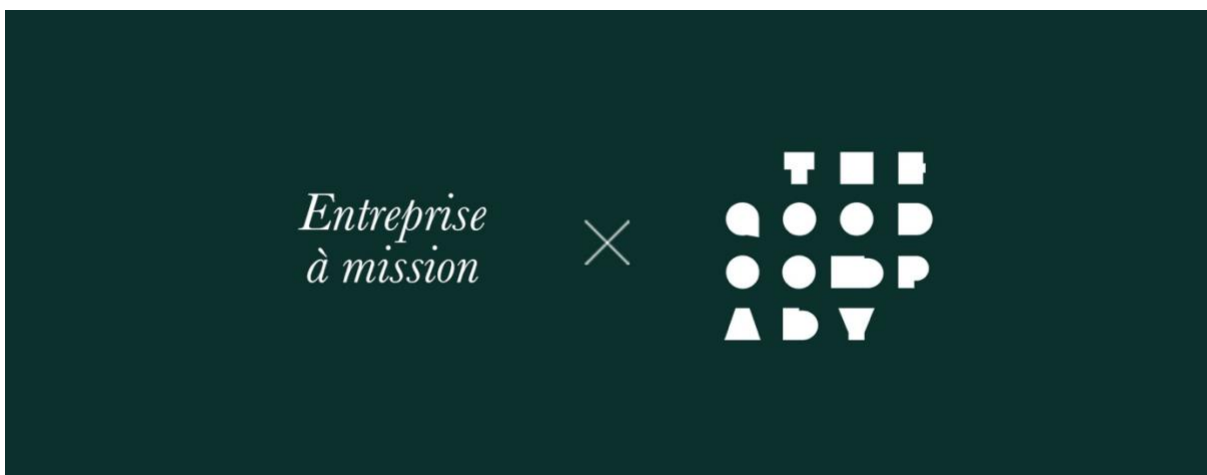




Communiqué de presse - Paris, le 18 octobre 2021

## The Good Company devient entreprise à mission

Créée en janvier 2019, l'agence de publicité créative et responsable The Good Company franchit une nouvelle étape de son histoire en devenant *entreprise à mission*.



L'article 176 de la loi du 22 mai 2019 relative à la croissance et la transformation des entreprises (**loi Pacte**), introduit la qualité de société à mission. Il s'agit pour une entreprise d'affirmer publiquement sa raison d'être, ainsi qu'un ou plusieurs objectifs sociaux et environnementaux qu'elle se donne pour mission de poursuivre dans le cadre de son activité. Ces éléments doivent être inscrits dans les statuts de l'entreprise et déclarés au greffe du tribunal de commerce. Le décret du 2 janvier 2020 prévoit par ailleurs la vérification par un organisme tiers indépendant (OTI) de l'exécution par la société à mission des objectifs sociaux et environnementaux mentionnés dans ses statuts.

*"Beaucoup d'entreprises parlent aujourd'hui de Raison d'Être. Cependant très peu deviennent réellement des entreprises à missions. Pourquoi ? Parce qu'être une entreprise à mission c'est se fixer des objectifs ambitieux, concrets et de les réaliser. Ce sont bien les missions qui rendent ce statut fort et engageant"* rappelle Luc Wise, co-fondateur de The Good Company.

**A l'issue d'un travail collectif en interne, The Good Company a décidé de s'engager sur 18 missions précises.** Certaines, telles que l'actionariat salarié - les salariés détiennent 20% du capital de l'agence, quel que soit leur niveau hiérarchique - ou le fait de reverser 1% du CA à des associations environnementales via 1% for the planet, sont sur la feuille de route de The Good Company depuis sa création.

D'autres sont nouvelles : la lutte contre toutes les discriminations en formant l'ensemble des collaborateurs de l'entreprise, à raison de 4h par an et par personne, contre les inégalités de sexe, de genre, de race, etc. mais aussi en formant les managers à la lutte contre les violences sexuelles et sexistes, et enfin en s'assurant que tous les collaborateurs connaissent leurs droits pour qu'ils soient en mesure d'identifier les situations de harcèlement. Ou l'engagement pour le plafonnement des écarts salariaux avec un ratio du salaire le plus bas / le salaire le plus haut de l'entreprise qui ne peut excéder 10.

*"Pouvoir inscrire une finalité sociale et environnementale dans nos statuts est une étape importante et engageante pour The Good Company. Ces objectifs ont été votés par notre assemblée générale. Nous sommes loin du déclaratif : nous devons désormais tenir les objectifs que nous nous sommes fixés"* conclut Céline Picoré Skrzynski, membre fondateur et Directrice Administrative et Financière de The Good Company.

#### **A PROPOS DE THE GOOD COMPANY**

Née en janvier 2019, The Good Company est une agence créative et responsable de naissance qui s'adresse aux marques qui souhaitent développer une communication plus responsable. Parce que la communication des marques aujourd'hui relève autant des actes que de la parole, l'offre de The Good Company est structurée autour de deux piliers : le Conseil et la Création. Agence citoyenne et engagée, The Good Company est en cours de certification B-Corp et également membre de 1% for The Planet. Les salariés détiennent 20% du capital de l'agence, quel que soit leur niveau hiérarchique. Convaincue que la créativité peut être un levier puissant du changement, The Good Company entend concilier une forte exigence créative et stratégique avec une forte exigence sociétale et environnementale.

Pour en savoir plus : [www.thegoodco.fr](http://www.thegoodco.fr)

#### **Contact presse The Good Company**

Pauline Germain - 40 hertz - pauline.germain@40hertz.fr - 06 07 54 69 72