



rapport de **mission.**

2024-2025

**L'avenir n'est pas ce qui va arriver
mais ce que nous allons en faire.**

HENRI BERGSON

édito.



Thomas Parouty et Julie Brion

Fondateur et directrice associée

**Nous avons aussi avancé,
guidées par nos intuitions,
et nous sommes fières*
de notre parcours.
Et pourtant, nous ne pouvons
nous en satisfaire.**

En 2024, MIEUX fête ses 15 ans.

15 années de cheminement, de découvertes, de défis relevés, de doutes dépassés, de convictions partagées, entre nous, avec nos clients, avec une société et un monde confrontés à toujours plus de défis.

15 années à façonner, pas à pas, l'entreprise dont nous rêvons – une entreprise en mouvement, en transformation constante.

Animées par le goût du beau, du vrai, de l'utile, nous avons grandi en nourrissant notre curiosité, notre appétit pour la réflexion, notre amour du design et du récit, pour toujours penser et faire autrement.

Nous avons aussi avancé, guidées par nos intuitions, et nous sommes fières* de notre parcours. Et pourtant, nous ne pouvons nous en satisfaire.

Nous devons aller encore plus loin et pousser les entreprises à être plus audacieuses, à s'engager pleinement et se transformer, à reconsidérer

leur création de valeur, à bousculer le monde économique pour le reconnecter à l'humain et au vivant. Nous savons que ces changements prennent du temps. Autant de défis qui provoquent en nous l'énergie et le courage.

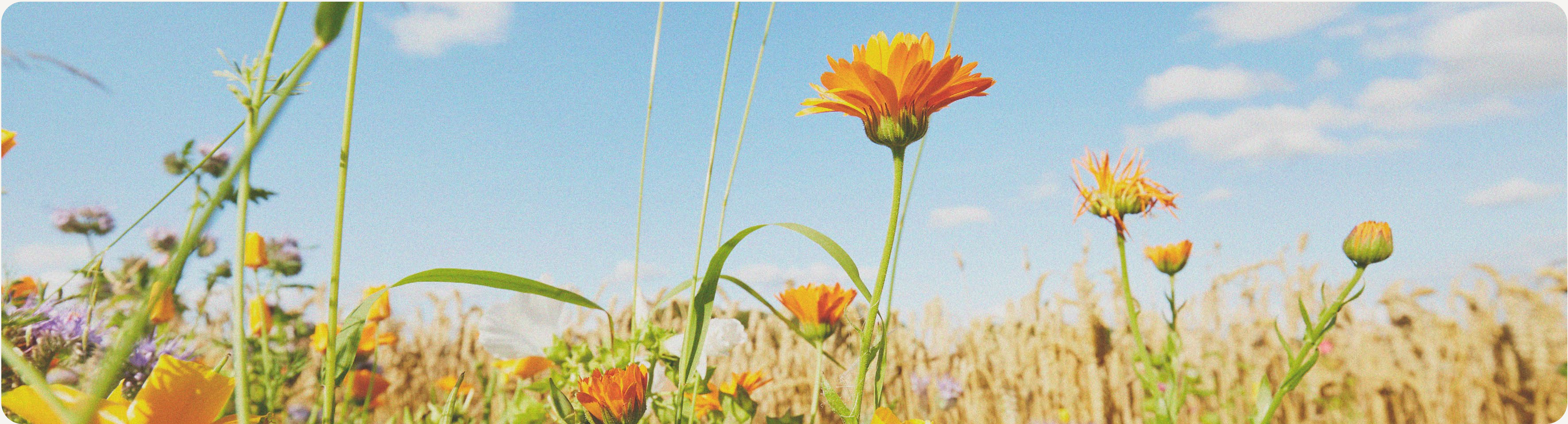
Nous sommes devenues une Entreprise à Mission pour remplir ce rôle, structurer notre combat et nos plans d'action. Nos trois objectifs statutaires sont définis assez naturellement, car nous les travaillons depuis notre création.

Nous fixons une trajectoire à 2030, nous obligeant à être rigoureuses. Nous nous entourons d'un comité de mission, constitué de femmes et d'hommes, capables de nous challenger avec bienveillance et exigence, avec expertise et passion.

Ce premier rapport de mission reflète tout ce travail. Il renseigne tous les efforts que nous devons encore fournir et nous permet d'identifier les objectifs et moyens à mettre en œuvre sur le long terme.

*Au regard de la majorité de femmes dans le monde de la RSE, au sein de l'agence et parmi nos clients, nous faisons le choix de féminiser notre langage, en cohérence avec cette réalité.

sommaire.



01

Introduction.

L'agence MIEUX	5
Notre Comité de Mission	9
Nos objectifs statutaires	10

02

Mission 1.

Amplifier l'impact de l'agence	11
Dédier une part du CA aux structures à visée durable	15

03

Mission 2.

S'ancrer dans une approche créative	18
Conduire le changement	20

04

Mission 3.

Cultiver une démarche d'amélioration continue	23
Inspirer la profession	27

05

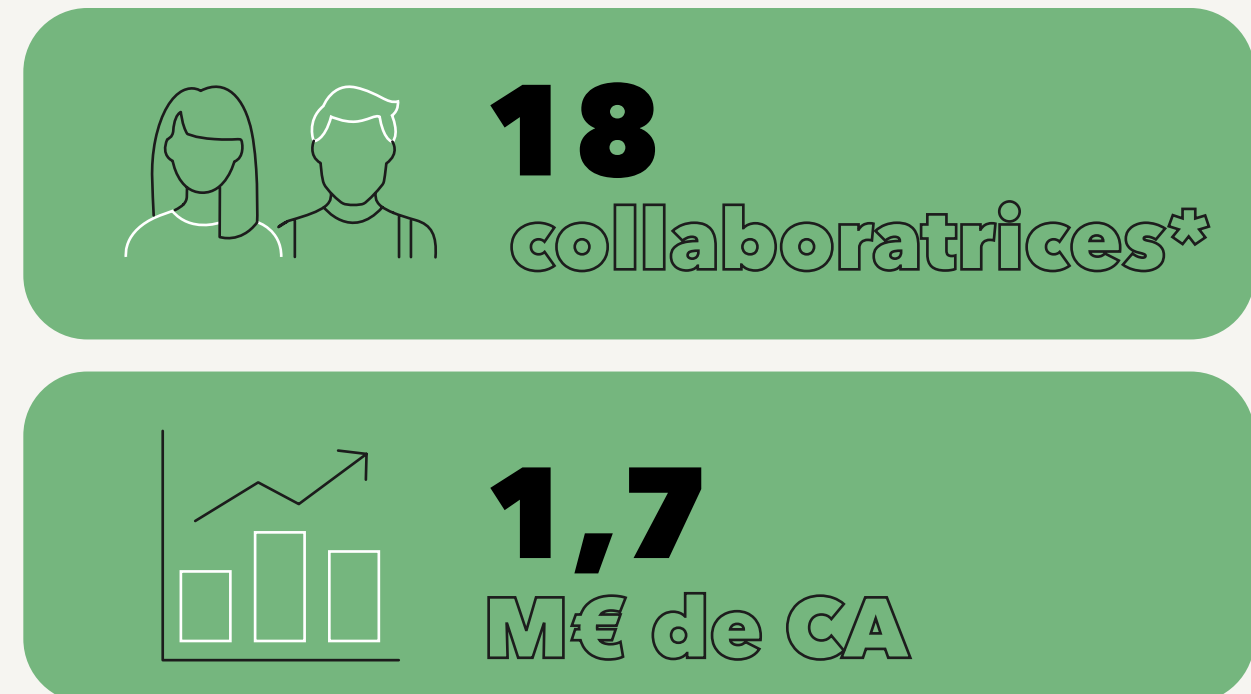
Conclusions.

Avis du Comité de Mission	31
Présentation et avis de l'OTI	33

qui sommes-nous ?

MIEUX est une agence de conseil et de création, fondée en 2009, qui accompagne les entreprises et les marques dans leur transformation, dans une logique d'innovation responsable et de développement durable.

notre histoire.



20
09

Thomas fonde MIEUX,
Agence de
communication RSE.

20
13

Prix de la
communication
Responsable
(campagne Tetra Pak)

Désormais, 100%
des missions sur des
enjeux RSE.

Julie rejoint MIEUX.

20
20

Formalisation
de la Raison d'Être

Premier Bilan
Carbone

Contribution à la
neutralité carbone

Labellisation 2**
Positive Company.

20
22

MIEUX élue Agence
RSE de l'année

Labellisation Great
Place to Work

MIEUX devient
Entreprise à Mission.

20
23

Labellisation 3***
Positive Company

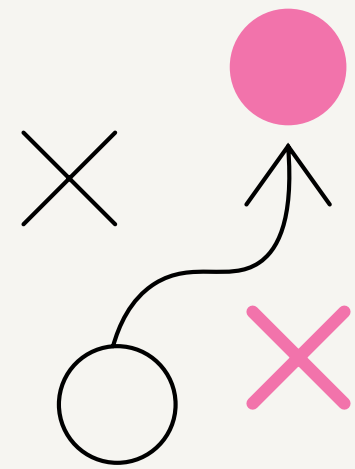
Encore plus
d'expériences en
design de solution.

20
24

L'agence MIEUX fête
ses 15 ans.

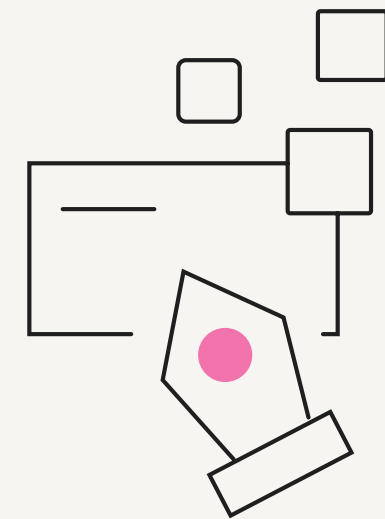
Et annonce la
diversification de ses
métiers en conseil,
nouveaux récits,
design de solution
et formation.

5 métiers.



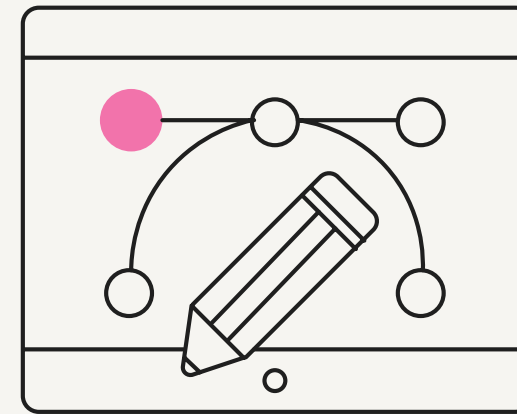
conseil & stratégie.

Écouter un monde
en mutation
et définir une vision
commune.



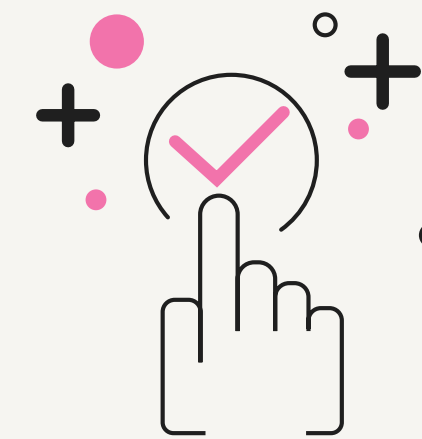
création & nouveaux récits.

Créer des récits
transformatifs
(leviers d'innovation
et de changement
des comportements
consommateur).



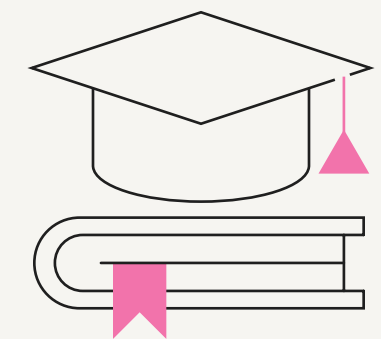
design de solution & innovation.

Créer des produits
ou services utiles
et durables.



activation & communication.

Animer des
communautés internes
(collaborateurs) et
externes (clients).



formation.

Partager notre
expérience et nos
savoirs avec nos clients
et partenaires :
marque engagée;
récit & innovation.

notre raison d'être.



**Accélérer la transition écologique
et sociale des marques, par un nouveau modèle
d'agence engagée, experte, agile,
créative et heureuse.**

notre manifeste.

**Alors on commence par où ?
On commence par rêver.**

Chaque entreprise, petite ou grande, a le potentiel d'être un **laboratoire de prospective**, chaque communauté a le pouvoir de **provoquer le changement** et chaque individu détient la capacité prodigieuse d'**agir**.

L'imaginaire collectif est puissant.
Il reflète et conditionne notre façon de **percevoir l'avenir** et d'**ajuster nos actions** en conséquence. Depuis 2009, nous sommes fières de contribuer à l'**émergence de nouveaux récits capables de bousculer nos manières de penser et d'agir**.

Notre vision vous inspire ?

Tant mieux.

notre comité de mission.

Le comité de mission de l'agence MIEUX est composé de sept membres extérieurs à l'entreprise, aux compétences diverses et complémentaires. En 2022, le comité s'est réuni pour la première fois afin de finaliser la rédaction des objectifs de mission avant leur intégration dans les statuts.



Juliette Amaury
Directrice de clientèle chez
MIEUX



Sabine Jean Dubourg
Directrice associée
The A Lab



Nathalie Croisé
Journaliste



Sabine Desnault
Présidente fondatrice
Planet A Factory



Charles-Henri Margnat
Fondateur du label RSE
Positive Company



Muriel Papin
Déléguee générale
No Plastic In My Sea



Eric Pons
Directeur presse et Social Media
Crédit Agricole CIB



Sylvie Thomas
Sustainable development leader
à son compte

nos objectifs statutaires.

mission¹

**MIEUX,
agence conseil
et créative, engagée.**

Capable d'identifier les signaux de transformatives, nous accompagnons nos clients dans une logique d'innovation responsable et de développement durable.

2 objectifs associés

1. Amplifier l'impact de l'agence en focalisant nos actions sur des missions transformatives et engagées pour des secteurs d'activité clés.
2. Dédier une partie du chiffre d'affaires de l'agence à l'accompagnement de structures à visée durable par nature.

mission²

**MIEUX,
agence résiliente
et innovante.**

Attentive aux signaux faibles et considérant la complexité du monde comme une opportunité d'innovation et de progrès, MIEUX s'appuie sur le design thinking et des méthodologies agiles et collaboratives pour créer de la valeur et rendre possible la transformation.

2 objectifs associés

1. S'ancrer dans une approche proactive pour saisir les enjeux présents et futurs du marché.
2. Nourrir et mettre en pratique nos compétences en conduite du changement.

mission³

**MIEUX,
agence exemplaire
et inspirante.**

Persuadée que le positif attire le positif, MIEUX vise l'exemplarité de son impact économique, social, sociétal et environnemental et veut inspirer les métiers de la communication et du conseil vers une posture et des pratiques plus respectueuses du long terme.

2 objectifs associés

1. Cultiver une démarche d'amélioration continue et limiter nos impacts environnementaux et sociaux.
2. Partager nos convictions et nos savoir-faire pour inspirer la profession.



mission¹ **MIEUX, agence conseil et créative, engagée.**

1. amplifier l'impact de l'agence.

Nous focalisons nos actions sur des missions transformatrices et engagées.

notre objectif 2030.

50 % de nos missions répondent à nos critères de « d'impact ».



1.1 une sélection stratégique et un suivi de l'impact **de nos missions.**

- Nous privilégions les missions à **forte valeur ajoutée** en matière de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE).
- Nous mettons en place une évaluation d'impact afin de mesurer concrètement la performance de nos actions.

les résultats

2024 / 2025

- Une stratégie commerciale clarifiée et formalisée, avec l'identification de **quatre critères d'impact - contenu de la demande, qualité du brief, budget, profil du client** - permettant d'aiguiller la sélection des appels d'offres auxquels nous répondons.

Le brief doit refléter une ambition évidente de durabilité ou de transformation.

- Un engagement affirmé, avec neuf briefs refusés en raison de **leur non-alignement avec nos critères d'impact.**
- Un premier exercice de mesure de notre impact, à travers l'envoi d'un **questionnaire à nos clients.**

zoom sur...

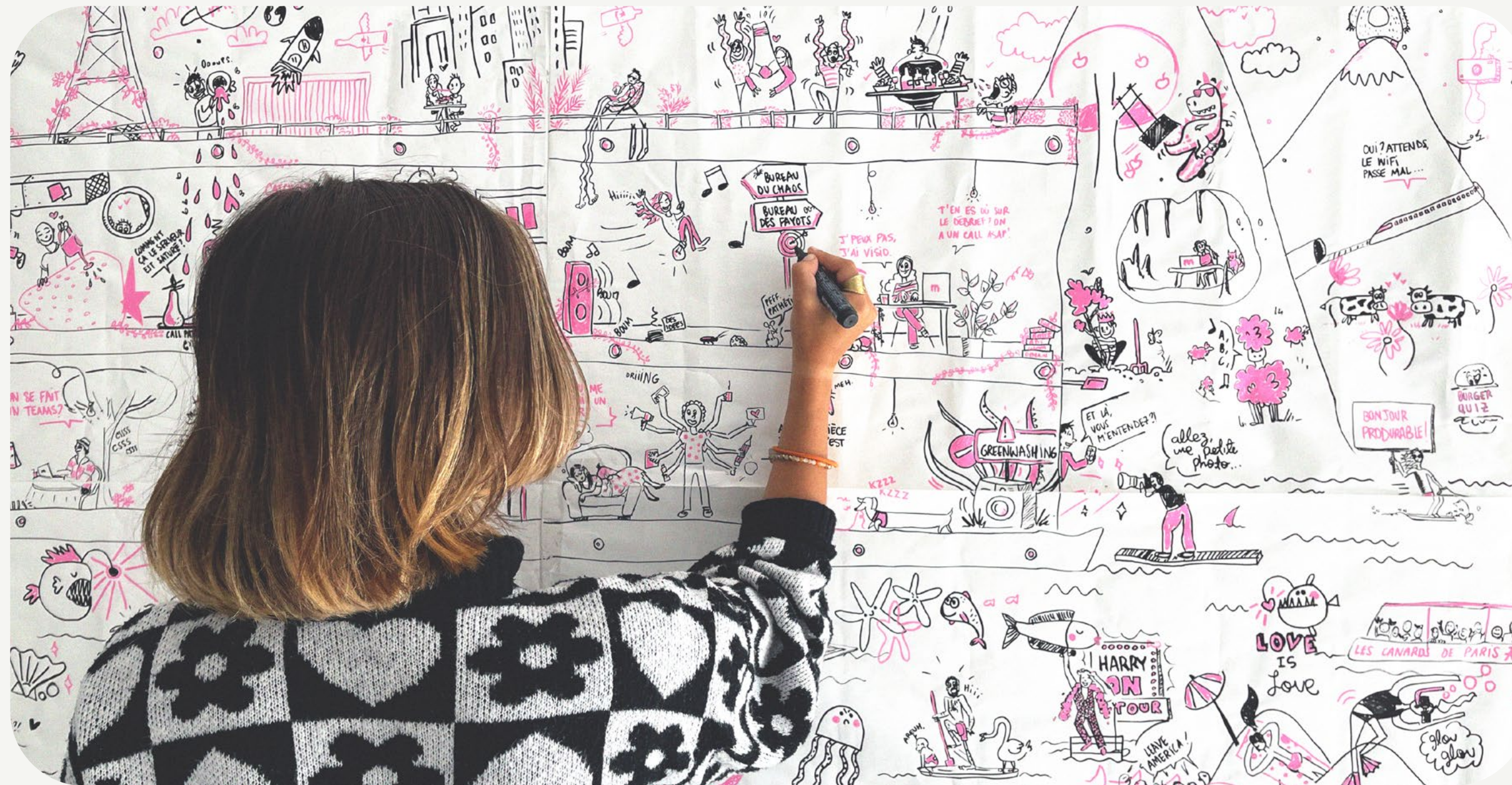
Mesurer l'impact de nos missions

Parce que l'impact social et environnemental est devenu un critère central d'évaluation – politiques publiques, cadres réglementaires, attentes des investisseurs, des citoyens, des collaborateurs et des consommateurs – la capacité à démontrer concrètement les effets de nos actions constitue un enjeu stratégique. C'est un défi complexe, encore plus pour notre secteur d'activité, où les effets sont souvent indirects, systémiques, et inscrits dans le temps long.

En 2024, nous avons initié un premier exercice de mesure d'impact en interrogeant nos clients via un questionnaire. Avec seulement 6 retours sur 35 sollicitations, une limite forte est apparue : nos interlocuteurs manquent souvent du recul ou des bons outils pour évaluer l'effet réel de nos interventions. Cet apprentissage nous pousse à faire évoluer notre approche. Nous explorons désormais des **formats de suivi plus qualitatifs, mieux alignés** avec la réalité de nos missions.

La capacité
à démontrer concrètement
les effets de nos actions
constitue un enjeu stratégique.
C'est un défi complexe,
d'autant plus pour notre
secteur d'activité, où les effets
sont souvent indirects,
systèmeiques et inscrits
dans le temps long.





1.2 une offre conçue pour accompagner la transformation de nos clients.

Nous orientons les actions de l'agence vers des offres à **forte dimension transformative**, notamment via la création de **nouveaux récits** et le **design de solutions**.

les résultats

2024 / 2025

Nous avons concrétisé ces offres à travers de nombreux projets pour des clients de secteurs variés.

- Un **outil de transparence environnementale** des produits de câblage pour Nexans (industrie) ;
- Une **plateforme d'économie circulaire** des cartouches et des imprimantes pour Lexmark (technologie) ;
- La création d'un **nouveau produit solidaire** pour Carte Noire (agroalimentaire) ;
- Un **atelier de sensibilisation à l'exposition des écrans chez les enfants** pour la Fondation pour l'Enfance (secteur associatif) ;
- Un **jeu de société à l'intention des collaborateurs** pour un acteur du luxe ;
- Une **série de podcasts** : Les aventures farfelues de Mathis et Rose, pour Photoweb (e-commerce).



mission¹ **MIEUX, agence conseil et créative, engagée.**

2. dédier une part de l'activité aux structures publiques, associatives et issues de l'ESS.

Nous soutenons les organisations non gouvernementales, associations et structures de l'économie sociale et solidaire autant que nous le pouvons.

notre objectif 2030.

Accompagner au moins 1 association, ONG ou acteur public par an.



2.1 des missions qui témoignent d'un engagement concret.

- Nous appliquons des **tarifs ajustés et solidaires** pour apporter notre soutien à des **projets solidaires**, à **forte utilité sociétale**.
- Nous accompagnons aussi **en pro bono** plusieurs associations partenaires dont **nous partageons les convictions**.

les résultats

2024 / 2025

Nous avons accompagné plusieurs structures solidaires et associatives dans la mise en œuvre de leurs projets.

• **Crédit Coopératif :**

Nous avons monté une pièce de théâtre interactive à l'occasion du Festival d'Avignon et avec l'appui du collectif Le Bruit qui Court, pour inviter les gens à se questionner sur le rôle de l'argent dans notre société.

• **Natera :**

Nous accompagnons Natera, une coopérative agricole Aveyronnaise, dans la réalisation de sa stratégie RSE (élaboration de double matérialité, cartographie de ses parties prenantes, chaînes de valeur, etc.) et dans de la communication de crise.

zoom sur...

Les missions pro bono menées aux côtés de partenaires associatifs

- **No Plastic in My Sea, association engagée contre la pollution plastique**

Chaque année, dans le cadre du No Plastic Challenge, nous organisons avec toute l'équipe une collecte de déchets plastiques autour de notre péniche, avec No Plastic In My Sea.

- **Rainforest Alliance**

Nous avons travaillé sur l'identité de l'ONG : de leur identité visuelle à la manière dont il souhaitait raconter leur histoire et leur combat.



Dans le cadre du No Plastic Challenge, l'équipe de l'Agence Mieux a participé à une opération de ramassage des déchets plastiques autour de sa péniche, en partenariat avec l'association No Plastic in My Sea.



mission ² **MIEUX, agence résiliente et innovante.**

3. nourrir une pensée prospective.

Nous saisissons les enjeux présents et futurs du marché de manière à créer de la valeur pour nos clients et rendre possible la transformation.

notre objectif 2030.

**La publication annuelle d'un rapport
« état de l'art des nouveaux mondes ».**

3.1 l'interdisciplinarité au service de la transformation durable.

- Nous mettons en œuvre des **outils d'analyse et d'observation** (de type veille, prospective, planning stratégique...) empruntés à plusieurs disciplines (sociologie, philosophie, culture...) de manière à apporter à nos clients des réponses justes et pertinentes qui prennent en considération la complexité du monde.
- Nous favorisons l'**acquisition de connaissances** par toute l'équipe en libérant du temps dédié à l'acculturation à nos sujets d'expertise : RSE, innovation, communication responsable...



les résultats

2024 / 2025

- Des dispositifs internes mis en œuvre pour favoriser l'échange des compétences au sein des équipes et **renforcer l'inspiration mutuelle** - les Créadays et les Consul'Temps : deux rendez-vous bi-annuels pour travailler sur les tendances passées et à venir.
- 153 heures de formations exécutés libérées pour que les collaborateurs participent à des **temps d'acculturation** (ateliers, fresques, conférences...), soit plus de 1 jour par collaborateur (sur une base de 18 ETP).

4. conduire le changement.

Nous infusions la RSE dans la culture d'entreprise afin qu'elle ait une place de choix dans les prises de décision quotidiennes et stratégiques.

notre objectif 2030.

**Proposer systématiquement à nos clients
un accompagnement en *changement
culturel* (quand cela fait sens).**



4.1 la montée en compétences des équipes sur les enjeux de conduite du changement.

Nous bénéficions toutes de **formations régulières** sur des sujets ou des méthodologies qui participent à la conduite du changement.

les résultats

2024 / 2025

Deux **formations** ont été réalisées auprès des collaborateurs de l'agence :

- Pour mieux accompagner nos clients dans le nouveau cadre réglementaire de la CSRD, l'ensemble de l'équipe conseil a suivi une formation dispensée par Des Enjeux et des Hommes, centrée sur la double matérialité.
- Pour intégrer plus efficacement l'IA générative à leurs pratiques, les équipes créatives ont été formées à l'outil Midjourney.

4.2 la mise en œuvre opérationnelle de méthodologies collaboratives chez nos clients.

- Nous encourageons l'**intelligence collective** et menons dès que cela nous semble pertinent des ateliers de co-construction rassemblant une diversité de métiers et profils.
- Nous sommes toutes formées à l'**agilité**, ce qui nourrit nos manières de travailler et nous permet d'infuser cette culture chez nos clients.

zoom sur...

L'agilité mise en œuvre chez Lexmark depuis 8 ans



les résultats

2024 / 2025

- **7 ateliers de co-construction** ont été menés auprès de **9 de nos clients**, avec un total de **55 participants** d'horizon divers (en interne : services RSE, communication, juridique, achats, commerce, innovation, RH... et en externe : société civile).
- **1 projet réalisé en mode agile depuis 2017** : l'amélioration continue de Collected by Lexmark, plateforme de l'économie circulaire du groupe Lexmark.



mission ³ **MIEUX, agence exemplaire et inspirante.**

5. cultiver une démarche d'amélioration continue.

Nous mesurons nos progrès et adaptons nos actions pour limiter durablement nos impacts sociaux et environnementaux.

notre objectif 2030.

Définir notre stratégie RSE pour 2030-2035, en associant nos parties prenantes.



5.1 le pilotage de la stratégie RSE de l'agence et l'identification de nos axes d'amélioration.

- Depuis 2021, notre stratégie RSE, *De Mieux en Mieux*, guide nos engagements en matière sociale et environnementale. Elle repose sur six engagements concrets, qui traduisent notre volonté de faire progresser l'agence de manière cohérente et responsable.

les résultats

2024 / 2025

Les 15 ans de MIEUX ont insufflé une nouvelle dynamique, nous incitant à **repenser notre vision** et, par extension, à **renouveler notre stratégie RSE**. Sa feuille de route est pilotée par trois collaborateurs en lien étroit avec la direction et en concertation avec l'ensemble de l'agence.

zoom sur...

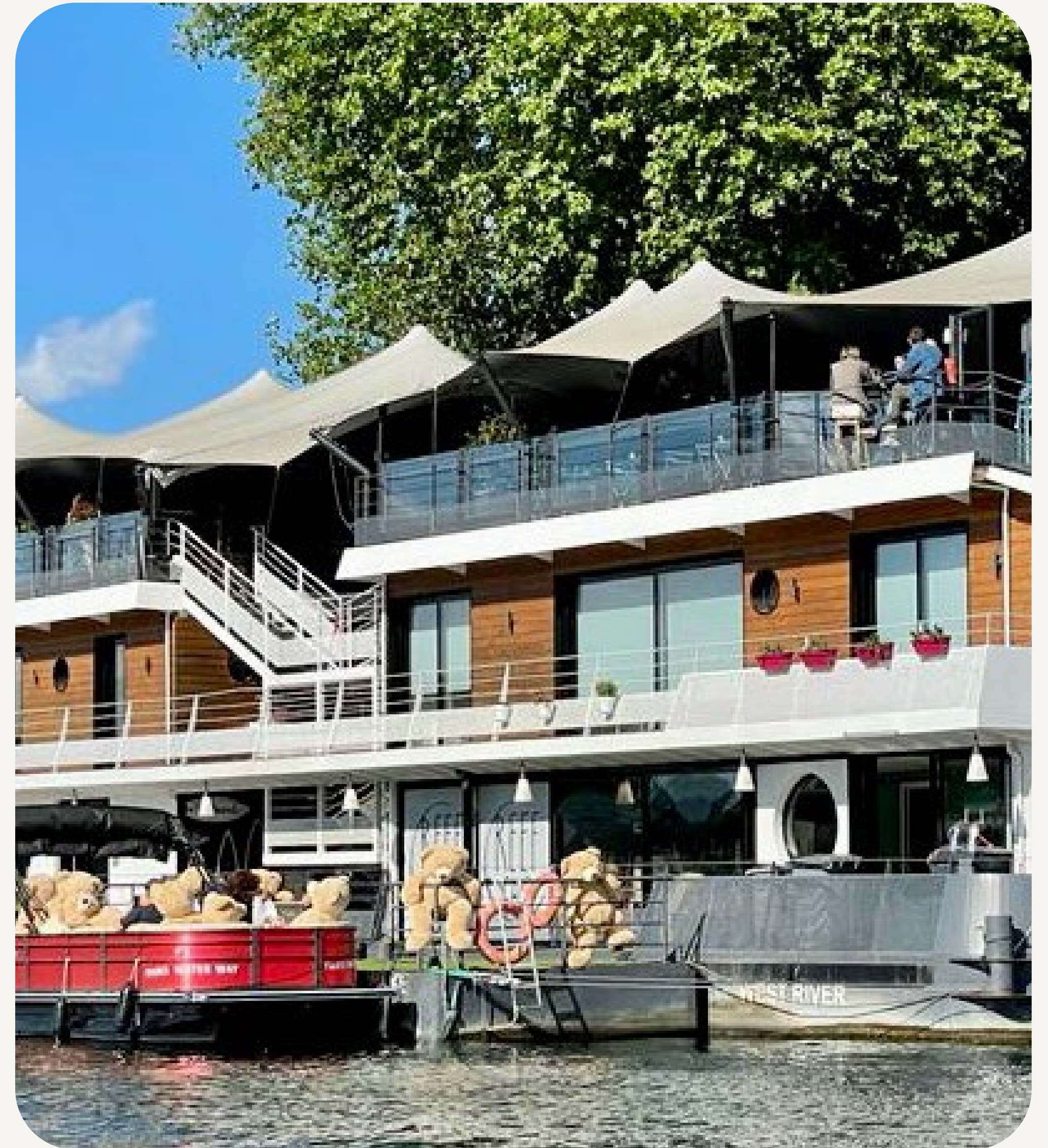
Deux feuilles de route, deux temporalités

Chez MIEUX, notre engagement s'appuie sur deux dynamiques complémentaires : **notre qualité de Société à Mission** et **notre stratégie RSE, De Mieux en Mieux**.

La société à mission fixe le cap. Ce cadre engage l'agence sur le long terme autour d'objectifs sociaux et environnementaux inscrits dans nos statuts. Il pose les grands principes qui guident notre action en tant qu'agence de conseil et créative, et alimente notre vision stratégique.

Notre stratégie RSE, elle, s'ancre dans le quotidien.

Plus opérationnelle et agile, elle structure nos actions concrètes, mesure nos progrès et accompagne l'amélioration continue de l'agence.



5.2 la certification de notre démarche d'engagements.

Nous avons sollicité l'évaluation de notre démarche RSE par un tiers, afin de marquer une étape dans notre engagement et recueillir la perception de nos parties prenantes.

les résultats

2024 / 2025

Nous avons obtenu 3 étoiles au label RSE Positive Company, avec un score de 70,66/100. Cette reconnaissance, fruit d'un processus d'écoute de nos parties prenantes, atteste de la solidité de nos engagements sociaux, sociétaux et environnementaux. Récemment, nous avons été classées 10^e au TOP 50 des entreprises labellisées Positive Company en 2025. C'est une grande fierté pour toute l'agence.





mission ³ **MIEUX, agence exemplaire et inspirante.**

6. inspirer la profession.

Nous partageons nos convictions et notre savoir-faire pour faire évoluer les pratiques de manière collective et engagée.

nos objectifs 2030.

Développer le métier formation et animer entre 10 et 20 journées de formation.

Être membre d'un écosystème d'acteurs communication/innovation engagés en faveur du DD.



6.1 le partage de connaissances et des convictions de l'agence sur les enjeux de développement durable.

- Chaque année, nous saisissons l'occasion du **Salon Produrable** pour prendre la parole et partager notre vision des enjeux du développement durable.
- Thomas Parouty porte notre vision en participant activement à des échanges publics.

les résultats

2024 / 2025

Depuis près de 10 ans, l'agence Mieux participe au **salon Produrable**, rendez-vous incontournable des acteurs de la RSE, en tant qu'exposant et conférencier. Cette année encore, nos équipes ont conçu **trois nouvelles conférences** :

- « La sobriété peut-elle être désirable ? »
- « Entreprises régénératives : coup de com' ou coup de génie ? »
- « Imagine la communication en 2030 »
- « Le Grand Quiz du Greenwashing »

Nous avons pour ambition d'obtenir prochainement la **certification Qualiopi** et d'**expérimenter l'offre de formation**.

Par ailleurs, Thomas Parouty, notre président et porte-parole de l'agence, a réalisé **25 interventions** dans les médias, auprès d'entreprises privées, d'universités et d'événements citoyens.

zoom sur...

Parmi les conférences proposées par MIEUX au Salon Produrable 2024, **le Grand Quiz du Greenwashing** a rencontré un bel accueil. Ce format original mêle jeu, pédagogie, humour et cas concrets, pour aborder avec clarté les enjeux liés au greenwashing et à la communication responsable avec le soutien de huit experts reconnus.

Le format suscite aujourd'hui l'intérêt d'entreprises - clientes ou en passe de le devenir - souhaitant le **déployer en interne**, pour **amorcer des discussions, former leurs équipes ou nourrir une culture commune** autour des enjeux RSE. Une belle démonstration de l'impact que peut avoir un format engagé... et engageant.



L'Agence Mieux a animé en 2024 une version enrichie du Grand Quiz du Greenwashing sur la grande scène de Produrable : un format hybride mêlant humour et analyse experte pour décrypter les campagnes de communication responsables... ou non.



6.2 la participation à un écosystème engagé.

- Nous sommes engagées dans des **écosystèmes** qui soutiennent la transition durable.
- Nous collaborons activement avec **des réseaux et des partenaires** pour renforcer notre impact.

les résultats

2024 / 2025

La **Convention des Entreprises pour le Climat** Nouveaux Imaginaires - a accueilli MIEUX, grâce à l'implication de Thomas Parouty et Ludovic Pagot. Nous y collaborons avec des agences, des médias, des écoles et d'autres acteurs du monde culturel pour accélérer la transition.

Le **C3D (Collège des Directeurs du Développement Durable)** nous permet, en tant que membre partenaire depuis 8 ans, de participer aux réflexions stratégiques pour une transition durable.

Thomas fait toujours partie du comité d'éthique de **Fair Play For Planet**, le premier label écoresponsable pour les organisations sportives.

avis du comité de mission.

Le 13 mai 2025, le Comité de Mission s'est réuni pour analyser la feuille de route et les résultats de l'Agence Mieux. Plusieurs recommandations ont été formulées.

constat général.

Le Comité salue l'engagement fort de l'Agence Mieux dans sa démarche d'entreprise à mission, avec des objectifs ambitieux et une organisation solide.

Le modèle de mission est jugé très cohérent :

- . La raison d'être est claire et bien servie par des objectifs statutaires pertinents.
- . Les actions déployées couvrent de façon équilibrée les volets interne, client et écosystème.
- . La gouvernance (Comité de Mission + Groupe de Travail interne + Direction) est robuste et pertinente.

Le modèle stratégique structure l'ADN de l'Agence et clarifie sa proposition de valeur, avec une vision à long terme.

Le Comité invite néanmoins l'Agence à rester centrée dans ses ambitions et priorités pour garantir sa capacité d'exécution.

les recommandations pour faire Mieux.

Malgré cette évaluation globale positive, le Comité de Mission a identifié plusieurs pistes d'amélioration pour permettre à l'agence de continuer à progresser et à affiner son modèle. Ces recommandations sont détaillées ci-dessous.

1. Définir une méthode de mesure de l'impact dès le démarrage d'un projet.

Le Comité invite l'agence à établir, dès le lancement des missions, une **méthode structurée** pour fixer en amont les indicateurs de suivi (KPI) qui vont permettre de mesurer l'impact de la mission à venir, afin de mobiliser au préalable les équipes et les moyens nécessaires.

Une réunion dédiée avec le Comité de Mission sera organisée pour coconstruire cette méthodologie et poser les bases d'une définition d'« *une mission à fort impact* ».

2. Illustrer pleinement le nouveau positionnement de l'agence : design de solutions et nouveaux récits

L'agence ne se limite plus à la communication traditionnelle. Pour affirmer son rôle d'acteur clé sur des offres à forte dimension transformative, elle doit **valoriser de façon visible et concrète ses projets en design de solutions et nouveaux récits**.

3. Repenser les modalités d'accompagnement des structures associatives et publiques.

Sur ce sujet, le Comité a formulé deux suggestions complémentaires.

- . **Revoir l'indicateur actuel** (part du chiffre d'affaires dédiée). Une première idée a été soulevée : plutôt que de mesurer l'engagement par un pourcentage du chiffre d'affaires, fixer un objectif en nombre de projets à fort impact accompagnés.
- . **Jouer et mettre en avant un rôle de facilitateur.** L'Agence peut jouer un rôle d'intermédiaire en facilitant le dialogue et les collaborations entre grandes marques et structures associatives et publiques (en organisant par exemple des événements pour les réunir).

4. Valoriser le savoir et les connaissances produites par l'agence.

Le Comité suggère de **mieux tirer parti de ses prises de parole** (conférences, publications, partages de ressources...) afin d'asseoir sa visibilité et sa légitimité dans le secteur, en tant qu'agence de conseil et créative.



avis de l'organisme tiers indépendant - Anne HEINTZ, Expert-Comptable Audit durabilité / PKF Arsilon.

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et Etendue des travaux », et des éléments que nous avons collectés, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause, sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission et à la fin de la période couverte par notre vérification :

- . le lien entre la raison d'être inscrite dans ses statuts et l'activité de la société ;
- . le lien entre les objectifs sociaux et environnementaux inscrits dans ses statuts et l'activité de la société ;
- . le suivi de l'exécution de la mission par le comité de mission ;
- . le fait que l'entité ait atteint les résultats qu'elle a définis à la fin de la période couverte par la vérification, pour chaque objectif social ou environnemental retenu en application du 2° de l'article L. 210-10 et inscrit dans ses statuts ;
- . le fait que l'entité ait mis en œuvre des moyens adéquats pour chaque objectif social ou environnemental retenu en application du 2° de l'article L. 210-10 et inscrit dans ses statuts ;

par conséquent, la société l'AGENCE MIEUX respecte chacun des objectifs sociaux et environnementaux qu'elle s'est donnée pour mission de poursuivre, en cohérence avec sa raison d'être et son activité au regard de ses enjeux sociaux et environnementaux.





mieux.
conseil.récit.design.engagée