

Rapport 2023 du Comité de Mission

KAPLAN MEDIA

SOMMAIRE

02 PRÉSENTATION DE KAPLAN

03 RETOUR SUR L'ANNÉE 2023

04 AUDIT DE L'OTI

05 OBJECTIF 1

FAVORISER LA TRANSPARENCE ET LE PARTAGE DES RECETTES AUDIOVISUELLES

06 Indicateurs

08 Bilan des actions

12 Synthèse et évaluation du comité

13 OBJECTIF 2

FAVORISER LE BIEN-ETRE AU SEIN DE LA SOCIETE

14 Indicateurs

17 Bilan des actions

21 Synthèse et évaluation du comité

22 OBJECTIF 3

DEFENDRE LA PRISE EN COMPTE DES CRITERES SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX DANS LES DECISIONS STRATEGIQUES DE LA SOCIETE ET DES ENTREPRISES DU SECTEUR

23 Indicateurs

25 Bilan des actions

29 Synthèse et évaluation du comité

30 LES PROCHAINES ÉTAPES

31 ANNEXES

PRÉSENTATION DE KAPLAN

RAISON D'ÊTRE ET ENGAGEMENTS

« **Être un acteur du changement dans le secteur audiovisuel** », telle est la raison d'être inscrite dans les statuts de Kaplan lors de sa transformation en société à mission en 2020. Lorsque la société est fondée en 2013, l'intention est claire : Kaplan (anciennement Right Back Film), est fait pour être une entreprise stimulante, où l'on a envie de travailler et qui s'adapte aux projets de vie de chacun. Avant de devenir société à mission, Kaplan se caractérise déjà par une volonté de changement en interne et dans le secteur :

- L'activité opérationnelle s'intègre dans l'écosystème du secteur audiovisuel, à la croisée d'enjeux propres à différentes parties prenantes ;
- L'organisation de la société en entreprise libérée met l'accent sur la nécessité d'avoir un modèle tourné vers le bien-être des salariés ;
- La sensibilité aux enjeux sociaux et environnementaux joue un rôle dans les pratiques quotidiennes du bureau.

En 2019, la loi Pacte introduit la qualité juridique de société à mission, désignant une société qui inscrit dans ses statuts une raison d'être ainsi qu'un ou plusieurs objectifs sociaux et environnementaux. Naturellement, Kaplan fait le choix d'adopter cette qualité juridique en définissant les trois objectifs suivants :

1. Favoriser la transparence et le partage des recettes audiovisuelles ;
2. Favoriser le bien-être au sein de la société ;
3. Défendre la prise en compte des critères sociaux et environnementaux dans les décisions stratégiques de la société et des entreprises du secteur.

COMITÉ DE MISSION

Le comité de mission a pour rôle de suivre, critiquer et évaluer les actions mises en place par Kaplan pour l'exécution de sa mission.

Depuis 2020, le comité rassemble des parties prenantes aux enjeux différents et parfois divergents, ce qui permet à Kaplan de tenir compte des différentes perspectives sur chaque objectif de mission.

Les membres constitutifs du comité sont :

- Valérie Bourgoïn, ancienne directrice de l'Audiovisuel au CNC ;
 - Matthieu Daum, fondateur du cabinet Nexus, spécialisé dans l'accompagnement humain des organisations ;
 - Jérôme Dechesne, ancien délégué général adjoint de l'USPA ;
 - Denis Goulette, ancien délégué général de la Guilde des Scénaristes ;
 - Thomas Duponchel, référent mission et représentant des salariés de Kaplan.
-

RETOUR SUR L'ANNÉE 2023

BILAN

2023 a été marquée par les dix ans de Kaplan et fut une année de grands bouleversements pour la société avec le premier changement de l'équipe dirigeante de son histoire et l'arrivée d'un nouveau collaborateur. Cela n'a pas empêché l'équipe de poursuivre sa mission en se basant sur les acquis des 3 derniers exercices. Kaplan s'est donc évertué à poursuivre les actions mises en place auparavant tout en s'assurant de leurs bonnes communications aux différents interlocuteurs.

En interne, cette année a donc été placée sous le signe de la passation, aussi bien pour les dirigeantes, avec la prise en main de nouveaux sujets stratégiques, que pour le nouvel arrivant qui est devenu le référent société à mission, et les autres salariés, qui ont dû s'adapter à ces changements.

Cela s'est notamment traduit par une plus grande participation des salariés à la vie de l'entreprise (formalisation de l'actionnariat salarié entre autres) et une réorganisation du partage des responsabilités entre salariés et dirigeantes.

Enfin, en 2023 Kaplan a montré une forte ambition dans l'envergure des actions menées dans le cadre de sa mission, avec entre autres :

- le lancement d'un plan de communication global pour informer son écosystème de ses actions et initier le changement par un transfert de connaissances ;
- la mise en place d'une nouvelle solution de génération de décomptes plus accessible pour aider un plus grand nombre de producteurs à améliorer la transparence des recettes ;
- des interventions dans plusieurs événements intra-sectoriel et le développement de nouvelles formations à destination des professionnels ;
- un investissement plus poussé dans l'écosystème d'acteurs engagés dans une démarche écoresponsable.

Kaplan est aujourd'hui extrêmement fière de vous présenter ce rapport qui représente l'aboutissement d'une année riche en nouveautés.

L'ÉQUIPE



AUDIT DE L'OTI

SON RÔLE

Selon la Loi Pacte, un Organisme Tiers Indépendant (OTI) est chargé de vérifier l'exécution de la mission. Cette vérification peut aboutir à la perte de qualité de société à mission si des moyens ne sont pas mis en œuvre pour remplir les objectifs. Ce contrôle se fait tous les 2 ou 3 ans. Dans le cas de Kaplan, le premier contrôle a eu lieu en 2023.

LE DÉROULÉ

Kaplan a fait appel à la société AUPEAM, spécialisée dans l'audit des sociétés à mission, de vérifier l'exécution de sa mission sur les trois exercices écoulés depuis l'inscription de sa raison d'être dans ses statuts. Ce premier audit s'est déroulé en plusieurs étapes :

- Lecture par l'OTI des rapports de mission ;
- Entretien avec un membre du comité de mission (Denis Goulette) ;
- Entretien avec une salariée de Kaplan (Cathy Gantsou).

LES CONCLUSIONS




L'OTI a jugé de la bonne application de la qualité de société à mission et fait plusieurs recommandations :

- Réfléchir à nommer un président du comité, ce point a toutefois été nuancé car l'OTI a souligné la richesse du comité mis en place par Kaplan grâce à la représentation équitable de tous les partenaires et clients de la société. Dans ce contexte la mise en avant d'un de ces partenaires est moins évidente ;
- Ne pas nécessairement inclure les objectifs opérationnels (les sous-objectifs) dans les statuts pour se laisser plus de flexibilité pour les réadapter ;
- Repenser les indicateurs en gardant les plus pertinents, et leurs adjoindre des cibles à atteindre pour faciliter leurs mesures. Kaplan a dessiné des trajectoires pour chaque indicateur à horizon un an et trois ans (date à laquelle aura lieu le prochain audit).

Objectif 1



FAVORISER LA TRANSPARENCE ET LE PARTAGE DES RECETTES AUDIOVISUELLES

-  1. En informant ses clients et leurs ayants droit de façon régulière, juste et claire sur l'exploitation de leurs œuvres et les sommes à leur revenir
-  2. En sensibilisant les acteurs du secteur audiovisuel à l'application des textes en vigueur et à un juste partage des recettes des productions
-  3. En interrogeant ses parties prenantes (clients, ayants droit, organismes de gestion collective) sur leur satisfaction pour mesurer et améliorer son impact

Objectif 1 Tableau des indicateurs

INDICATEURS	2020	2021	2022	2023	Objectifs 2024	Objectifs 2027
Communication LinkedIn						
• Nombre de publications	N/A	N/A	N/A	Publications : 4	Au moins 3	Au moins 9
• Nombre d'impressions par publication				Impressions : 396	+20% par an (476)	+20% par an (685)
Nombre de décomptes envoyés sur l'année	752	995	1155	1424	1689 (+20 œuvres)	2493 (+60 œuvres)
Interventions dans des évènements interprofessionnels	4	3	2	2	Au moins 3	Au moins 3
Nombre de clients	Droits Voisins : 56	59	66	66	Au moins 68	Au moins 74
	Royalties : 11	12	13	17	Au moins 19	Au moins 25
Clarté des documents transmis aux clients	N/A	4,1/5	3,8/5	4,5/5	Au moins 4/5	Au moins 4/5

Objectif 1 Commentaires des indicateurs

ENVOI DES DÉCOMPTES

Le nombre de décomptes envoyés par Kaplan à l'ensemble des ayants droit a crû en moyenne de 23% par an depuis 2020. Aujourd'hui la grande majorité des décomptes envoyés relève des Accords Transparence (signés en 2017 et 2018 et applicables pour les diffuseurs pour les contrats signés à partir de 2018 et pour les auteurs de 2019).

INTERVENTION DANS DES ÉVÈNEMENTS INTERPROFESSIONNELS

En 2023, l'équipe a participé à deux évènements sectoriels (détaillés dans la suite du rapport) :

- Conférence au festival Legal Corner
- Formation Mediawan

L'objectif pour les prochaines années est de participer à 3 évènements sectoriels au minimum.

ENVOI ANNUEL DU QUESTIONNAIRE DE SATISFACTION AUX CLIENTS

Chaque année, Kaplan envoie un questionnaire à ses clients pour mesurer leur satisfaction sur tous les aspects des services proposés. Sur la page précédente, seule la question relative à la clarté des documents a été reprise. Au global, Kaplan a obtenu ces notes (sur 5) :

- Clarté des documents transmis : 4,5 (équivalent) ;
- Disponibilité de l'équipe : 4,7 (équivalent) ;
- Qualité des conseils fournis : 4,7 (+0,2 point) ;
- Recommandation du service à un tiers : 4,4 (-0,3 points) pour les Droits Voisins et 4,4 pour les Royalties (-0,6 points).

Malgré un taux de réponse très faible (8 au total avec 7 pour les Droits Voisins et 5 pour les Royalties), certaines recommandations ont été formulées :

- Travailler sur la communication autour des espaces en lignes que beaucoup ne connaissent pas et simplifier leur utilisation ;
- Modifier la présentation des décomptes de sorte à mieux visualiser les reversements ;
- Le coût du service n'est pas adapté pour les documentaires.

Cet indicateur permet à Kaplan de travailler sur la transparence des informations transmises aux producteurs relatives aux recettes de leurs œuvres et aux reversements dus.

Objectif 1 Répartition des actions

Ce tableau permet de voir de quelle manière chaque action de l'année répond à chaque objectif opérationnel. Pour rappel, les objectifs opérationnels liés à l'objectif de transparence et de partage des recettes audiovisuelles sont :

- **Informer** ses clients et leurs ayants droit de façon régulière, juste et claire sur l'exploitation de leurs œuvres et les sommes à leur revenir ;
- **Sensibiliser** les acteurs du secteur audiovisuel à l'application des textes en vigueur et à un juste partage des recettes des productions ;
- **Interroger** ses parties prenantes (clients, ayants droit, organismes de gestion collective) sur leur satisfaction pour mesurer et améliorer son impact.

ACTIONS	INFORMER	SENSIBILISER	INTERROGER
Envoi annuel du questionnaire de satisfaction aux clients			X
Rendez-vous annuel avec les clients		X	X
Envoi annuel des décomptes aux ayants-droits et répartition trimestrielle des droits voisins collectés	X	X	
Réponses systématiques aux questions des ayants droit sur les décomptes et aux autres demandes singulières	X	X	X
Plan de Communication		X	
Formations et Interventions		X	X
Simone	X	X	
Lancer une formation inter-entreprises sur les accords transparences		X	

Objectif 1 Les actions

RECOMMANDATIONS DU COMITÉ 2022

L'année passée, le comité avait souligné le travail de Kaplan et notamment, qu'il s'agissait de la seule structure à proposer volontiers ses services pour favoriser la transparence dans le secteur (en citant notamment l'implication dans le groupe de travail animé par l'USPA). Le comité plaçait même Kaplan comme un acteur majeur de la sensibilisation aux impacts des accords Transparence dans la reddition des comptes. Il encourageait l'équipe à poursuivre dans cette voie et à continuer de développer des projets pour simplifier l'accès à l'information et renforcer la transparence.

Le comité recommandait à Kaplan d'axer ses actions sur la sensibilisation au partage de la valeur des productions audiovisuelles en analysant, à travers les données des décomptes qu'elle gère, la répartition des recettes entre les différentes catégories d'ayants droit. Toutefois, une question à la fois de représentativité des données collectées auprès de ses clients et de positionnement dans le secteur s'est posée. Publier une étude complète de la répartition de la valeur des recettes de production paraissait en ce sens dépasser le rôle d'une entreprise privée comme Kaplan, mais plutôt relever d'un effort institutionnel. Une alternative pourrait être d'aider les structures publiques dans une démarche similaire grâce aux données qu'elle possède.

LES ACTIONS POURSUIVIES EN 2023

RENDEZ-VOUS ANNUEL AVEC LES CLIENTS

Afin de faciliter la collaboration entre Kaplan et les différents producteurs faisant appel à eux, un rendez-vous est organisé chaque année avec les clients qui le souhaitent pour réfléchir ensemble à la meilleure manière de collaborer. C'est également l'occasion de s'assurer de la satisfaction des différents services, collecter et comprendre les nouveaux besoins ou problématiques auxquelles ils sont confrontés afin, pour Kaplan, de s'adapter en amont.

RÉPONSES SYSTÉMATIQUES AUX QUESTIONS DES AYANTS-DROITS SUR LES DÉCOMPTES ET AUX AUTRES DEMANDES SINGULIÈRES

L'équipe s'astreint à répondre à toutes les questions qu'elle reçoit concernant la lecture et la compréhension des décomptes en particulier. Du fait de sa position centrale dans la réalisation et l'envoi des décomptes et de sa compréhension globale des enjeux financiers des productions (son contact privilégié avec les producteurs, les diffuseurs, les distributeurs et les ayants droit), Kaplan est également en mesure de fournir des explications complémentaires sur les arbitrages faits ainsi que sur l'application des accords Transparence et du cadre juridique et légal dans le cas particulier de chaque œuvre.

Objectif 1 Les actions

LES ACTIONS POURSUIVIES EN 2023

ENVOI ANNUEL DES DÉCOMPTES AUX AYANTS-DROITS ET RÉPARTITION TRIMESTRIELLE DES DROITS VOISINS COLLECTÉS

A travers ses deux services principaux, la reddition des comptes aux ayants droit des œuvres et la collecte des droits voisins pour le compte des producteurs, Kaplan participe au juste partage des recettes audiovisuelles. Son objectif est d'être le plus clair et le plus transparent possible dans la transmission des informations relatives à ce partage.

Ainsi, chaque partie prenante (ayants droit et producteurs) peut facilement avoir accès à une image des comptes de l'œuvre arrêtés au 31 décembre de chaque année et connaître la rémunération à laquelle il a droit selon ses contrats. Toutes ces informations sont récapitulées sur deux espaces en ligne personnalisés pour les producteurs et pour les ayants droit.

Concernant la répartition des droits voisins des producteurs, Kaplan informe chaque trimestre ses clients par mail des sommes à leur revenir au titre de la collecte auprès des Organismes de Gestion Collective des droits de copie privée et de retransmission simultanée de leurs œuvres. Les relevés de droits détaillés sont disponibles sur leur espace en ligne dédié.

Afin que cette action soit la plus efficace, chaque année, un rendez-vous est organisé avec les responsables de l'ANGOA/PROCIREP pour réfléchir à la meilleure manière de collaborer et prendre connaissance des contraintes de chaque organisation.

LES NOUVELLES ACTIONS MISES EN PLACE

FORMATIONS ET INTERVENTIONS

Cette année, Kaplan a participé à deux nouveaux événements pour aider les professionnels du secteur à mieux appréhender les accords Transparence. A la demande de la société Mediawan, elle a réalisé une formation sur mesure pour permettre aux juristes et business affairs du groupe de mieux comprendre les conséquences des négociations contractuelles sur la répartition des recettes des œuvres. A l'aide d'un exemple fil rouge d'une production du groupe, Kaplan a pu lier les aspects théoriques des accords avec leur application pratique.

Kaplan est également intervenue lors de la première édition du festival Legal Corner, événement dédié aux problématiques juridiques du secteur audiovisuel. Kaplan a choisi d'aborder la question de la rémunération des auteurs et artistes interprètes à l'ère des plateformes au cours d'une Masterclass donnée devant une centaine de participants.

Objectif 1 Les actions

LES NOUVELLES ACTIONS MISES EN PLACE

SIMONE

Dans le cadre de l'appel à projet lancé par le CNC fin 2022 sur la "Transparence de la remontée de recettes dans le secteur cinéma et audiovisuel", Kaplan a développé une nouvelle offre de génération de décomptes d'auteurs à destination des producteurs, baptisée « Simone ». L'idée est de pouvoir toucher un plus grand nombre de producteurs avec un tarif abordable grâce à un modèle participatif : les producteurs saisissent eux-mêmes les contrats et recettes dans une matrice fournie par Kaplan, et ces derniers s'occupent de générer les décomptes à l'aide de leur logiciel. Un premier test a été lancé en fin d'année sur un catalogue de documentaires de six œuvres pour une vingtaine de décomptes établis.

PLAN DE COMMUNICATION

- Refonte du site internet :

L'objectif principal était d'utiliser le site internet comme une autre vitrine de l'action de Kaplan en lien avec sa mission. En ce sens, un travail a été fait pour rendre le site plus esthétique et fonctionnel.

- Article de blog sur la Transparence :

Une page permettant de publier des articles a été rajoutée au site interne ([Blog](#)). En octobre, un article y a été publié permettant aux novices de se familiariser avec la notion des accords Transparence. L'équipe essaie de développer la visibilité de cette page en publiant également les articles sur LinkedIn.

LES ACTIONS REDÉFINIES OU REPORTÉES

LANCER UNE FORMATION INTER-ENTREPRISES SUR LES ACCORDS TRANSPARENCES

Après un premier contact avec l'organisme de formation Dixit qui a été partenaire de la formation donnée par Kaplan aux équipes de Mediawan, Kaplan a souhaité développer cet axe pour pouvoir transmettre aux ayants droit ses connaissances en matière de remontées des recettes de production. L'idée était de proposer une formation ouverte à tous types d'ayants droit mais particulièrement centrée sur la question de la rémunération des auteurs, qui est souvent mal comprise du fait de règles complexes et de la difficulté à les traduire clairement dans les calculs. Kaplan n'a cependant pas trouvé un intérêt fort de la part d'un organisme de formation pour proposer cette formule, et il paraissait compliqué de la proposer en dehors du cadre d'une société spécialisée dans la formation.

Objétif 1 Synthèse et Evaluation du Comité

Cette année, le comité a une nouvelle fois souligné l'investissement remarquable de l'équipe dans la mission ainsi que sa cohérence et son intégration dans l'activité opérationnelle. Les membres n'ont pas fait part de remarques particulières sur les actions en elles-mêmes qu'ils trouvent pertinentes et bénéfiques pour le secteur.

Plusieurs interrogations ont tout de même été soulevées. Tout d'abord, par rapport à la mission en elle-même, le comité s'est demandé pourquoi si peu de producteurs faisaient appel à Kaplan pour établir leurs décomptes dans un contexte de complexité légale et de croissance de la production audiovisuelle, et pourquoi les sociétés d'animation et de documentaires étaient si peu représentées dans les clients de Kaplan. La suggestion du comité pour Kaplan a été de concentrer ses efforts sur la sensibilisation et la formation autour de ces problématiques pour réussir à toucher un plus grand nombre de producteurs, la capacité d'absorption de nouveaux décomptes restant limitée au vu de la taille de l'équipe.

Le comité a également recommandé à l'équipe de s'intéresser plus largement aux problématiques européennes d'application de la directive sur le droit d'auteur dans les différents pays de l'UE. Kaplan pourrait être en mesure d'accompagner ces transformations car les nouvelles législations se basent en grande partie sur le droit français que l'équipe connaît bien.

Enfin, dans la présentation du bilan, le comité a souligné un manque d'illustration de l'impact réel des actions de Kaplan sur son environnement et plus largement, sur le secteur. Les objectifs statutaires et opérationnels de la société sont orientés vers le secteur mais les indicateurs, eux, plutôt vers les clients. Le lien entre les deux gagnerait à apparaître plus clairement.

LES NOUVELLES ACTIONS À METTRE EN PLACE

LISTE DES ACTIONS



En lien avec l'évaluation et les différentes recommandations du comité, Kaplan prévoit entre autres de mettre en place ces actions pour l'année à venir (la liste sera amenée à évoluer au fur et à mesure de l'année) :

- 1) Rayonnement de Kaplan :
 - Maintien du contact avec les organisations du secteur
 - Participation à un podcast sur la rémunération des auteurs
- 2) Activité de la société :
 - Envoyer à chaque client une rétrospective détaillée et personnalisée de l'action de Kaplan pour leur société
 - Encourager l'utilisation de l'espace en ligne par les agents
 - Étudier l'extension de l'offre de décomptes

Objectif 2



FAVORISER LE BIEN-ÊTRE AU SEIN DE LA SOCIÉTÉ

-  1. En échangeant régulièrement et en mesurant la satisfaction des salariés sur les sujets suivants : autonomie, partage de la valeur, équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle, évolution, égalité entre les salariés
-  2. En innovant sur les pratiques managériales mises en place au sein de la société

Objectif 2 Tableau des indicateurs

INDICATEURS	2020	2021	2022	2023	Objectifs 2024	Objectifs 2027
Communication LinkedIn						
• Nombre de publications	N/A	N/A	N/A	Publications : 1	Au moins 3	Au moins 9
• Nombre d'impressions par publication				Impressions : 88	+20% par an (106)	+20% par an (152)
Part des salaires dans la valeur ajoutée (en incluant l'équipe dirigeante)						
	66%	65%	83%	66%	Au moins 65%	Au moins 65%
Rapport entre la plus haute et la plus basse rémunération						
	1,92	1,75	1,82	1,82	Au plus 2,2	Au plus 2,2
Enveloppe prévue dans le Budget formation par salarié						
	N/A	1 940 €	1 735 €	2 000 €	2 000 €	2 000 €

Objectif 2 Tableau des indicateurs (Satisfaction)

INDICATEURS	2020	2021	2022	2023	Objectifs 2024	Objectifs 2027
Intérêt des tâches	N/A	N/A	7,3 / 10	7,6 / 10	Au moins 8 / 10	Au moins 8 / 10
Environnement de travail	N/A	N/A	9,3 / 10	9,4 / 10	Au moins 8 / 10	Au moins 8 / 10
Rémunération	N/A	N/A	8,8 / 10	8,6 / 10	Au moins 8 / 10	Au moins 8 / 10
Equilibre vie pro/vie perso	N/A	N/A	10 / 10	9,6 / 10	Au moins 8 / 10	Au moins 8 / 10
Global	N/A	N/A	9 / 10	9,6 / 10	Au moins 8 / 10	Au moins 8 / 10

Objectif 2 Commentaires des indicateurs

PART DES SALAIRES DANS LA VALEUR AJOUTÉE

Rapport entre la somme des salaires et l'ensemble de la valeur ajoutée (richesse produite par l'entreprise). L'équipe a décidé de viser un objectif de 65% au minimum pour la part des salaires dans la valeur ajoutée, car un pourcentage au-dessous de ce seuil représenterait pour Kaplan une trop faible rémunération du travail par rapport au capital.

RAPPORT ENTRE LA PLUS HAUTE ET LA PLUS BASSE RÉMUNÉRATION

Depuis 2020, la plus haute rémunération n'a jamais représenté plus du double de la plus faible rémunération. Chez Kaplan, les salaires étant transparents, il est peu probable de faire apparaître des inégalités trop importantes. L'équipe a décidé pour les prochaines années de limiter les écarts de rémunération à 2,2 fois.

ENVELOPPE PRÉVUE DANS LE BUDGET FORMATION PAR SALARIÉ

Kaplan a décidé de faire figurer dans ses indicateurs l'enveloppe dédiée à la formation pour chaque salarié, plutôt que de faire apparaître le montant utilisé par les salariés pour les formations (comme c'était le cas lors des dernières années). En effet, Kaplan doit encourager les formations en rappelant régulièrement aux salariés qu'ils ont la possibilité d'en suivre, mais chacun est libre de vouloir ou non utiliser son enveloppe.

QUESTIONNAIRE DE SATISFACTION DES SALARIÉS

Le questionnaire a souligné une grosse problématique sur l'intérêt des tâches qui est le score le plus faible du questionnaire et qui semble en plus tendre à diminuer avec l'ancienneté.

De manière générale, les autres questions soulignent une grande satisfaction du modèle « Kaplan », que les salariés se sentent en confiance pour s'exprimer et parlent positivement de la société et de son fonctionnement à l'extérieur.

Objectif 2 Répartition des actions

Ce tableau permet de voir de quelle manière chaque action de l'année répond à chaque objectif opérationnel. Pour rappel, les objectifs opérationnels liés à l'objectif de bien-être au sein de la société sont :

- **échanger** régulièrement et mesurer la satisfaction des salariés sur les sujets suivants: autonomie, partage de la valeur, équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle, évolution, égalité entre les salariés
- **innover** sur les pratiques managériales mises en place au sein de la société

ACTIONS	ECHANGER	INNOVER
Questionnaire de satisfaction salariés	X	
Limiter la multiplicité des réunions		X
Réunions trimestrielles de bien-être	X	X
Politique de formations		X
Formalisation de l'actionariat et de l'association des salariés	X	X
Former un salarié compétent à la santé au travail		X
Aménagement du temps et de l'espace de travail de chacun		X
Veille sur les pratiques managériales	X	X

Objectif 2 Les actions

RECOMMANDATIONS DU COMITÉ 2022

L'année passée, le comité avait salué les initiatives de Kaplan en matière de bien-être des salariés. Les indicateurs se révélaient à ce titre très parlants et positifs, notamment en termes de partage de la valeur entre les salariés et le dirigeant. Le questionnaire de satisfaction des salariés permet d'avoir une bonne mesure de l'impact de Kaplan sur leur bien-être et mérite d'être exploité afin d'améliorer les différents points et en particulier, celui de l'intérêt des tâches.

L'encouragement des formations « soft skills » avait également été souligné comme une action très positive pour les salariés et révélait un goût pour la transmission de sujets transverses tels que l'écoute, la pédagogie et l'organisation.

LES ACTIONS POURSUIVIES EN 2023

RÉUNIONS TRIMESTRIELLES DE BIEN-ÊTRE

Chaque trimestre, les salariés de Kaplan se réunissent sans le dirigeant pour exprimer leur ressenti sur les points suivants : autonomie, rémunération et partage de la valeur, équilibre entre vie professionnelle et personnelle, évolution professionnelle, égalité entre les salariés.

Une première réunion a permis d'aborder frontalement le sentiment récurrent de lassitude et la baisse d'implication du dirigeant dans les décisions opérationnelles. Les conclusions des salariés en début d'année ont été suivies par une volonté du dirigeant de les impliquer davantage dans le futur de la société. Les réflexions ont finalement mené à la décision du dirigeant de se retirer de la société, et de proposer aux salariés sa reprise. La passation de la direction est ainsi devenue un sujet central de l'année ainsi que les adaptations organisationnelles qu'elle impliquait.

POLITIQUE DE FORMATIONS

Kaplan a à cœur de pousser les salariés à suivre des formations. La société a ainsi mis en place dans le budget une enveloppe dédiée à la formation. Chacun a le droit à une part égale de cette enveloppe et peut suivre les formations de son choix (sans que cela ait nécessairement un lien direct avec l'activité). En plus de cela, les collaborateurs se poussent mutuellement à chercher des formations.

Les formations suivies cette année :

- Marcel : Droits d'auteurs et contrats
- Thomas : Comment financer un projet cinéma et télévision

Le nombre de formations suivies ayant été relativement faible, l'équipe redoublera d'effort en 2024 sur ce point.

Objectif 2 Les actions

LES ACTIONS POURSUIVIES EN 2023

LIMITER LA MULTIPLICITÉ DES RÉUNIONS

Les réunions de satisfaction des salariés ont soulevé un problème récurrent de multiplication des réunions à certaines périodes, empiétant sur le travail personnel de chacun et nuisant à l'efficacité. L'équipe a décidé de principes à respecter :

- Tout le monde n'est pas obligé de participer à toutes les réunions
- La réunion doit se limiter au temps prévu
- Chaque réunion est préparée et tenue par un responsable
- Les réunions doivent être conclues par des actions à mettre en place
- Favoriser le traitement de certains points de manière informelle (hors réunion)

LES NOUVELLES ACTIONS MISES EN PLACE

FORMALISATION DE L'ACTIONNARIAT SALARIÉ ET D'UNE ASSOCIATION PLUS POUSSÉE DES SALARIÉS

L'idée d'un actionnariat salarié avait été initiée en 2022 et sa concrétisation a eu lieu en début d'année 2023 sous la forme d'un nouveau pacte d'associés. Cela permet aux salariés le désirant et ayant au moins 18 mois d'ancienneté d'entrer au capital de l'entreprise. L'association plus poussée des salariés s'est finalement traduite par une reprise de la direction de la société par deux salariées, Cathy et Laëtitia, à la suite de l'annonce du dirigeant de sa décision de partir de l'entreprise. La décision de cette reprise a été le fruit d'une réflexion collective.

FORMER UN SALARIÉ COMPÉTENT À LA SANTÉ AU TRAVAIL

D'une part en raison de ses obligations légales mais également dans une démarche de veille au bien-être, au confort et à la sécurité des collaborateurs sur leur lieu de travail, Camille a suivi une formation auprès d'un organisme spécialisé sur le sujet de la médecine du travail. Elle est ainsi chargée de la mise en œuvre des mesures nécessaires pour assurer la sécurité et protéger la santé physique et mentale des travailleurs. Elle a par exemple à ce titre pris la décision d'afficher et d'expliquer aux autres salariés les bonnes pratiques à adopter en matière de positionnement ergonomique face à un écran.

Objectif 2 Les actions

LES NOUVELLES ACTIONS MISES EN PLACE

AMÉNAGEMENT DU TEMPS ET DE L'ESPACE DE TRAVAIL DE CHACUN

La société a été marquée par de très nombreux changements cette année, notamment au niveau de la charte de l'entreprise. La passation de direction a été l'occasion de se repencher sur les grands principes qui avaient été mis en place par le fondateur.

L'équipe a préservé les principes de liberté en les précisant. Par exemple pour le télétravail : chacun peut choisir les moments où il désire travailler ailleurs que dans les locaux (les outils choisis par la société le permettant) sous réserve de prévenir l'équipe, mais la présence au bureau est appréciée pour la cohésion de l'équipe. Chacun est également encouragé (particulièrement le nouvel arrivant) à faire les achats dont il estime avoir besoin pour aménager ou améliorer son espace de travail (une enveloppe dans le budget y est d'ailleurs dédiée). Les projets personnels sont encouragés, tant qu'ils n'empiètent pas sur la charge de travail des autres.

Après en avoir discuté en équipe, Camille est passée en temps partiel pour pouvoir se consacrer à son école de musique. L'équipe s'est adaptée en réorganisant les responsabilités de chacun et en dessinant un nouveau partage des tâches, tout cela dans un contexte d'agrandissement de l'équipe avec l'arrivée de Thomas en septembre.

VEILLE SUR LES PRATIQUES MANAGÉRIALES

La fin de l'année 2023 a été marquée par une profonde réflexion sur les sujets de management pour les deux nouvelles dirigeantes. Un point à aborder en urgence à la fin de l'année a été la politique d'augmentation pour l'année suivante, sujet qui n'avait toujours pas été totalement éclairci et qui restait en suspens. Des recherches sur des exemples de politiques salariales ont permis de proposer aux salariés une méthode de calcul des augmentations, basée sur une part fixe liée à l'ancienneté et une part variable relevant des projets de chacun pour la société et de son implication pour les réaliser.

Objétif 2 Synthèse et Evaluation du Comité

Le comité a particulièrement salué la réflexion de fond de l'équipe sur les sujets de bien-être dans le but de trouver la meilleure adéquation entre satisfaction des salariés et optimisation de l'activité opérationnelle, d'autant plus dans un contexte de bouleversement organisationnel avec le départ du dirigeant.

Cependant, comme pour l'objectif précédent, le comité a remarqué une lacune de Kaplan dans sa manière d'orienter cet objectif vers l'extérieur. Bien que cela soit cohérent par rapport aux objectifs (car la société fournit des efforts pour améliorer constamment la qualité de vie au travail de ses collaborateurs en s'informant sur les différentes pratiques existantes) elle ne partage pas suffisamment sa culture d'entreprise singulière avec d'autres structures du secteur afin de leur faire profiter des enseignements de ce fonctionnement original.

Cet objectif est néanmoins très bien intégré par l'équipe dans ses opérations quotidiennes. Il serait bénéfique de communiquer sur les avantages que la société à mission apporte en tant qu'outil de travail permettant d'apporter à la société des corrections en profondeur.

Concernant les indicateurs, le comité regrette que l'utilisation du budget formation par salarié ait été modifiée car, même s'il comprend la démarche de Kaplan de mettre ces fonds à disposition sans contraindre les salariés à l'utiliser, il est de la responsabilité de l'employeur de pousser cela pour le bien-être de l'équipe.

Enfin, les objectifs de satisfaction devraient être mis au défi plutôt que de chercher à maintenir une note de 8/10 pour tous qui semble trop facile à atteindre, pour ne pas perdre de vue cette recherche constante d'une optimisation de la satisfaction des collaborateurs et tous les questionnements qui doivent en découler.

LES NOUVELLES ACTIONS À METTRE EN PLACE

LISTE DES ACTIONS



En lien avec l'évaluation et les différentes recommandations du comité, Kaplan prévoit entre autres de mettre en place ces actions pour l'année à venir (la liste sera amenée à évoluer au fur et à mesure de l'année) :

- 1) Adaptation du management à la nouvelle équipe afin de maintenir le bien-être des collaborateurs :
 - Adaptation des domaines de responsabilités de chacun en fonction des aptitudes personnelles
 - Encourager les salariés à lisser leur charge de travail sur l'année en mettant en place des objectifs trimestriels
- 2) Nouvelles idées :
 - Création d'une enveloppe (sport ou autre) pour veiller au bien-être de chacun
 - Sensibilisation aux risques psychosociaux et au travail sur écran
 - Souscription aux titres restaurants EKIP

Objectif 3



DÉFENDRE LA PRISE EN COMPTE DES CRITÈRES SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX DANS LES DÉCISIONS STRATÉGIQUES DE LA SOCIÉTÉ ET DES ENTREPRISES DU SECTEUR

1.  En sensibilisant ses clients à la mise en place de bonnes pratiques RSE
2.  En suivant régulièrement les pratiques au sein de l'entreprise afin de réduire au maximum son empreinte environnementale

Objectif 3 Tableau des indicateurs

INDICATEURS	2020	2021	2022	2023	Objectifs 2024	Objectifs 2027
Communication LinkedIn						
• Nombre de publications	N/A	N/A	N/A	Publications : 6	Au moins 3	Au moins 9
• Nombre d'impressions par publication				Impressions : 725	+20% par an (870)	+20% par an (1253)
Participation à des actions de sensibilisation						
	0	0	3	2	Au moins 2	Au moins 2
Bilan des émissions de CO2 (en tonnes par an)						
	N/A	N/A	11	16	13	11
Nombre d'actions mises en place en interne						
	N/A	N/A	N/A	12	Au moins 3 nouvelles actions	Au moins 3 nouvelles actions

Objectif 3 Commentaires des indicateurs

BILAN DES ÉMISSIONS DE CO2 (EN TONNES)

Kaplan fait appel depuis 2 ans à la société SAMI pour réaliser son Bilan Carbone. Le bilan des émissions carbone a augmenté de 37,93% (de 11,6T à 16T équivalent CO2) en raison d'une augmentation des dépenses pour les locaux due à une hausse de la consommation de gaz pour le chauffage et d'une hausse des dépenses d'honoraires. Pour rappel, l'objectif l'an dernier était de baisser d'au moins 1,4T de CO2 le bilan en diminuant les dépenses liées au chauffage notamment. Pour répondre à cette problématique, Kaplan a décidé en 2023 de changer de fournisseur de gaz pour passer sur une offre 100% biogaz. Cependant, le choix du fournisseur ne joue pas sur les émissions. Face à cette augmentation, du recul et une réflexion sur les actions à mettre en place seront nécessaires afin d'ajuster le résultat de 2023.

PARTICIPATION À DES ACTIONS DE SENSIBILISATION

Cette année, l'équipe a participé à plusieurs actions (plus détaillées dans la suite du rapport) :

- Fresque du film
- Assises de l'écoproduction

NOMBRE D' ACTIONS MISES EN PLACE EN INTERNE

Après le calcul du bilan carbone, un ensemble d'actions sont proposées par SAMI pour améliorer le score de Kaplan. Cependant, la société a choisi cette année d'établir elle-même son plan d'action directement sur la plateforme du partenaire. Depuis cette année, cette dernière permet en effet également de déterminer différentes échéances et estimer le potentiel de réduction par action. Le plan est cette année axé sur la maîtrise des dépenses énergétiques et la sobriété numérique ([cf liste en annexe](#)).

De plus, l'équipe s'est fixée comme objectif de maintenir un rythme de 3 nouvelles actions par an. Ce nombre est bien inférieur au nombre d'actions mises en place cette année car beaucoup de ces dernières nécessitent un suivi constant sur plusieurs années. Le nombre d'action est donc cumulatif.

Objectif 2 Répartition des actions

Ce tableau permet de voir de quelle manière chaque action de l'année répond à chaque objectif opérationnel. Pour rappel, les objectifs opérationnels liés à l'objectif de prise en compte des critères sociaux et environnementaux sont :

- **sensibiliser** ses clients à la mise en place de bonnes pratiques RSE
- suivre régulièrement les **pratiques** au sein de l'entreprise afin de réduire au maximum son empreinte environnementale

ACTIONS

SENSIBILISER

PRATIQUES

Participer aux Assises de l'écoproduction

X

X

Chiffrage des émissions carbone

X

Faire appel au maximum à des fournisseurs intégrant des bonnes pratiques

X

X

Mettre en place les actions suggérées par SAMI

X

Plan de communication

X

S'insérer dans l'écosystème d'acteurs engagés et adhésion à Ecoprod

X

X

Participation à une fresque du film

X

Amélioration de l'isolation des locaux

X

Voir s'il est intéressant de suivre une formation carbone pour ne plus avoir besoin de faire appel à SAMI

X

Encourager la création d'une convention des entreprises pour le climat dans l'audiovisuel suite à la convention citoyenne de l'année passée

X

Objectif 3 Les actions

RECOMMANDATIONS DU COMITÉ 2022

Le comité avait salué l'évolution notable dans les actions mises en place. Ils attribuaient ce saut qualitatif à la précision du coaching carbone avec SAMI qui avait permis à leur sens d'avoir des outils et des indicateurs mesurables. Le calcul carbone devait ainsi permettre d'identifier les principaux postes émetteurs de carbone.

Il avait également été souligné que le principe du plan d'action était un excellent outil pour identifier des leviers d'action face aux émissions.

Enfin, la notion de plan d'action renvoyait également à l'idée de trajectoire à suivre dans le temps.

Le comité avait senti et souligné un réel engagement de la part de l'équipe : « exemplaire », « inspirant », « remarquable »...

LES ACTIONS POURSUIVIES EN 2023

PARTICIPER AUX ASSISES DE L'ÉCOPRODUCTION

Après avoir rencontré plusieurs acteurs engagés en faveur d'une transition écologique dans le secteur en 2022 (notamment Ecoprod et Secoya), Kaplan a travaillé cette année à maintenir les liens créés. C'est dans ce cadre que l'équipe a participé aux assises de l'écoproduction organisées par l'association Ecoprod qui œuvre en faveur d'une plus grande prise en compte des critères environnementaux dans le secteur audiovisuel. Ce fut l'occasion de s'informer sur les nouvelles actions, pratiques, et sur l'actualité.

FAIRE APPEL AU MAXIMUM À DES FOURNISSEURS INTÉGRANT DES PRATIQUES RSE DANS LEUR STRATÉGIE (DONT LA BANQUE)

Dans le cadre du plan d'action de l'année 2023 en vue de baisser ses émissions, le choix des fournisseurs a été un axe important. Le principal poste émetteur en 2022 était déjà le chauffage. C'est pourquoi Kaplan a changé d'abonnement pour passer chez le fournisseur d'énergie renouvelable Ekwater pour une offre 100% biogaz.

Une autre réflexion a porté sur le changement de banque pour déplacer ses comptes vers une banque à haute valeur environnementale.

Objectif 3 Les actions

LES NOUVELLES ACTIONS MISES EN PLACE

PLAN DE COMMUNICATION (OBJECTIF 3)

La communication dans le cadre de l'objectif 3 est un pilier important des actions mises en place car elle permet de s'inscrire dans l'effort de sensibilisation sur les problématiques environnementales, nécessaire à la prise de conscience et aux changements des comportements. Pour cela, la communication de Kaplan s'est concentrée sur la collaboration avec SAMI, plateforme de calcul de bilan carbone, grâce à un post sur les résultats du bilan carbone et un autre sur les actions à mettre en place, leur engagement en tant qu'adhérent Ecoprod et leur participation à la fresque du climat.

PARTICIPATION À UNE FRESQUE DU FILM

La Fresque du Film est un jeu participatif au cours duquel, durant trois heures, les joueurs doivent déterminer les liens de causes à effets de la production cinématographique sur le réchauffement climatique. Cet atelier a été l'occasion d'approfondir les connaissances acquises au cours de la Fresque du Climat réalisée par l'équipe en 2022, et dont la Fresque du Film est dérivée.

S'INSÉRER DANS L'ÉCOSYSTÈME D'ACTEURS ENGAGÉS EN ADHÉRANT À ECOPROD

Pour pouvoir se faire une place dans l'écosystème d'acteurs engagés sur les thématiques environnementales, une première étape a été de rencontrer ceux qui sont déjà à l'œuvre dans le secteur. Deux rencontres ont été organisées afin de créer un contact :

- Mathieu Delahousse, cofondateur et DG de Secoya Tournage
- Pervenche Beurrier, DG d'Ecoprod. Cette rencontre s'est faite dans la démarche d'adhésion à Ecoprod.

Objectif 3 Les actions

LES ACTIONS REPORTÉES OU REDÉFINIES

AMÉLIORATION DE L'ISOLATION DES LOCAUX

Kaplan a souhaité œuvrer pour l'amélioration de l'isolation de ses locaux en engageant une discussion avec un menuisier pour remplacer la porte et les fenêtres du bureau. Cependant, il s'est avéré que les problèmes d'isolation provenaient du mur des locaux de la société qui était très mal isolé. En tant que locataire, Kaplan n'est malheureusement pas en mesure d'améliorer ce point.

VOIR S'IL EST INTÉRESSANT DE SUIVRE UNE FORMATION CARBONE POUR NE PLUS AVOIR BESOIN DE FAIRE APPEL À SAMI

Malgré l'avis du comité sur l'importance et la qualité du bilan carbone Sami, cette idée a été évoquée et discutée dans l'équipe. Elle a cependant rapidement été mise de côté car il ne s'agit pas du domaine de compétence de Kaplan, qu'aucun employé ne désirait le faire et qu'il était complexe de dégager assez de temps pour avoir un résultat comparable et aussi documenté que le rapport Sami.

ENCOURAGER LA CRÉATION D'UNE CONVENTION DES ENTREPRISES POUR LE CLIMAT DANS L'AUDIOVISUEL DANS LA CONTINUITÉ DE LA CONVENTION CITOYENNE DE 2022

La Convention des Entreprises pour le Climat est un parcours s'étalant sur une année avec environ 6 sessions au cours desquelles des dirigeants d'entreprises se rencontrent pour penser la transformation vers un modèle d'entreprise « régénérative ». Après une première édition en 2022, un parcours thématique dédiée à l'audiovisuel a été annoncée fin 2023. Bien que le processus soit en total cohérence avec les ambitions de Kaplan, l'implication nécessaire à la participation aurait manqué du fait de la prise de poste des deux nouvelles dirigeantes, mobilisées sur la passation.

Objétif 3 Synthèse et Evaluation du Comité

Le comité a une nouvelle fois salué la dévotion de l'équipe et la pertinence des actions mises en place.

Cependant, le comité a souligné un manque le lien clair entre les objectifs et les indicateurs de suivi. Les membres ont ainsi suggéré à Kaplan de s'intéresser aux notions d'impact pour l'année à venir afin d'intégrer dans sa stratégie la mesure de son influence aussi bien sur les parties prenantes de la société que sur son environnement plus large.

Enfin, le comité a fait plusieurs recommandations à l'équipe dans la présentation de son action :

- Montrer l'impact des décisions prises sur l'équipe au jour le jour (baisse du chauffage, refus presque systématique des contenants jetables lors de l'achat de plats à emporter...)
- Continuer à s'intéresser à la CEC
- Mieux appréhender nos trajectoires de réduction carbone en se documentant sur les trajectoires de réductions calculées par le Science Based Target
- Ne pas délaissier cet objectif et y apporter plus d'actions concrètes.

LES NOUVELLES ACTIONS À METTRE EN PLACE

LISTE DES ACTIONS

En lien avec l'évaluation et les différentes recommandations du comité, Kaplan prévoit entre autres de mettre en place ces actions pour l'année à venir (la liste sera amenée à évoluer au fur et à mesure de l'année) :

- Rencontrer de nouveaux acteurs engagés
- S'informer sur les labels verts du secteur
- Souscription aux Titres restaurants EKIP
- Mettre en place les écogestes de la sobriété numérique en entreprise
- Optimiser la réception et l'envoi de mails
- Mettre en place une politique « Corporate owned, personally enabled »
- Proposer l'arrondi sur salaires aux employés

PROCHAINES ÉTAPES

Cette année, le comité a unanimement salué la mission de Kaplan et son intégration dans les opérations quotidiennes de l'équipe. Le comité a à ce titre souligné que « l'ambition de Kaplan est vertueuse et réaliste et fait l'objet de maintes réflexions au sein de l'entreprise ».

2022 était une année de recherches sur la façon d'intégrer au mieux la mission à la culture d'entreprise de Kaplan, 2023 celle de la consolidation des bonnes pratiques et d'une réflexion sur une stratégie davantage tournée vers l'extérieur.

Au vu des nombreux changements dans la société cette année, de l'évaluation du comité et des recommandations de l'OTI, 2024 devra être tournée vers la notion d'impact. Kaplan a compris comment mener des actions d'ampleur tout en restant pertinent par rapport au cœur de son business. Le plus gros chantier est donc maintenant de consolider cette stratégie en travaillant sur une bonne osmose entre les actions, les objectifs et les indicateurs. Pour cela, l'équipe doit étudier son impact sur son environnement et le secteur de manière générale et se donner les moyens de pouvoir le mesurer.

L'équipe tient également à mettre en place deux nouveaux chantiers d'envergure cette année. Avec le départ de l'ancien dirigeant et les nombreux changements de postes des membres du comité, l'équipe réfléchit actuellement à une nouvelle composition de ce dernier.

Enfin, la société réfléchit à une réorientation de sa propre stratégie et de son modèle économique. La mission ne devra pas être perdue de vue et devra rester un point d'ancrage pour les réflexions à venir.

L'équipe aborde en tout cas cette année avec de grandes ambitions et une détermination inébranlable.

Toute l'équipe tient à remercier toutes les personnes ayant pris part d'une manière ou d'une autre à la mission de Kaplan et en particulier le comité dont les conseils permettent de s'améliorer d'années en années.

Merci d'avoir parcouru ce rapport jusqu'au bout !

Annexes : Plan d'action SAMI

Locaux	Statut	Échéance	Potentiel
Adopter les pratiques pour diminuer votre consommation de chauffage	À faire	2025	-0,4 tCO2
Adopter une politique d'achat de fournitures de bureau bas-carbone	À faire	2025	< -0,1 tCO2
Réduire la consommation d'électricité liée à l'éclairage	À faire	2026	< -0,1 tCO2
S'approvisionner en énergie bas-carbone	En cours	2024	-2 tCO2
Réaliser un diagnostic énergétique de vos bâtiments	En cours	2024	Sensibilisation
Transférer les comptes bancaires de l'entreprise vers une banque à haute valeur environnementale	En cours	2024	Sensibilisation
Maîtriser la consommation énergétique de vos sites	Terminée	2024	-0,5 tCO2

Hébergement et restauration	Statut	Échéance	Potentiel
Réduire l'impact lié à l'hébergement de vos collaborateurs	À faire	2026	Sensibilisation
Proposer des menus végétariens à vos collaborateurs	Terminée	2024	-0,7 tCO2

Annexes : Plan d'action SAMI

Achats numériques	Statut	Échéance	Potentiel
Mettre en place les éco-gestes de la sobriété numérique en entreprise	À faire	2024	< -0,1 tCO2
Optimiser la réception et l'envoi de mails	À faire	2024	À paramétrer
Donner une seconde vie à vos équipements informatiques	À faire	2027	0 tCO2
Mettre en place une politique "Corporate owned, personally enabled"	En cours	2024	Sensibilisation
Sélectionner des data centers approvisionnés en énergie bas-carbone	En cours	2025	< -0,1 tCO2
Sélectionner des data centers à haute efficacité énergétique	En cours	2025	À paramétrer
Privilégier l'achat ou la location de matériel IT reconditionné	Terminée	2026	< -0,1 tCO2
Continuer à être vigilant sur les volumes de données	Terminée	2027	Sensibilisation
Encourager l'utilisation d'un seul ordi pro/perso	Terminée	2027	Sensibilisation

Annexes : Plan d'action SAMI

 Sensibilisation	Statut	Échéance	Potentiel
Proposer l'arrondi sur salaire à vos employés	 À faire	2024	Sensibilisation
S'engager avec vos fournisseurs	 En cours	2026	À paramétrer 
Organiser un team building à impact	 Terminée	2023	Sensibilisation
Communiquer votre Bilan Carbone pour sensibiliser vos clients et partenaires	 Terminée	2023	Sensibilisation
Organiser une fresque du climat - Atelier en équipes pour comprendre le changement climatique	 Terminée	2024	Sensibilisation
 Sensibilisation à l'impact des régimes alimentaires carbonés et réduire l'impact des Snacks	 Terminée	2024	Sensibilisation
 Sensibiliser à l'importance du bilan carbone	 Terminée	2024	Sensibilisation

kaplan

**Plus d'informations sur
www.kaplan.media**

Retrouvez nous également sur

