

8^e BAROMÈTRE

PORTRAIT DES SOCIÉTÉS À MISSION 2024



Edito

Comme chaque année depuis 2019, l'Observatoire des sociétés à mission publie un portrait des entreprises à mission recensées. Cette édition confirme la **grande diversité des sociétés** qui se dotent de la qualité, en termes de taille, d'ancienneté, de secteur d'activité, de territoire ou encore de formulation de la mission. En effet, le cadre de la mission **peut s'appliquer à tous les types d'entreprises**, donnant une nouvelle boussole à l'ensemble des parties prenantes, de l'actionnaire au client, du salarié au fournisseur, pour un alignement collectif au service de la construction de l'économie de demain et de la robustesse de l'entreprise.

Ce 8^e baromètre présente l'état des lieux des sociétés à mission au terme de 6 années d'existence¹ de ce cadre juridique, avec un éclairage sur la promotion 2024 en comparaison des précédentes. En dépit du contexte politique, économique et diplomatique, **la dynamique se poursuit** entre pionnières, natives et néo-convaincues.

Face à cet outil récent qu'est la qualité de société à mission, un observatoire est indispensable pour apporter un éclairage objectif, quantitatif et qualitatif sur :

- la manière dont le monde économique s'empare de l'outil,
- comment il se diffuse dans la culture de l'entreprise,
- les transformations qu'il favorise à l'échelle de l'entreprise, de son secteur d'activité puis à l'échelle de toute l'économie.

Ces travaux s'appuient sur des **synergies** entre les acteurs et actrices de la Communauté des entreprises à mission (CEM), le monde de la recherche académique et l'implication de dirigeants d'entreprises qui viennent contribuer aux différents groupes de travail, pour allier partage d'expériences de terrain et analyses critiques.

2024 marquait les **5 ans de la loi PACTE**. Ce fut l'occasion pour la Communauté des entreprises à mission de réunir plus de 1000 personnes lors de son congrès de mai. Les conférences et tables rondes ont permis de partager la réalité vécue par les entreprises à mission et de tirer des premiers bilans de cette mobilisation au service d'une nouvelle société, à travers des démarches individuelles qui viennent nourrir un mouvement collectif.

En 2025, nous continuerons de mettre en avant une dynamique qui ne se dément pas, **à l'heure où le cap des 2000 sociétés à mission vient d'être franchi**. Les travaux de recherche en cours et à venir permettront d'aller encore plus loin dans la compréhension des transformations internes et externes à l'entreprise.

Toute l'équipe de la Communauté des entreprises à mission vous souhaite une bonne lecture.

Valérie Brisac

Directrice générale de la Communauté des entreprises à mission

Mars 2025



¹ La loi PACTE a été promulguée en mai 2019 et les décrets d'application sont parus entre janvier 2020 et mai 2021

Table des matières

p.4	Le cadre juridique de la mission
PARTIE 1	Analyse quantitative de la dynamique des sociétés à mission entre 2019 et 2024
p.6	Une dynamique qui se poursuit
p.7	Une ancienneté des sociétés à mission très variable
p.8	Des sociétés à mission de toute taille
p.9	D'autres marqueurs de la diversité des sociétés à mission
p.10	Une répartition par secteur d'activité qui se confirme
p.12	Les dynamiques territoriales
p.14	Focus sur les régions hexagonales
p.15	La promotion 2024 en détails
p.16	La mission, matière vivante dans le temps
p.17	Témoignages d'entreprises ayant connu au moins 2 vérifications OTI
PARTIE 2	Un éclairage sur la gouvernance de la mission à travers l'œil des chercheurs
p.20	Le projet OSMosis
p.21	Premier portrait des comités de mission

Méthodologie

L'architecture de ce baromètre est similaire à celle des précédents baromètres, analysant la dynamique à travers le prisme de plusieurs indicateurs: nombre de sociétés à mission recensées, nombre de salariés concernés, typologie des sociétés à mission en termes de date de création et de secteurs d'activités, répartition par territoires, éclairages grâce au regard de la recherche.

La comparaison de certaines données avec les précédents baromètres est cependant à nuancer en raison de certains paramètres qui ont évolué:

- Les données présentées sont essentiellement des planchers car le recensement des sociétés à mission n'est pas exhaustif; ce recensement est le fruit du partenariat riche avec le Conseil national des greffiers des tribunaux de commerce (CNGTC), de la veille des acteurs et actrices de la CEM et, enfin, des échanges que nous avons avec les membres de la Communauté.

- La catégorie des entreprises était fondée jusqu'en 2023 (baromètres 1 à 7) sur le seul critère du nombre de salariés. Les catégories analysées dans ce baromètre n°8 correspondent à la classification de l'INSEE en fonction du nombre de salariés, du chiffre d'affaires et du bilan sur la base du panorama 2022.

- Certaines entreprises sont radiées ou renoncent volontairement à la qualité de société à mission et n'apparaissent donc plus, ce qui peut expliquer certaines variations.

- Le recensement annuel prend en compte la date de l'assemblée générale lors de laquelle la mission a été inscrite dans les statuts. Le temps que les entreprises déposent leurs statuts auprès d'un greffe de tribunal de commerce², nous n'avons pas encore connaissance de manière exhaustive des entreprises à mission de l'année 2024³.

Les données présentées ont été arrêtées au 31 janvier 2025 et concernent toutes les entreprises ayant voté l'adoption de leur mission avant le 31 décembre 2024.

Sources

[Données de l'Observatoire des sociétés à mission](#)
[Bilan national des entreprises, Janvier-Décembre 2024, CNGTC](#)
[Les créations d'entreprises en 2024, INSEE](#)
[Panorama de l'appareil productif en 2022, INSEE](#)

² Sur l'échantillon actuel, la durée moyenne entre l'adoption de la qualité et le dépôt des statuts est de 40 jours, alors que le délai réglementaire est de 1 mois.

³ Typiquement, pour l'année 2023, le baromètre n°7 annonçait 1490 sociétés à mission. Ce chiffre est estimé à 1586 aujourd'hui.

Cadre juridique

Qu'est-ce qu'une société à mission ?

La qualité de société à mission, introduite par la loi PACTE promulguée en mai 2019, constitue un modèle qui cherche à orienter le pouvoir de transformation des entreprises vers la résolution des enjeux sociaux et environnementaux du 21^e siècle, alliant volontarisme et exigence.

Pour devenir « société à mission »

1. L'entreprise doit se doter :

- d'une raison d'être liée à son activité (définissant l'identité de l'entreprise, son utilité à la société en général et le futur qu'elle souhaite contribuer à bâtir) et qui lui est propre ;
- d'objectifs contributifs aux enjeux sociaux et environnementaux qu'elle souhaite adresser dans le cadre de son activité ;
- d'une gouvernance dédiée au suivi exclusif de l'exécution de la mission et qui la fait vivre dans le temps (comité de mission ou éventuellement, pour les entreprises de moins de 50 salariés, un référent de mission).

L'inscription statutaire de ces 3 éléments permet d'aligner les dirigeants, les salariés, les actionnaires, mais aussi les éventuels fournisseurs et clients, sur l'intégration d'objectifs sociaux et environnementaux au cœur du modèle d'affaires de l'entreprise.

2. La qualité de société à mission doit ensuite être déclarée sur le site du guichet unique des formalités des entreprises avec le dépôt des statuts : formalites.entreprises.gouv.fr, pour publication au registre national des entreprises (RNE) et au Registre du Commerce et des Sociétés (RCS) et mention sur l'extrait K ou K-Bis. Les mutuelles à mission sont exemptées de cette déclaration.

Pour le rester, en faisant vivre sa mission

Une fois la qualité acquise, la société à mission doit respecter les conditions suivantes :

3. S'assurer que le comité de mission peut exercer pleinement ses prérogatives : pour ce faire, le comité procède à toute vérification qu'il juge opportune et se fait communiquer tout document nécessaire au suivi de l'exécution de la mission. Le comité présente annuellement un rapport de mission en assemblée générale.

4. Choisir un organisme tiers indépendant (OTI) qui vérifie l'exécution des objectifs statutaires sociaux et environnementaux.

Cette vérification donne lieu à un avis joint au rapport annuel du comité de mission, publié sur le site internet de la société et qui demeure accessible publiquement pendant au moins cinq ans.

La perte de la qualité

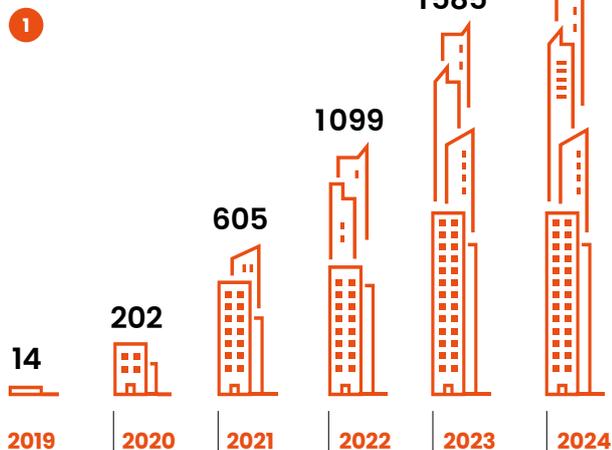
La qualité peut se perdre, soit par renoncement de l'entreprise en supprimant la mission des statuts, soit par décision du tribunal de commerce pour non-respect des engagements légaux mentionnés ci-dessus ou non atteinte des objectifs fixés.



Partie 1

**Analyse quantitative
de la dynamique des sociétés
à mission entre 2019 et 2024**

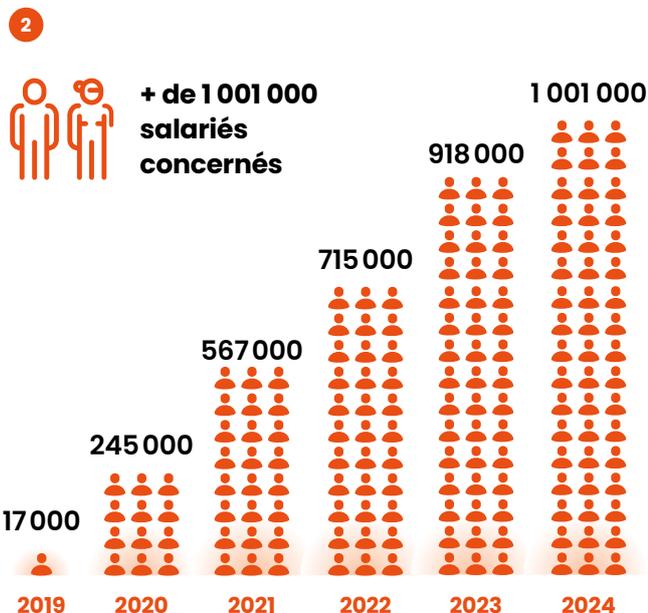
NOMBRE DE SOCIÉTÉS À MISSION à fin 2024



1961 sociétés à mission en 2024, une dynamique qui se poursuit

Le nombre d'entreprises à mission a plus que triplé en 3 ans, quasiment doublé en 2 ans, et présente une croissance à deux chiffres sur 1 an. A noter que depuis 2021, le 2^e trimestre est toujours celui qui voit le plus de votes de mission se réaliser, ce qui est cohérent avec la tenue des assemblées générales validant les comptes annuels. On rappelle que c'est la date de tenue de l'assemblée générale qui est prise en compte dans cette répartition.

NOMBRE DE SALARIÉS en 2024 travaillant dans une société à mission ou dans un groupe dont la maison-mère est société à mission.



Plus d'un million de personnes travaillent aujourd'hui dans une entreprise à mission ou dans un groupe dont la maison-mère est à mission

Ce graphique mis à jour chaque année recense le nombre de personnes qui sont concernées par une mission. Dans un groupe dont la maison-mère est devenue société à mission, c'est l'ensemble des collaborateurs qui viennent contribuer au quotidien à la réalisation des objectifs sociaux et/ou environnementaux et ainsi à l'impact souhaité sur la société en général. Ce sont principalement les entreprises **NGE Transition** (BTP), les groupes **Duval** (immobilier) et **Holder** (agroalimentaire), ainsi que les groupes du médico-social **Vivalto Vie** et **Domidep**, qui ont le plus contribué à cette croissance en 2024.

Une ancienneté des sociétés à mission très variable

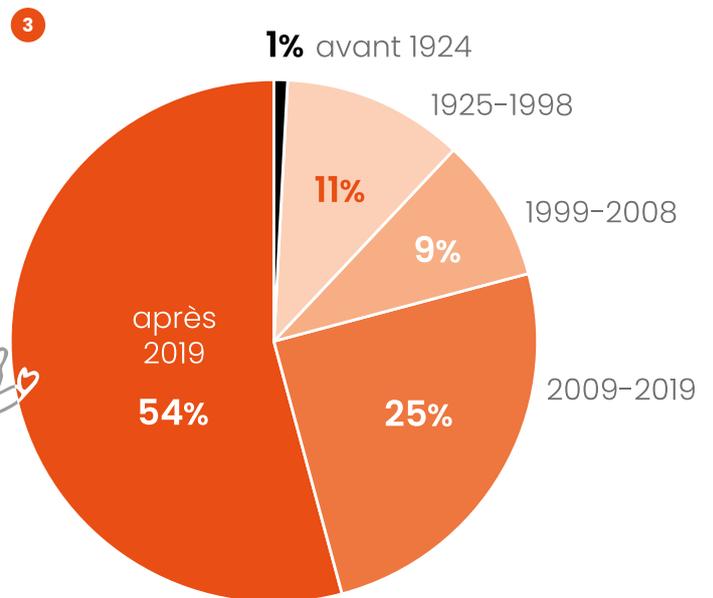
46% des entreprises à mission ont été créées avant la promulgation de la loi PACTE le 22 mai 2019, dont certaines ont plus de 100 ans d'ancienneté, et 54% créées après la promulgation. Cependant, ces dernières ne sont pas toutes « mission-native », au sens où elles se sont créées avec une mission dans leurs statuts constitutifs. En effet, sur les 1961 sociétés à mission recensées entre 2019 et 2024, **30% ont intégré une mission dès leur création**, ce qui est donc inférieur au ratio de 54% de sociétés à mission créées après 2019. En 2024, on peut **par exemple** citer le Fils d'Informations Libraires, Editeurs, Auteurs (**FILEAS**) qui s'est créé à mission pour permettre aux auteurs de suivre les statistiques de vente de leurs ouvrages. Cette proportion monte à 34% pour une adoption de la qualité au plus tard dans les 6 mois suivant la création.

La moyenne d'âge d'une société à mission est ainsi de **12,2 années** et la médiane est de **5 années** (ce qui rejoint l'analyse du graphique précédent).

Focus sur les sociétés à mission centenaires

Parmi les sociétés à mission créées avant 1924, on retrouve des entreprises du milieu **agroalimentaire** comme **Dammann Frères**, **Danone**, **Sabarot Wassner**, **Nature & Aliments** ou **Michaud Apiculteurs**, de la **restauration** avec **l'auberge Pont de Collonges (Paul Bocuse)**, de **l'assurance** ou de la **prévoyance** comme **Wakam – la parisienne** ou la mutuelle **CARAC**, des **transports** avec la **Compagnie des transports strasbourgeois**, de **l'édition** avec **Bayard**, de **l'industrie** avec **Cristel** (voir témoignage p. 17), de **l'habillement** avec **Aigle**, le **BTP** avec **Charier** ou encore **l'audit** et le **conseil** avec **KPMG**. À noter que **La Poste** est également une structure multi-centenaire depuis la création des premiers relais de poste en 1477, mais a connu plusieurs changements de formes juridiques pour devenir une SA en 2010.

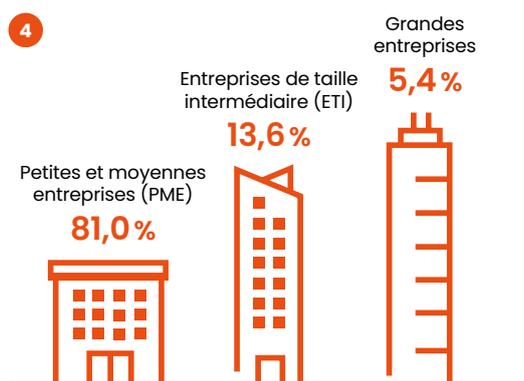
RÉPARTITION DES SOCIÉTÉS À MISSION PAR DATE DE CRÉATION



Des sociétés à mission de toute taille

Dans les 7 premiers baromètres, les entreprises étaient classées uniquement selon le nombre de salariés. Dans ce 8^e baromètre, nous reprenons la classification de l'INSEE, en prenant en compte le nombre de salariés, le bilan et le chiffre d'affaires³, via l'API SIRENE 3.11. Le panorama est le suivant⁴:

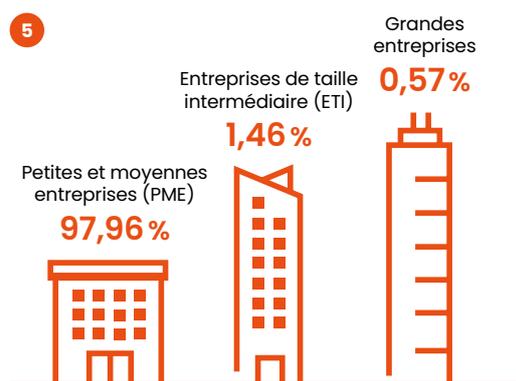
RÉPARTITION DES SOCIÉTÉS À MISSION PAR CATÉGORIE D'ENTREPRISE



Le constat d'une grande diversité de tailles de société à mission persiste en 2024, avec **une part plus importante des grandes entreprises (GE) et des entreprises de taille intermédiaire (ETI)** que dans le reste de l'économie française. On note une croissance de 22,5% du nombre de GE à mission et de 20,4% du nombre des ETI à mission, alors que leur nombre à l'échelle de l'économie française n'a augmenté respectivement que de 6,7% et 10,3%.

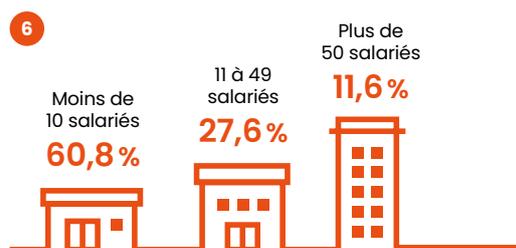
Outre les principales grandes entreprises et ETI citées page 6, on peut mentionner dans la promotion 2024 les entreprises **ÉS (Electricité de Strasbourg)** et **Solarhona** dans le domaine de **l'énergie**, **Daregal, Nutrition & Santé, Charles & Alice** ou **Nutrisens** dans le domaine **agroalimentaire**, le groupe **Cofidis** et plusieurs de ses filiales dans le domaine de **l'assurance** et de la **banque**, ou encore les groupes **Advens** et **Constellation** dans le **numérique**. À noter que deux **sociétés d'économie mixte** ont rejoint la dynamique: **AREC Occitanie** et **Équipement du Pays d'Aix**.

RÉPARTITION DES UNITÉS LÉGALES EN FRANCE PAR CATÉGORIE



Rappelons que les GE et les ETI représentent en France 53,2% des effectifs salariés en France et 57,8% de la valeur ajoutée (données INSEE 2022). La transformation progressive de l'économie française passe donc nécessairement par l'engagement des structures les plus importantes. Cependant, l'engagement des structures plus petites est réel et démontre que la volonté de contribuer au bien commun est indépendante du chiffre d'affaires et des moyens disponibles pour agir. Sous l'impulsion de différentes parties prenantes, la culture d'entreprise autour de la mission peut se diffuser quelle que soit la taille de la structure.

RÉPARTITION PAR NOMBRE DE SALARIÉS DES 1299 PME À MISSION



³Pour rappel, l'INSEE définit:

- une micro-entreprise: moins de 10 salariés & un chiffre d'affaires ou un bilan inférieur à 2M €
 - une petite ou moyenne entreprise (PME): moins de 250 salariés & un chiffre d'affaires inférieur à 50M € ou un bilan inférieur à 43M €
 - une ETI: moins de 4999 salariés & un chiffre d'affaires inférieur à 1.5Md € ou un bilan inférieur à 2.Mds €
 - une GE: les autres entreprises

⁴Les données INSEE disponibles à date concernent l'année 2022; les entreprises créées depuis le 01/01/2023 ne sont pas encore catégorisées.

D'autres marqueurs de la diversité des sociétés à mission

Cette année, nous avons choisi de mettre en lumière d'autres caractéristiques des sociétés à mission, permettant d'apporter d'autres éclairages sur leur diversité :

Family Business Network (FBN) recense les entreprises familiales au sens de la définition suivante :



- La majorité des votes est dans la possession de la personne physique qui a fondé l'entreprise, dans la possession de la (des) personne(s) physique(s) qui ont acquis leur part de capital ou dans la possession de leurs époux, parents, enfants ou descendants de leurs enfants.
- La majorité des votes peut être directe ou indirecte.
- Au moins un représentant de la famille est impliqué dans le management ou l'administration de l'entreprise.
- Les entreprises cotées rentrent dans la définition de l'entreprise familiale si la personne qui a fondé ou acquis l'entreprise ou sa famille ou ses descendants possèdent 25% des droits de vote.

Ainsi, **52 sociétés à mission familiales** ont été identifiées dans le panorama actuel, telles que le Groupe **Bel**.

L'économie sociale et solidaire (ESS) s'appuie sur le cadre juridique introduit par la loi du 31 juillet 2014 et concerne les structures qui mettent la quête d'utilité sociale au cœur de leur activité, ce qui rejoint l'ambition de la dynamique des sociétés à mission. Mutuelles, coopératives, associations, entreprises

à lucrativité limitée sont les structures concernées. On dénombre aujourd'hui **175 sociétés à mission** (soit 9%) dont le K-Bis mentionne l'appartenance à l'ESS ou dont la forme juridique s'y rapporte. Il y a en particulier **12 mutuelles** (dont **Mutuale**) et **24 coopératives** (dont le **Crédit Agricole Normandie-Seine** ou la **coopérative les Architecteurs**).

Parmi les 175, **39** sont labellisées « **entreprise solidaire d'utilité sociale** » (ESUS). À noter que les associations à mission, ne relevant pas de la loi PACTE, ne sont pas référencées à ce jour.

Le label **B Corp** est un mouvement mondial porté par B Lab dans le but de changer les systèmes économiques au service de la transition écologique et sociale. En partenariat avec B Lab France, environ **160** sociétés à mission ont été identifiées comme certifiées B Corp (soit une augmentation de 60% par rapport à 2023).



De nombreux groupes se sont emparés du modèle de la société à mission (comme en 2024 pour **Altyn**, **Elmy** ou **Winninvest**), avec des stratégies différentes. On recense 87 **holdings** qui ont adopté la qualité. Parfois, l'ensemble des filiales ont adopté la mission de la maison-mère, parfois la mission s'applique à toutes les filiales sans qu'elles ne changent leurs statuts. Il arrive également que plusieurs filiales d'un groupe adoptent leur propre mission, sans que la maison-mère ne devienne société à mission. On rappelle l'existence du **livret** intitulé «Élaboration et activation de la mission au sein de groupes comprenant une ou plusieurs sociétés à mission» produit par la CEM.

Une répartition par secteur d'activité qui se confirme

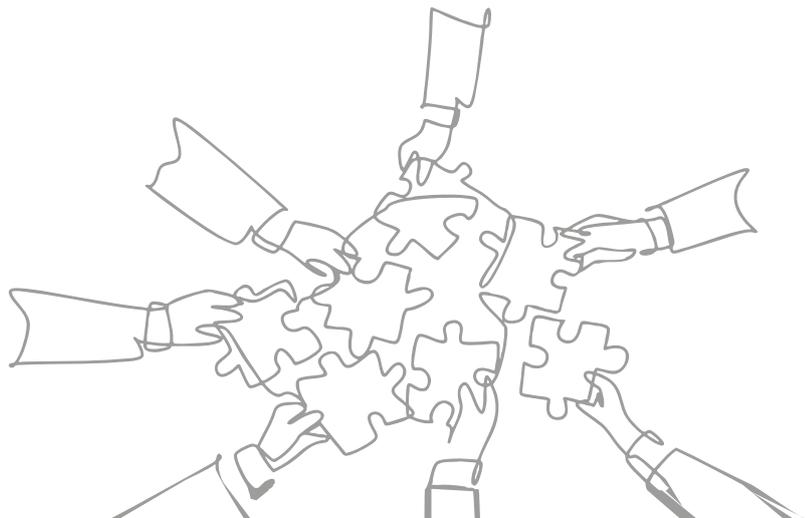
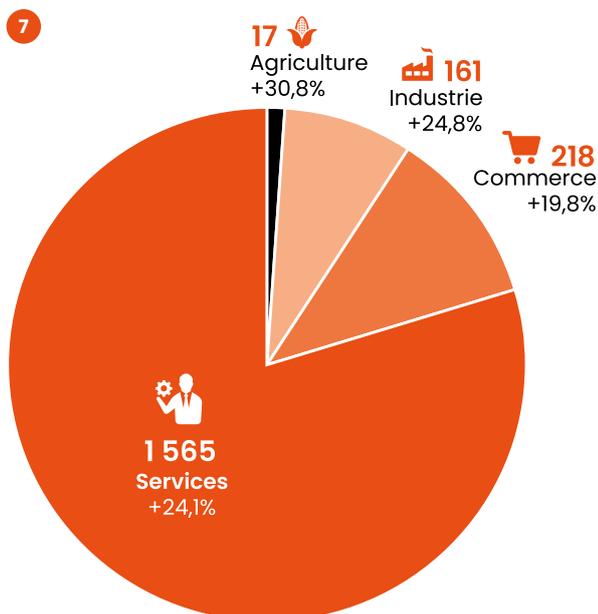
La répartition des sociétés à mission par secteur ne connaît pas d'évolution majeure en 2024 (graphique n°7). Le secteur du **service** conserve largement sa première place dans la hiérarchie, représentant 80 % de l'ensemble. Il faut néanmoins souligner la croissance en 2024 de **l'industrie**, notamment dans l'agroalimentaire et la construction, au contraire du **commerce** dont la croissance a ralenti.

Si l'on s'intéresse plus en détails aux secteurs d'activités (graphique n°8) qui couvrent toute l'économie française, les 7 secteurs qui rassemblent plus de 100 sociétés à mission ont connu une croissance supérieure à la moyenne, à l'exception du secteur **Finance/Banque/Assurance**. Le secteur le plus représenté est, comme les années précédentes, celui des **télécommunications, de l'informatique et de la technologie**. En affinant l'analyse spécifique à ce secteur (graphique n°9) et en déterminant le domaine d'application de ces entreprises, la technologie est principalement utilisée au service du conseil et de la santé.

On peut citer la dynamique importante dans le domaine de **l'immobilier**, avec les filiales du groupe Habitat en région qui sont devenues sociétés à mission en 2023 et en 2024 (**société immobilière Grand Hainaut, Famille & Provence, Habitations de Haute-Provence, Axentia**), ou encore le **Foyer Stéphanois** et **SA HLM les Résidences**.

Pour les cohortes plus petites, **la vente à distance** a connu une croissance forte. Dans le prolongement du panorama 2023, le domaine du **social/médico-social** reste dynamique. Les **transports** progressent moins fortement mais il faut souligner l'engagement de groupes importants dont les filiales deviennent à mission tels que **Transdev** (Rouen, Grand Reims) et **Keolis** (Lyon en 2024 après Bordeaux en 2023 et avant Lille en 2025).

LES SECTEURS LES PLUS REPRÉSENTÉS



RÉPARTITION DES SOCIÉTÉS À MISSION PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ

8

	Ensemble des SàM	Taux de croissance
Télécommunications/Informatique/Tech	295	+24%
Conseil en stratégie et transformation	263	+25%
Finance/Banque/Assurance	137	+22%
Activités immobilières/Construction	130	+30%
Autres services spécialisés	126	+26%
Bureau d'étude/Recherche	125	+26%
Agroalimentaire	103	+24%
Communication/Publicité/Etudes de marché/Edition/Film	89	+19%
Enseignement/Formation	86	+23%
Santé humaine/Social/Médico-social	74	+30%
Conseil en RSE	65	+16%
Hébergement/Restauration/Tourisme	56	+22%
Culture/Art/Activités de loisirs	48	+17%
Vente à distance	45	+50%
Activités juridiques et comptables	44	+29%
Autres commerces	42	+17%
Habillement/Textile	37	+9%
Production et distribution de gaz/Électricité/Eau/Traitement des déchets	34	+26%
RH/Recrutement	31	+7%
Cosmétique/Hygiène	30	+7%
Agriculture/Sylviculture	25	+39%
Transport/Logistique	25	+32%
Autres industries	19	+12%
Industries mécaniques	19	+36%
Ameublement	13	+8%

RÉPARTITION DES 295 SOCIÉTÉS À MISSION TÉLÉCOMMUNICATIONS/ INFORMATIQUE/TECH PAR DOMAINE D'APPLICATION

9

Télécommunications/Informatique/Tech	66
Conseil en stratégie et transformation	49
Santé humaine/Social/Médico-Social	28
Autres services spécialisés	24
Conseil en RSE	16
Communication/Publicité/Etude de marché/Edition/Film	14
Banque/Finance/Assurance	14
Immobilier/Construction/Activité immobilière	13
Enseignement/Formation	12
Culture/Art/Activités récréatives	11
Transport/Logistique	8
Agroalimentaire	7
Hébergement/Restauration/Tourisme	6
Vente à distance	5
Agriculture/Sylviculture	4
Activité juridique et comptable	3
Bureau d'étude/Recherche	3
Habillement/textile	3
Production et distribution de gaz, électricité, eau, traitement des déchets	3
Ameublement	2
Autres commerces	2
RH/Recrutement	2

Dynamiques territoriales

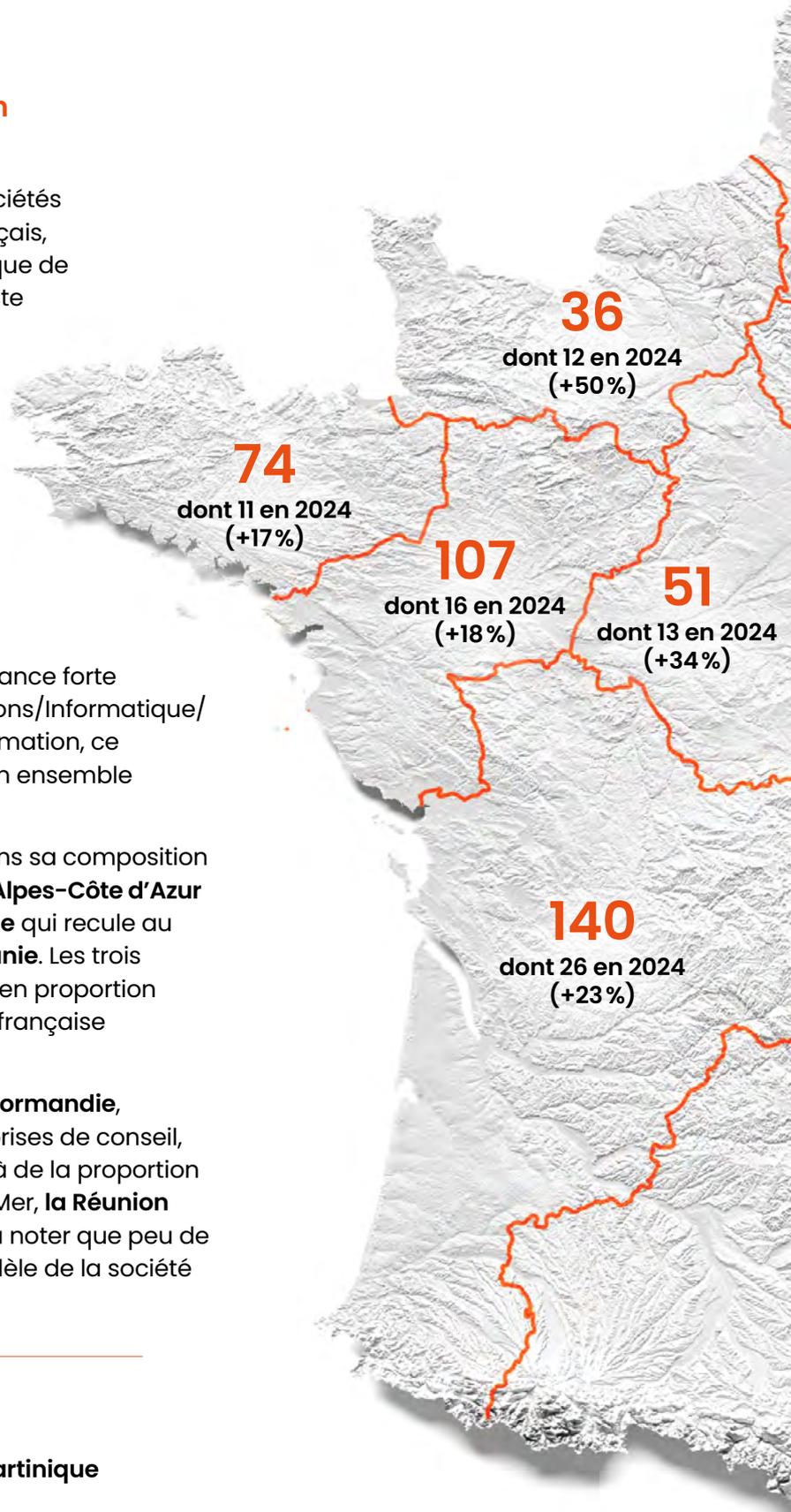
Répartition des sociétés à mission (SàM) par région du siège social

Cette carte présente la répartition des sociétés à mission sur l'ensemble du territoire français, hexagonal et ultramarin, avec la dynamique de croissance sur 2024. Si l'**Île-de-France** reste la région accueillant le plus de sièges d'entreprises à mission, on remarque que **la part des sociétés à mission non franciliennes a augmenté en 2024**, passant de 55,8% à 57,4% (graphique n°11). Le ratio reste cependant très inférieur au ratio de l'ensemble des entreprises françaises non franciliennes (78%, graphique n°12).

La région **Auvergne-Rhône-Alpes** reste deuxième du classement avec une croissance forte portée par les secteurs Télécommunications/Informatique/Tech et du conseil en stratégie et transformation, ce qui est représentatif de la France dans son ensemble (graphique n°8).

Le trio de poursuivants reste inchangé dans sa composition mais l'ordre a évolué, la région **Provence-Alpes-Côte d'Azur** prenant la 3^e place à la **Nouvelle Aquitaine** qui recule au 5^e rang, également dépassée par l'**Occitanie**. Les trois régions sont cependant moins présentes en proportion par rapport à leur place dans l'économie française (graphique n°12).

La dynamique la plus forte s'observe en **Normandie**, avec une part plus importante des entreprises de conseil, même si la cohorte reste là aussi en-deçà de la proportion d'entreprises de ce territoire. Côté Outre-Mer, **la Réunion** poursuit son engagement, même s'il est à noter que peu de territoires ultramarins s'emparent du modèle de la société à mission.



DROM-COM: 12



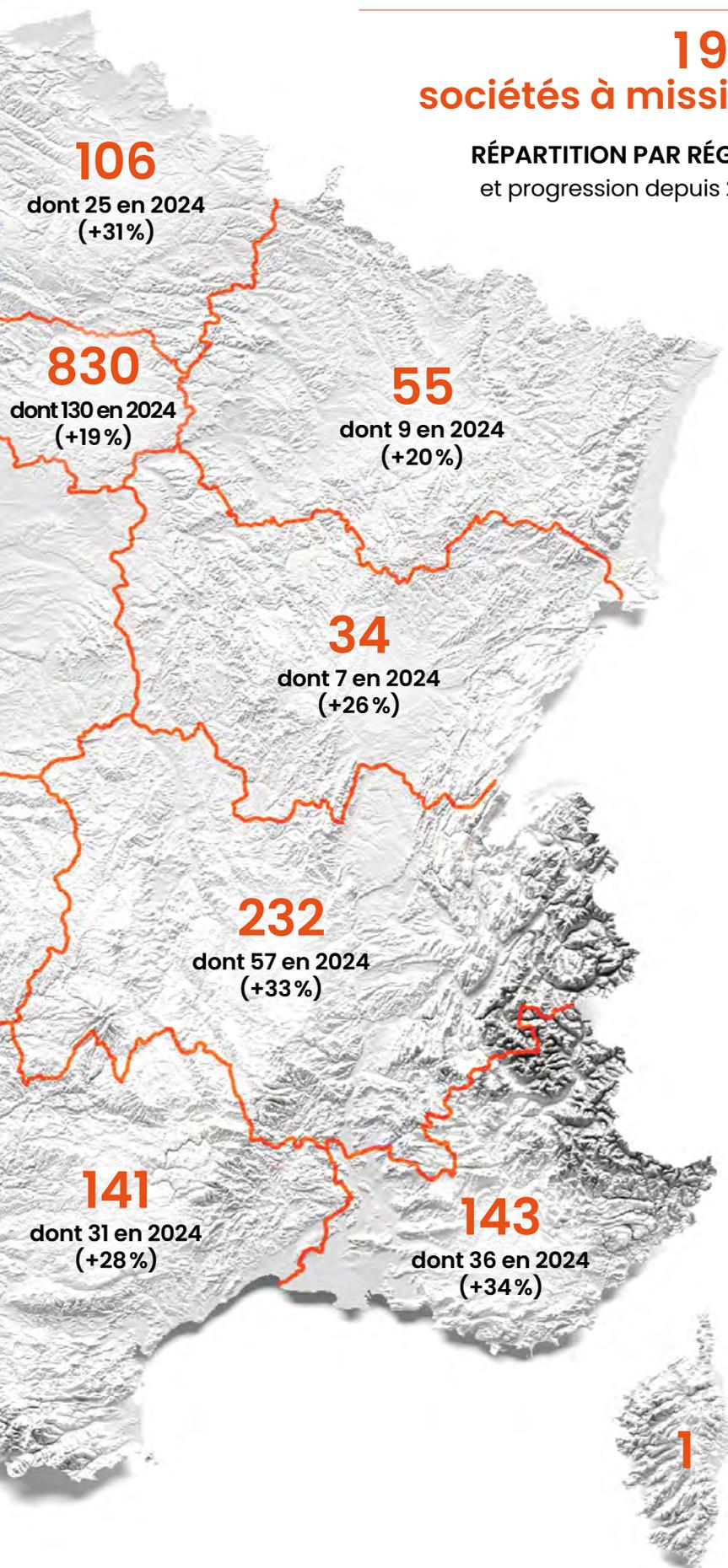
La Réunion
dont 3 en 2024
(+60%)



Martinique

1961 sociétés à mission

RÉPARTITION PAR RÉGION
et progression depuis 2023



FOCUS SUR LES 5 PREMIÈRES RÉGIONS

Île-de-France	830
Essonne	18
Hauts-de-Seine	138
Paris	533
Seine-et-Marne	10
Seine-St-Denis	38
Val-de-Marne	40
Val-D'Oise	9
Yvelines	44

Auvergne-Rhône-Alpes	232
Ain	7
Allier	1
Ardèche	3
Cantal	1
Drôme	21
Haute-Loire	3
Haute-Savoie	19
Isère	26
Loire	7
Puy-de-Dôme	17
Rhône	117
Savoie	10

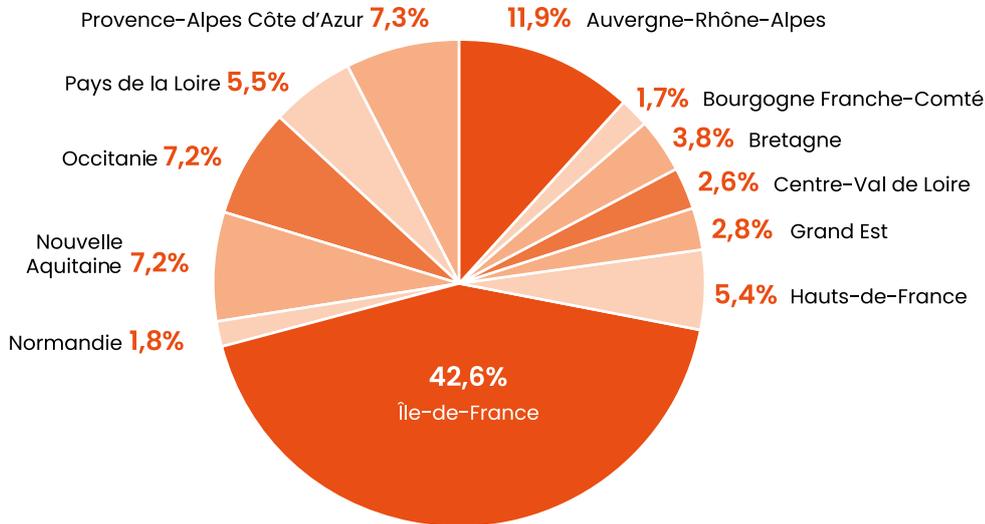
Provence-Alpes-Côte d'Azur	143
Alpes-de-Haute-Provence	2
Alpes-Maritimes	21
Bouches-du-Rhône	92
Hautes-Alpes	1
Var	15
Vaucluse	12

Occitanie	141
Ariège	1
Aude	1
Gard	10
Gers	1
Haute-Garonne	62
Hauts-Pyrénées	3
Hérault	48
Lot	2
Pyrénées-Orientales	6
Tarn	7

Nouvelle-Aquitaine	140
Charente	9
Charente-Maritime	11
Corrèze	2
Creuse	1
Deux-Sèvres	9
Dordogne	5
Gironde	74
Haute-Vienne	4
Landes	2
Lot-et-Garonne	3
Pyrénées-Atlantiques	17
Vienne	3

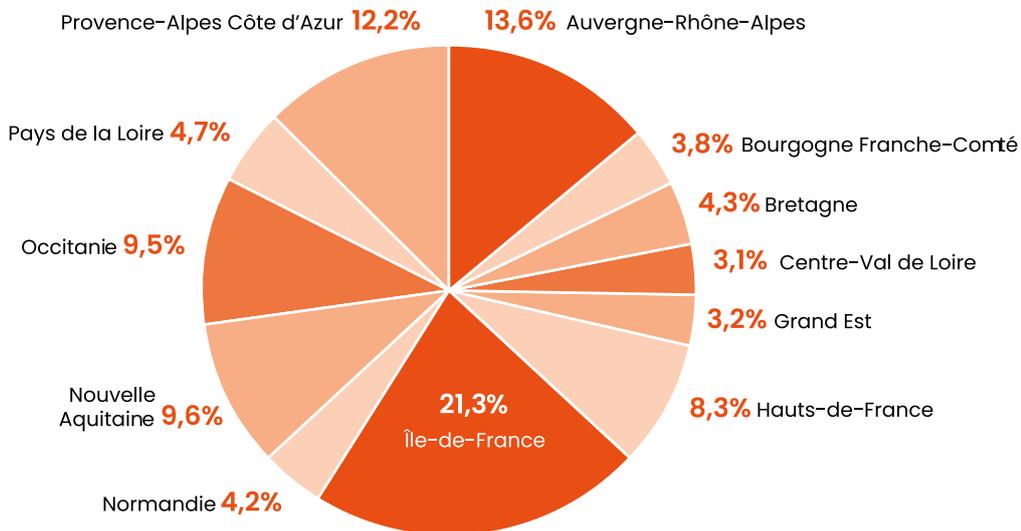
RATIO DES SOCIÉTÉS À MISSION PAR RÉGION HEXAGONALE

11



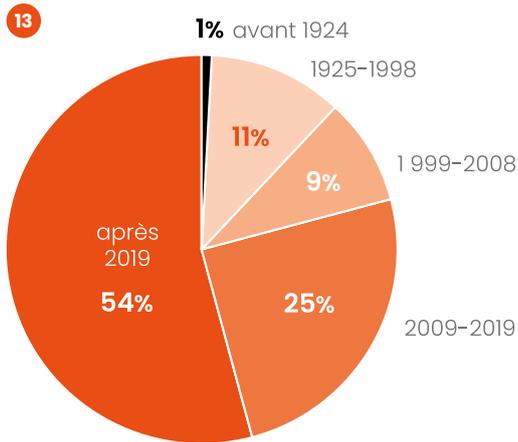
RATIO DES ENTREPRISES FRANÇAISES PAR RÉGION HEXAGONALE

12

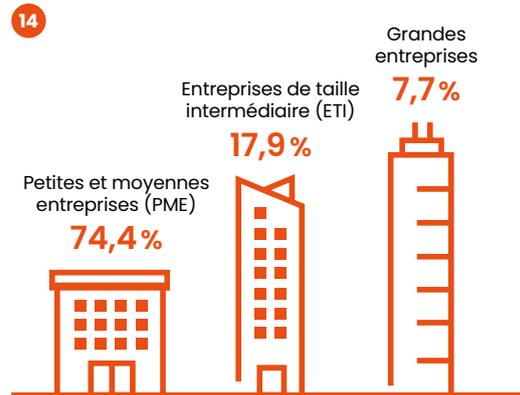


La promotion 2024 au regard de l'ensemble des promotions

RÉPARTITION DES 376 SÀM DE 2024 PAR ANNÉE DE CRÉATION



RÉPARTITION DES 376 SÀM DE 2024 PAR CATÉGORIE D'ENTREPRISE



RÉPARTITION DES 376 SÀM DE 2024 PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ

15

Télécommunications/Informatique/Tech	57
Conseil en stratégie et transformation	53
Finance/Banque/Assurance	25
Activités immobilières/Construction	30
Autres services spécialisés	26
Bureau d'étude/Recherche	26
Agroalimentaire	20
Communication/Publicité/Etudes de marché/Édition/Film	14
Enseignement/Formation	16
Santé humaine/Social/Médico-social	17
Conseil en RSE	9
Hébergement/Restauration/Tourisme	10
Culture/Art/Activités de loisirs	7
Vente à distance	15
Activités juridiques et comptables	10
Autres commerces	6
Habillement/Textile	3
Production et distribution de gaz/Électricité/Eau/Traitement des déchets	7
RH/Recrutement	2
Cosmétique/Hygiène	2
Agriculture/Sylviculture	7
Transport/Logistique	6
Autres industries	2
Industries mécaniques	5
Ameublement	1

L'enseignement-clé est que la promotion 2024 est globalement le reflet de l'historique des sociétés à mission, que ce soit en termes de secteurs d'activités ou de territoires d'implantation.

On note toutefois une part plus importante de sociétés à mission créées récemment, de grandes entreprises et d'ETI à mission.



La mission, matière vivante dans le temps

L'**inscription dans les statuts** de la mission (raison d'être, objectifs sociaux et/ou environnementaux, gouvernance de mission) est une étape importante qui vient conclure plusieurs mois de réflexion. Elle se matérialise par un K-Bis **faisant mention de la qualité**, à la suite du **dépôt des statuts** auprès d'un greffe de tribunal de commerce (en dehors des mutuelles).

Il s'agit du début de la vie de la mission au sein de l'entreprise puisqu'il faut ensuite **l'intégrer dans la stratégie de l'entreprise** en sensibilisant et en engageant toutes les parties prenantes. En parallèle, il est nécessaire de **mettre en place la gouvernance de mission** (le référent/la référente de mission ou le comité de mission), en lui donnant les moyens de jouer son rôle. Ce rôle comprend en particulier la **rédaction d'un rapport de mission annuel**, présenté en assemblée générale chargée de l'approbation des comptes annuels, et **l'annexion de ce rapport au rapport de gestion**. La gouvernance de mission analysera en particulier le modèle de mission (mission statutaire complétée par des objectifs opérationnels et des indicateurs

de suivi), ainsi que les moyens déployés par l'entreprise pour sa bonne exécution.

Viennent ensuite, périodiquement, les phases de **vérification de l'exécution de la mission** par un organisme tiers indépendant (OTI), certifié par le COFRAC et choisi par l'entreprise. L'OTI émet un avis motivé sur le respect des objectifs statutaires et sur l'atteinte des cibles pour les indicateurs choisis. Cet avis est **annexé au rapport de mission** et doit être **disponible publiquement pendant une période de 5 ans** (site Internet de l'entreprise).

Ce modèle n'est pas figé car, à tout moment, il est possible d'en faire varier les éléments constitutifs, au gré des évolutions de la stratégie, des constats et des analyses de la part de la direction de l'entreprise, de sa gouvernance de mission ou de l'organisme tiers indépendant.

Après 5 années d'existence, on compte désormais un certain nombre d'entreprises dont l'exécution de la mission a été vérifiée plusieurs fois par un OTI, telles que **CAMIF, Danone, Kea, Klesia, MAIF, Mirova, Novaxia**, ou encore **Sézane**.

16 CONTRÔLE DE LA MISSION DANS LE TEMPS

ENTREPRISES DE + 50 SALARIÉS



ENTREPRISES DE - 50 SALARIÉS



Témoignage de dirigeants de sociétés à mission dont l'exécution de la mission a été vérifiée au moins 2 fois par un OTI : Cristel et Elcimai environnement

« L'intérêt économique de la démarche SàM est indéniable: lorsque l'on partage un même sens, la productivité est meilleure ! »

Témoignage de Damien Dodane, co-CEO de Cristel, SàM depuis septembre 2021 ayant reçu 2 avis OTI.



1. Pouvez-vous vous présenter et nous parler de votre parcours ?

Je suis Damien Dodane, co-CEO de Cristel, une entreprise familiale. Nous sommes à la tête de la société depuis la deuxième génération, et c'est avec une grande fierté que je continue cette aventure, toujours guidé par les valeurs de mes parents.

2. Parlez-nous de Cristel. Quelles sont ses spécificités ?

Cristel est un fabricant français d'ustensiles de cuisine haut de gamme, une entreprise fondée en 1983 dans le Doubs. Ce qui rend Cristel unique, c'est sa capacité à mêler savoir-faire artisanal et innovations technologiques. Notre histoire est celle de la résilience, avec une origine coopérative ouvrière qui nous a permis de maintenir un ancrage local tout en visant une excellence qui traverse les générations.

3. Pourquoi avez-vous choisi la qualité de SàM ?

Le statut de société à mission représente un véritable tournant pour notre entreprise. Nous avons fait ce choix pour inscrire profondément nos valeurs dans nos statuts. C'est un acte symbolique et stratégique qui nous permet de renforcer notre héritage tout en nous ouvrant à un avenir encore plus engagé. Cette décision a été le fruit d'une réflexion collective avec le comité exécutif puis l'ensemble des collaborateurs.

4. Quels défis avez-vous rencontrés dans la mise en place du modèle SàM ?

L'adoption du modèle SàM a été fluide sur le principe, mais la véritable difficulté résidait dans la définition d'indicateurs concrets pour mesurer nos avancées. Nous avons formulé notre raison d'être assez rapidement (environ un mois), mais la phase de communication avec l'ensemble de l'entreprise a nécessité de nombreux ajustements, cela a pris entre six mois et un an.

5. Comment la démarche SàM a-t-elle impacté votre stratégie et vos pratiques internes ?

Si la démarche SàM n'a pas bouleversé notre structure, elle a renforcé notre approche des enjeux sociétaux et environnementaux. Elle nous a poussés à intégrer ces valeurs au cœur même de notre quotidien. Par exemple, nous avons mis en place un circuit fermé pour recycler les eaux usées de la fabrication, et cette orientation vers des pratiques responsables a non seulement amélioré notre impact, mais aussi attiré des talents qui partagent nos convictions.

6. Comment gérez-vous les enjeux économiques, environnementaux et sociétaux au quotidien ?

Ces enjeux sont au cœur de notre gouvernance. Nous avons constitué un comité de mission de 15 personnes qui suit de près nos progrès.

Nous mesurons régulièrement nos actions à travers des indicateurs spécifiques, qu'ils soient quantitatifs ou qualitatifs. Cela nous permet d'ajuster nos efforts et de garantir que nous sommes toujours alignés avec nos objectifs.

7. Quels conseils donneriez-vous à d'autres entreprises souhaitant adopter la démarche SàM ?

Je leur dirais de ne pas hésiter, mais de bien se préparer ! L'alignement autour de valeurs partagées est essentiel, et une communication interne claire est primordiale pour que chacun se sente impliqué. Je recommande également de se faire accompagner par des experts si nécessaire, afin de ne pas se sentir seuls dans cette démarche ambitieuse.

8. Que vous ont apporté les avis OTI (Organisme Tiers Indépendant) ?

Les avis OTI ont confirmé que nous étions sur la bonne voie et que nos efforts étaient bien orientés. Bien que l'impact immédiat ait été modeste, ils ont renforcé notre crédibilité et permis d'identifier des pistes d'amélioration.

9. Quelles actions concrètes avez-vous mis en place dans le cadre de votre engagement durable ?

Nous avons mis en place plusieurs initiatives, comme la réutilisation de la chaleur fatale pour chauffer nos ateliers l'hiver, une station d'épuration pour économiser 70% d'eau, et des panneaux solaires pour alimenter partiellement nos ateliers. De plus, nous soutenons des événements culturels locaux et développons des partenariats pour renforcer notre impact sociétal.

10. Dans quel état d'esprit êtes-vous pour le prochain avis OTI ?

Nous abordons ce prochain avis OTI avec un état d'esprit très positif. Il sert de boussole pour renforcer nos liens avec l'ensemble de notre écosystème, notamment nos clients. L'unique difficulté est le temps: nous aimerions pouvoir embarquer davantage d'entreprises de la région dans cette démarche !

11. Le mot de la fin ?

L'intérêt économique de la démarche SàM est indéniable: lorsque l'on partage un même sens, la productivité est meilleure. Cela crée une dynamique positive, une réelle performance. Le modèle nous permet également de traverser des périodes difficiles, comme les crises, en restant unis autour de nos valeurs.

« L'avis OTI a montré que nous prenons nos engagements environnementaux au sérieux et qu'ils sont bien ancrés dans notre stratégie. »

Témoignage de Francis Pelmont, Directeur Général d'Elcimaï Environnement, SàM depuis juillet 2020 ayant reçu 3 avis OTI.



1. Pouvez-vous vous présenter et nous parler de votre parcours ?

Je suis géologue de formation et j'ai eu la chance d'évoluer dans des secteurs aussi divers que la géophysique, la géotechnique, l'hydrogéologie puis l'ingénierie, en Afrique et en Europe. Mon parcours m'a permis d'acquérir une vision globale des enjeux environnementaux, que j'ai ensuite apportée chez Elcimaï Environnement, où je travaille depuis les années 2000.

2. Parlez-nous d'Elcimaï Environnement. Quelles sont ses spécificités ?

Elcimaï Environnement, filiale du groupe Elcimaï, est une entreprise pionnière dans le conseil et l'ingénierie environnementale. Nous avons une mission claire : transformer les défis environnementaux en opportunités à travers une gestion innovante des déchets, de l'énergie, des ressources et une approche axée sur la construction durable. Avec 120 collaborateurs répartis sur 12 sites en France et dans les DOM-TOM, notre ambition est d'avoir un impact positif à la fois sur notre environnement et sur les générations futures.

3. Qu'est-ce qui a motivé votre entreprise à adopter la qualité de SàM ?

Elcimaï Environnement s'engage depuis longtemps dans la gestion des enjeux environnementaux. La loi PACTE et la volonté de notre PDG d'aller plus loin ont été le véritable déclencheur. Cette qualité juridique nous a poussés à adopter une démarche transversale. Après six mois de discussions et d'ateliers participatifs, nous avons défini notre raison d'être et nos objectifs statutaires.

4. Et concrètement, comment avez-vous procédé ?

Nous avons constitué un groupe de pilotage composé de 5-6 personnes, accompagné d'un référent du groupe Elcimaï, bien que la démarche ait concerné uniquement notre filiale. Nous avons impliqué une très large majorité de la centaine de collaborateurs à travers des réunions régulières, courtes et fréquentes, afin de maintenir la mobilisation de tous.

5. Quels ont été les défis rencontrés lors de la mise en place de ce modèle ?

Le principal défi a été de structurer l'entreprise pour répondre aux exigences du modèle de SàM. Cela a impliqué l'intégration des enjeux environnementaux et sociaux dans nos pratiques et projets, ainsi que la sensibilisation et l'implication de tous les collaborateurs.

6. En quoi la démarche SàM a-t-elle transformé votre stratégie et vos pratiques internes ?

La démarche SàM a profondément modifié notre approche. Par exemple, nous avons mis en place des critères « go-no-go » qui tiennent compte de l'impact environnemental. Nous avons également appris à privilégier des solutions simples et efficaces pour limiter notre empreinte écologique. Cette approche fait désormais partie de notre culture d'entreprise.

7. Quels conseils donneriez-vous à d'autres entreprises souhaitant se lancer dans la démarche SàM ?

Il est important d'être réaliste sur les contraintes et les leviers de la qualité de SàM. Acceptez que cette démarche nécessite une collaboration constante et des échanges réguliers. Soyez patients : le processus doit se dérouler à un rythme soutenu mais raisonnable. Le modèle de SàM ouvre des perspectives intéressantes, il est robuste mais il demande de la persévérance et une évolution continue.

8. Que pensez-vous de l'impact de l'avis OTI sur votre entreprise ?

L'avis OTI a eu un impact très positif, notamment en renforçant la crédibilité de notre entreprise auprès de nos parties prenantes. Il a montré que nous prenons nos engagements environnementaux au sérieux et qu'ils sont bien ancrés dans notre stratégie. Cela nous a permis d'ouvrir des dialogues constructifs avec nos clients et partenaires.

9. Le mot de la fin ?

Être une société à mission, c'est une manière de constamment remettre en question nos objectifs et nos pratiques, ce qui nous permet de rester fidèles à nos valeurs. C'est une véritable boussole pour l'entreprise et un moteur de transformation, notamment au niveau des ressources humaines. Ce modèle, bien qu'adaptable, est un levier puissant pour accélérer la transition vers un modèle plus durable, pour tous les types d'entreprises.



Partie 2

**Un éclairage sur la
gouvernance de la mission
à travers l'œil des chercheurs**

L'Observatoire des sociétés à mission apporte des éclairages permettant de mieux connaître le modèle de la société à mission, ses modalités de mise en place par les entreprises et ses impacts positifs, en mettant à disposition des acteurs de la recherche des données fiables. Cette partie du portrait des sociétés à mission se fait dans le cadre du projet de recherche OSMosis.

Le projet OSMosis

Le projet OSMosis a pour objectif de constituer **un observatoire de recherche sur la société à mission**. Depuis la promulgation en 2019 de la loi PACTE, un nombre toujours plus important d'entreprises se saisissent de cette innovation juridique. La diffusion du modèle apporte de nouveaux enjeux et suscite de nouveaux questionnements: quels sont les effets de cette dynamique sur la gouvernance des entreprises? Quels objectifs se fixent-elles? Quels effets produit le modèle de la société à mission sur les parties prenantes et sur leur prise en compte dans les décisions?

Le projet, financé par l'Agence Nationale de la Recherche (ANR), vise à apporter des éléments de réponse à ces questions en organisant la collecte de données, grâce à des approches quantitatives et qualitatives. Il a également pour objectif de construire un groupe de recherche multidisciplinaire portant sur les sociétés à mission qui, à l'aide de méthodes et d'indicateurs originaux, cherche à observer les effets de la loi PACTE sur les entreprises. Ce projet vise, enfin, à vérifier la capacité du texte de loi à entraîner des transformations au sein de celles-ci. Le financement du projet, lancé en décembre 2021, prendra fin en juillet 2025.

Le projet OSMosis est organisé en quatre groupes de travaux de recherche, menés simultanément:

- **Collecte des données et diffusion des pratiques des sociétés à mission**
Coordination: l'Observatoire des sociétés à mission
Objectif: recenser les sociétés à mission, construire les indicateurs les plus significatifs pour leur étude et organiser l'expérimentation et la diffusion des résultats au monde socio-économique.
- **Les transformations sur l'actionnariat**
Coordination: C. Girard-Guerraud
Objectif: caractériser l'actionnariat « à mission » et « des sociétés à mission », qui préfigure l'avènement d'un investissement socialement responsable renouvelé.
- **Les effets sur la gouvernance et l'innovation**
Coordination: K. Levillain
Objectif: identifier le fonctionnement de l'évaluation et ses impacts sur les dimensions stratégiques de l'entreprise, notamment les initiatives sociales et environnementales, les projets d'innovation et les modèles d'affaires des principaux métiers.
- **Les effets sur le management et le travail**
Coordination: A. Stimec
Objectif: étudier les effets sur la qualité du travail, en particulier face aux crises décrites dans la littérature (objectifs contradictoires, perte de sens) et sur les modes de management émergents.

Le projet OSMosis rassemble six laboratoires de recherche pluridisciplinaires:

- K. Levillain, B. Segrestin et J. Levêque (chercheurs à Mines ParisTech – PSL);
- C. Girard-Guerraud (professeur à Audencia Business School);
- S. Blanc (enseignant-chercheur à INSEEC Grande Ecole);
- X. Hollandts et C. Bourgeois (enseignants chercheurs à Kedge Business School);
- A. Stimec (enseignant-chercheur à l'IAE Nantes);
- F. Garcias et K. Bouaiss (enseignants chercheurs au LUMEN – Université de Lille)

Premier portrait des comités de mission

Auteurs : Kevin Levillain, Victor Acker, Jérémy Lévêque, Blanche Segrestin.

Pour rappel, toutes les sociétés à mission doivent se munir d'un comité de mission, à l'exception des entreprises de moins de 50 salariés qui peuvent ne se doter que d'un référent ou d'une référente de mission.

L'équipe de recherche dédiée au sujet des transformations de gouvernance et stratégies des sociétés à mission a analysé dans le détail le fonctionnement et la composition des comités de mission.

1. Taille des comités de mission et ouverture à l'externe

Le comité de mission est un élément distinctif de la société à mission. Il s'agit d'un organe de gouvernance inédit, créé par la loi PACTE pour disposer des compétences permettant de suivre l'exécution de la mission, et fonctionnant de manière indépendante des autres organes de gouvernance (conseil d'administration, direction générale, présidence...). En pratique, comment ce comité de mission est-il composé ?

Notre étude porte sur les comités de mission de 130 sociétés à mission distinctes qui ont publié leur rapport avant 2024. Elle nous permet de préciser le portrait suivant :

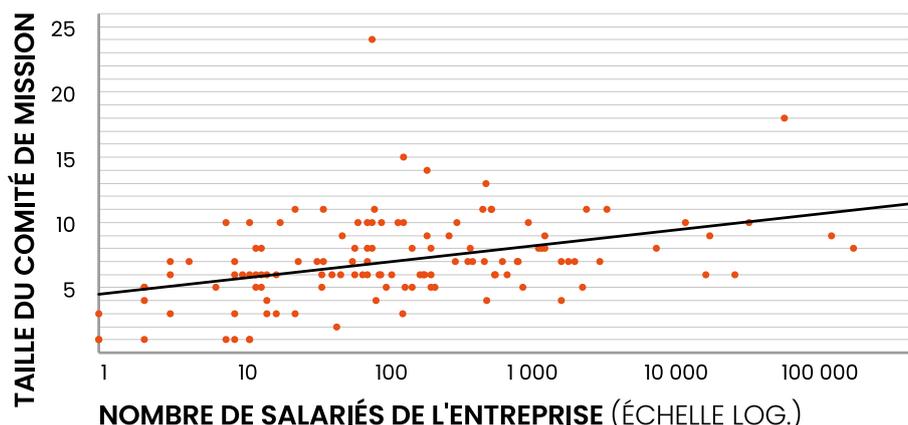
- Ces 130 comités de mission rassemblent 901 membres, soit une moyenne de **6,9 membres par comité de mission** (médiane à 7 membres). Cette moyenne atteint 8 membres pour les sociétés ayant plus de 50 salariés.
- En matière de répartition de membres internes et externes, la moitié de ces comités de mission sont constitués à **57% au moins de membres externes** (non salariés et dirigeants). Les comités sont également composés à 46% de femmes en moyenne.
- Par ailleurs, **37 personnes sont membres de plus d'un comité de mission**, reliant ainsi 48 entreprises de l'échantillon (soit 36%).

L'échantillon est notamment représentatif des sociétés de plus de 50 salariés, dont il est composé aux deux tiers (alors que ces sociétés constituent 21% de l'ensemble des sociétés à mission). On constate que la taille des comités de mission est assez variable, même si la moitié des comités de mission de l'échantillon a entre 6 et 8 membres.

Taille des comités de mission en fonction du nombre de salariés de l'entreprise

Source : Acker et al., 2024

17



⁵ Cette étude a été réalisée par Victor Acker, sous l'encadrement de Blanche Segrestin, Jérémy Lévêque et Kevin Levillain au CGS, Mines Paris – PSL. Voir Acker et al., 2024, « Identiques, différents ou les deux ? Regard sur les organes de gouvernance des sociétés à mission à travers le prisme des compétences de leurs membres », congrès du RIODD 2024, Bruxelles, Belgique.

2. Composition des comités de mission : de nouvelles expertises dans l'entreprise

Au-delà de leur taille, nous avons cherché à comprendre de quelles compétences les sociétés à mission souhaitaient doter leur comité de mission. Pour cela, nous avons choisi de les comparer à celles, enjeu clé de la gouvernance, des administrateurs. 22 entreprises (dont 20 sociétés anonymes) de notre échantillon sont ainsi dotées simultanément d'un comité de mission et d'un conseil d'administration. En adaptant une classification des compétences des administrateurs publiée dans un article de recherche passé, nous avons pu montrer plusieurs résultats importants :

- L'ensemble des comités de mission est doté de compétences en durabilité (pilier social ou environnemental), ce qui correspond à l'obligation d'écrire des objectifs sociaux et environnementaux dans la mission. Mais c'est aussi le cas pour les savoirs liés au secteur d'activité de l'entreprise : les comités disposent tous de l'expertise utile à analyser l'activité de l'entreprise qu'ils suivent.

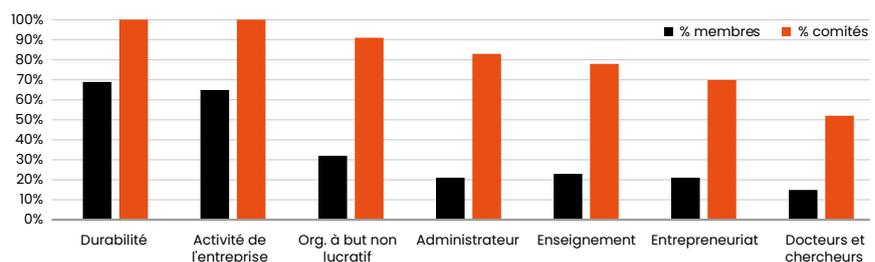
- Plus de la moitié des comités de mission comprennent également un représentant du monde académique ou ayant obtenu un doctorat. Cette présence témoigne du besoin important d'expertise scientifique pour réaliser le suivi effectif des missions. Cela montre aussi que les comités de mission permettent l'intégration des scientifiques dans la gouvernance, qui ne sont pas uniquement mobilisés comme conseils, mais dans une instance de vérification avec des pouvoirs spécifiques.
- Enfin, ces compétences (durabilité et science) apparaissent comme propres au comité de mission : elles sont clairement sur-représentées au comité de mission par rapport au conseil d'administration, qui est davantage focalisé sur les enjeux technologiques, de stratégie industrielle ou de finance et de droit. Ainsi les deux organes, compétents autant l'un que l'autre sur le secteur d'activité de l'entreprise, se distinguent par leur approche des enjeux de cette activité.

Compétences représentées au sein des comités de mission

(Lire : 70% des membres de comité de mission ont une compétence en durabilité et 100% des comités de mission comprennent au moins une personne ayant une compétence en durabilité.)

Source: Acker et al., 2024

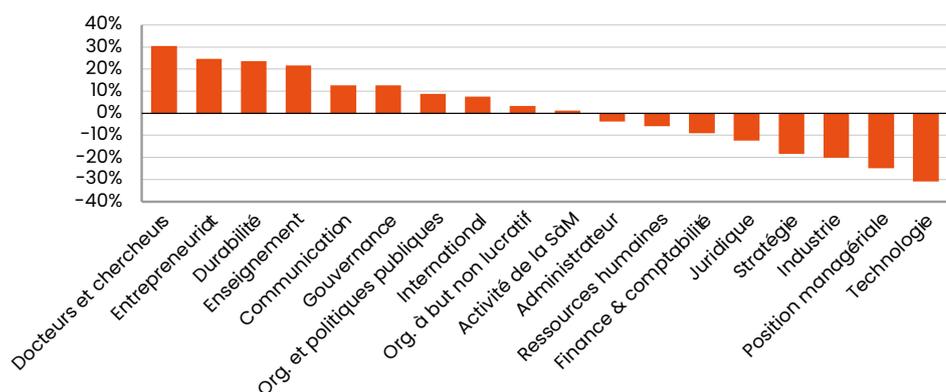
18



Représentation des compétences au sein du comité de mission par rapport au conseil d'administration

Source: Acker et al., 2024

19



3. Fonctionnement des comités de mission: vers un modèle « proactif »

La recherche s'est également intéressée à comprendre le fonctionnement de ces comités de mission, dans une approche plus qualitative, centrée sur quelques sociétés à mission ayant développé des méthodes dédiées à cette nouvelle instance.

L'étude fait l'objet de publications plus complètes. En voici ici les principaux résultats :

— **Réappropriation des indicateurs de suivi de la mission:** il apparaît d'abord que si la société à mission est tentée de fournir clé en main au comité de mission les outils de son suivi, à partir du modèle de mission dérivé des engagements statutaires, de nombreux comités de mission proposent rapidement des indicateurs alternatifs. Une fois montés en compétences sur les enjeux propres à la mission de l'entreprise, ils se détachent ainsi d'un dispositif de reporting interne pour mieux se focaliser sur des sujets véritablement clés des engagements.

— **Vigilance sur les objectifs de mission:** souvent, cependant, le suivi d'indicateurs-clés ne permet pas d'éviter un effet « lampadaire ». Comment, en effet, suivre ce qui n'est pas « éclairé » par les indicateurs ? Plusieurs comités de mission complètent ainsi leur suivi par des demandes spécifiques portées à l'entreprise (directions de stratégie, développement durable, finance...) sur la manière dont certaines décisions peuvent avoir un effet, positif ou négatif, à court ou à long terme, sur les objectifs de mission. Ces demandes se traduisent alors par des investigations spécifiques, des présentations stratégiques, des appels à des expertises externes, organisées par l'entreprise à la demande du comité.

— **Dépassement des arbitrages:** enfin, pour les comités de mission les plus « proactifs », certaines discussions, non relayées dans les rapports car confidentielles, pointent l'insuffisance des réponses apportées par l'entreprise à des objectifs qui apparaissent fréquemment contradictoires entre eux. Le rôle du comité est alors clé pour une gouvernance capable d'accompagner les entreprises dans les transformations contemporaines: il s'agit d'aider l'entreprise à réorienter des efforts d'innovation vers des voies nouvelles, visant à concilier des objectifs qui semblaient jusqu'ici incompatibles, mais qui sont également l'objet d'engagements simultanés dans les statuts.





À propos de la Communauté des entreprises à mission

La Communauté des entreprises à mission est une association loi 1901 créée le 20 décembre 2018 et née de la conviction que les entreprises ont un rôle essentiel à jouer dans la résolution des défis sociaux et environnementaux du 21^e siècle.

Aujourd'hui la Communauté compte plus de 350 membres : entreprises de toutes tailles, sociétés à mission ou en chemin vers l'adoption de cette qualité, qui souhaitent s'engager pour transformer l'économie et repenser la place de l'entreprise au sein de la société.

www.entreprisesamission.org →



À propos de L'Observatoire des sociétés à mission

L'Observatoire des sociétés à mission est la référence des entreprises inscrivant leur mission dans leurs statuts. Il recense les sociétés, partage leurs démarches pour en inspirer d'autres et nourrit la recherche académique par des cas pratiques. Il aide également les pouvoirs publics dans le suivi de la dynamique d'adoption de la loi PACTE.

Il publie chaque année un portrait des sociétés à mission réalisé en collaboration avec les Mines Paris PSL, sur un site web dédié recensant les informations clés de toutes les sociétés à mission. L'Observatoire contribue de façon majeure à la mission de la Communauté et à son objectif d'intérêt général.

www.observatoiredessocietesamission.com →



Le baromètre des sociétés à mission est édité par la Communauté des entreprises à mission et Mines Paris - PSL.

Contact

observatoire@entreprisesamission.org
www.entreprisesamission.org