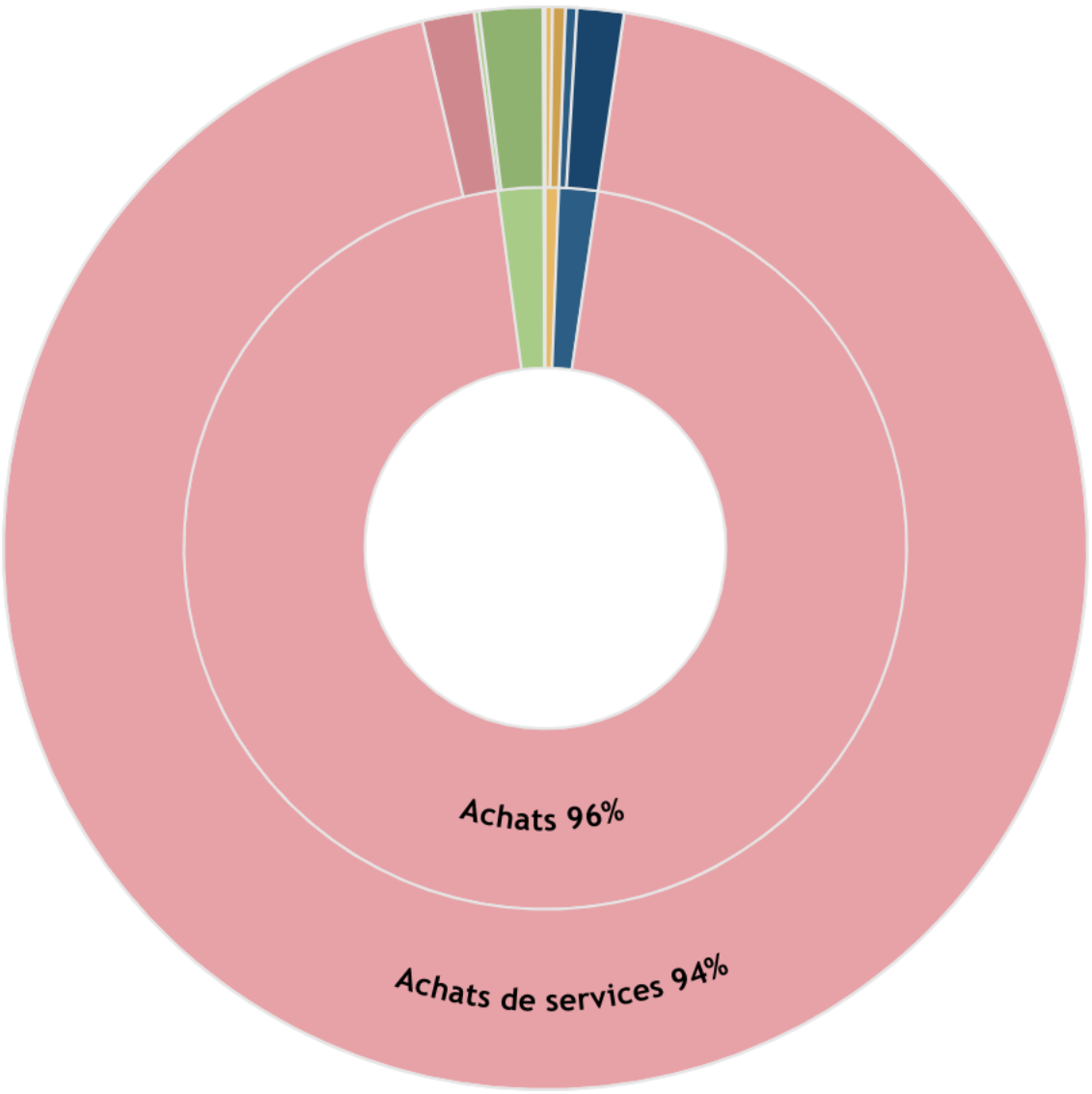
Extreme SAS
292 tCO2e

N-1 : 190 tCO2e



Society
188 tCO2e

N-1 : 176 tCO2e



Topo
7,54 tCO2e

N-1 : 68 tCO2e

Les achats de Topo ont été ajouté à ceux de Society.

Objectifs à long terme/amélioration continue

- Avoir le détail par site **Paris / Lyon** voire ajouter **l'international**
- Arriver à **engager** sur les actions de réductions (ex : objectiver les salariés sur des objectifs carbone en plus du business)
- Continuer de **réduire** nos émissions sur la base de 5% de notre intensité carbone /CA
- Calculer la consommation des véhicules de la **flotte en électrique**
- Utiliser les **questionnaires fournisseurs** de la plateforme pour améliorer la récupération de data
- À ce stade, le bilan carbone ne couvre pas l'ensemble des émissions GES du Scope 3 en aval. Un travail méthodologique sera engagé pour identifier les catégories pertinentes.

Impact sociétal : la pépinière

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

12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES

8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE

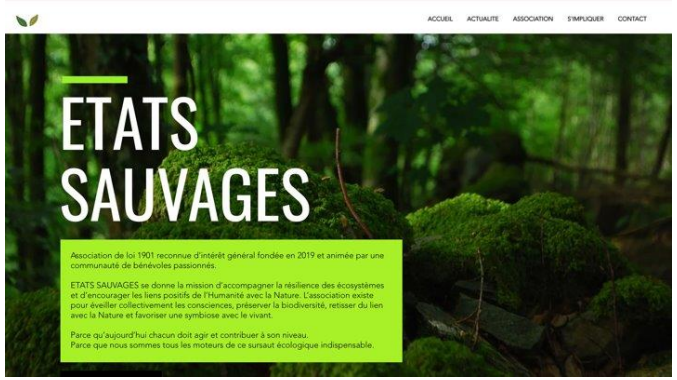
La pépinière

Projets accompagnés en 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

La pépinière

Cas Etats Sauvages

En 2024-2025 nos équipes ont rencontré **États Sauvages**, une association qui acquiert des forêts menacées pour les préserver en libre évolution.

Sa problématique ? Structurer sa communication et renforcer son image de marque pour accélérer son passage à l'échelle.
Refonte de charte graphique, nouveau logo, accompagnement stratégique… un travail sur mesure qui a déjà permis à l'association de clarifier son image et de mieux porter son combat pour la biodiversité auprès du grand public.

En retour, nos équipes ont eu la chance de participer à des ateliers en forêt, pour se reconnecter au vivant et comprendre concrètement les enjeux de préservation.

Table de correspondance et accessibilité des données

TABLE DE CORRESPONDANCE GRI ODD CSRD

	GRI standards	Correspondances extreme agency	ODD du Global Compact	CSRD
102	**Éléments 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	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 : • 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. 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.	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	Extreme est implanté en France, avec son siège social situé au 92/98 boulevard Victor Hugo, 92110 Clichy. Elle a également 7 bureaux : • Lyon • Londres. • Milan. • São Paulo. • Barcelone • New York • Paris 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.	N/A	N/A

TABLE DE CORRESPONDANCE GRI ODD CSRD

102-5	Mode de propriété et structure légale	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. Les sociétés appartenant à l'UES Extreme incluent notamment : • 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) 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.	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	- Nombre total salarié hors alternants : 260 - Nombre de salariés au siege : 165 - Salariés à Lyon : 20 - Salariés à Londres : 5 - Salariés à Milan : 10 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 Nous produisons pour eux des campagnes de communication ou influence, evenements, éléments graphiques où autres éléments servant leur stratégie de communication.	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.	Au 1er janvier 2025, Extreme compte 311 collaborateurs, répartis comme suit : • 260 employés en CDI ou CDD (253 CDI – 81 %, 7 CDD – 2 %) • 39 alternants (13 % de l'effectif total) • 12 stagiaires (4% de l'effectif total)		ESRS 1

La répartition par genre est de 65 % de femmes et 35 % d'hommes,
avec 23 % de femmes occupant un poste de direction (+3% vs n-1)

TABLE DE CORRESPONDANCE GRI ODD CSRD

102-9	Chaîne d'approvisionnement : incluant sa structure principale pour les activités, marques, produits et service	Extreme 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. L'entreprise s'efforce d'intégrer des critères environnementaux et sociaux dans la sélection de ses fournisseurs. Dès que possible, Extreme privilégie des prestataires engagés dans des démarches de responsabilité sociétale et environnementale conformément à notre politique d'achats responsables.	11 12 16	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	Extreme 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. 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.	16	ESRS E1, E2 & E5
102-12	Initiatives externes (liste des chartes RSE, principes ou autres initiatives auxquelles l'entreprise s'adosse)	Extreme adhère aux initiatives suivantes : - ISO 20121 - Global Compact - CDP - Ecovadis - Label entreprise aidants	3	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	Le mot du président, Jean Valentin : « 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. Extreme est robuste & résistante, ancrée dans le monde et a à cœur de prospérer tout en préservant le vivant. »	5 12 16	ESRS G1
102-16	Valeurs, principes, standards, et normes comportementales	Extreme 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	16	ESRS 2

90

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, pioloté par le comité RSE		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 2024-2025.	N/A	N/A
102-51	Si applicable, la date du plus récent rapport précédent	fevrier 2025	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 2025	12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES	ESRS G1

205	Lutte contre la corruption			
205-2	Communication et formation sur la politique et les procédures anti-corruption	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. 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. 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.	8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE 16 PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES	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	16 PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES	ESRS G1

TABLE DE CORRESPONDANCE GRI ODD CSRD

302	Énergies			
302-1	Consommation énergétique au sein de l'organisation	154 330 kWh en 2024 134208 kWh en 2025		ESRS E5
302-4	Réduction de la consommation énergétique	-13%		ESRS E5

305	Émissions			
305-4	Intensité des émissions de GES (Gaz à Effet de Serre)	En 2025, l'intensité carbone d'Extreme était de 68,32 tCO_2e par million d'euros de chiffre d'affaires (92,45 en 2024)		ESRS E1 & E2

306	Déchets			
306-1	Génération de déchets et impacts significatifs liés aux déchets	*Donnée en 2024 erronée* 16422,04 KG en 2025		ESRS E5
306-2	Gestion des impacts significatifs liés aux déchets	Une politique environnement 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

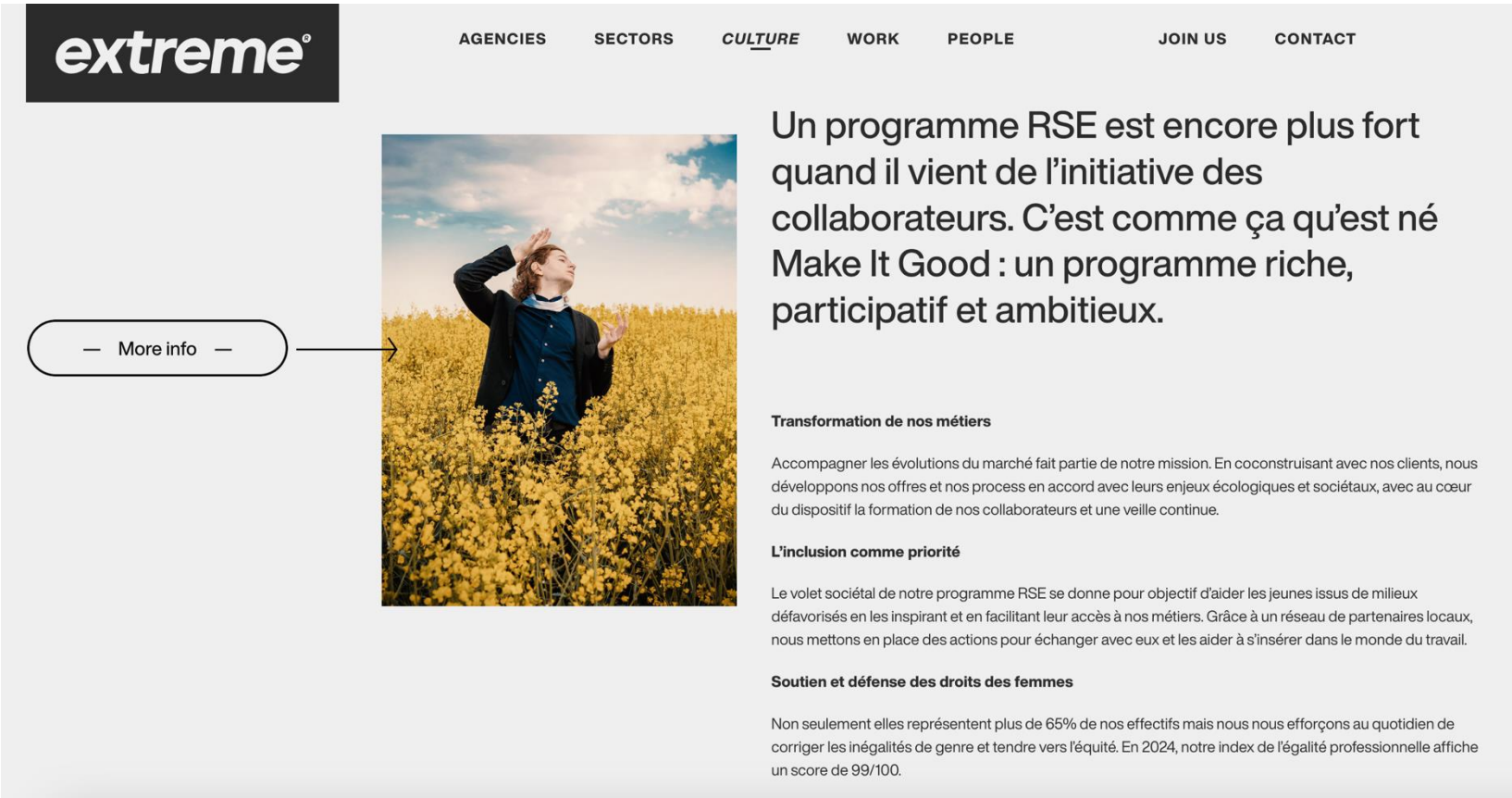
403	Santé et sécurité au travail			
403-2	Type et taux d'accidents du travail, maladies professionnelles, absentéisme et décès liés au travail	0,97	3	ESRS S1
403-5	Formation des travailleurs à la santé et sécurité au travail	8 collaborateurs formés SST en 2025	3, 4	ESRS S1

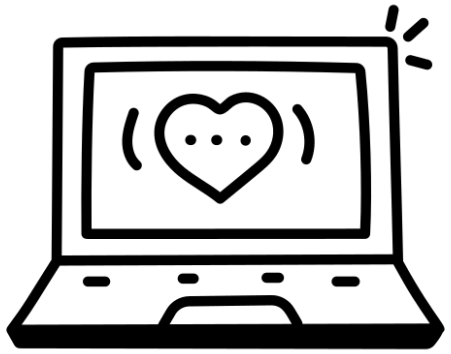
404	Formation et éducation			
404-1	Nombre d'heure de formation moyen par employé	En 2025, les collaborateurs d'Extreme ont bénéficié en moyenne de 15,88 heures de formation par an et par employé.	4	ESRS S1

405	Diversité et égalité des chances			
405-1	Diversité des instances de gouvernance et des employés	25%	5, 10	ESRS S1
405-2	Ratio entre le salaire de base et les rémunérations entre les hommes et les femmes	Indicateur relatif à l'écart de rémunération entre les Hommes et les Femmes : 0,2 (population envers laquelle l'écart est favorable : Homme)	5, 10	ESRS S1

Accessibilité des données

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





extreme®

Make it good

Rapport
RSE
2025

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

Rapport RSE 2025