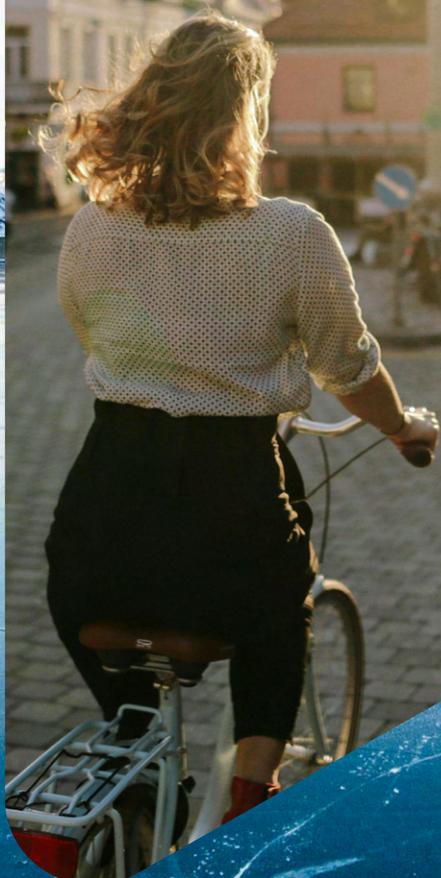


**NOTRE RAPPORT DE**  
**MISSION**  
**ANNÉE 2023**



wenow



## Avant-propos

### 2023, définir les indicateurs pertinents

Dans le rapport 2022, nous vous présentions notre plan d'action 2023, mission par mission, en présentant les indicateurs que nous comptons suivre. Le présent document fait le point sur nos actions et réalisations, au regard de ce plan d'action.

En plus des actions quotidiennes de l'entreprise, le comité de mission s'est donné pour objectif, en 2023, de re-travailler les indicateurs d'impact. Nous voulions être sûrs d'avoir choisi les indicateurs les plus pertinents. En nous lançant dans ce chantier, nous avons découvert qu'il était indispensable de commencer par... définir plus concrètement chacune des missions. En effet, chacun des membres du comité de mission s'était fait une idée différente des attendus de chaque mission. Ce travail passionnant a même abouti au recrutement d'une data ingénieure en 2024, qui va nous aider à professionnaliser notre approche des data.

Nous vous laissons découvrir nos avancées et vous souhaitons bonne lecture !

#### Le comité de mission

# SOMMAIRE

<b>1—Introduction</b>	<b>04</b>
interview de Valérie et Fabien, co-fondateurs de WeNow	
<b>2—Notre raison d'être et nos missions d'entreprise</b>	<b>06</b>
<b>3—Nos réalisations 2023</b>	<b>12</b>
<b>4—Notre plan d'action 2024</b>	<b>22</b>
<b>5—Conclusion</b>	<b>24</b>

# 1-INTRODUCTION

## Interview de Valérie et Fabien, co-fondateurs de WeNow

### ► EN 2023, QUELS ONT ÉTÉ LES ENJEUX POUR WENOW ?

**Fabien Carimalo** : L'arrivée imminente de la CSRD en Europe a été un véritable accélérateur de l'action climat des entreprises. Dorénavant, les entreprises veulent non seulement agir, mais aussi prouver qu'elles obtiennent des résultats concrets. Plus que jamais, nos solutions doivent les aider à la fois à réduire leurs émissions ET le prouver. En 2023, nos équipes ont donc été mobilisées pour identifier les indicateurs pertinents et fiabiliser la qualité des données remontées.

**Valérie Mas** : Nous avons un double objectif : mesurer l'impact de manière incontestable mais aussi trouver les solutions efficaces qui font vraiment changer les comportements. Nous nous sommes donc rapprochés de chercheurs en économie comportementale afin que nos solutions soient basés sur la science.

### ► VOUS SOUHAITEZ AVOIR DE L'IMPACT : QU'AVEZ-VOUS MIS EN PLACE EN 2023 ?

**FC** : Pour toucher plus de monde, quoi de mieux que d'ouvrir de nouveaux marchés ? Cette année, nous avons

entamé notre expansion européenne en commençant par la Belgique. L'autre levier sur lequel nous avons joué, c'est de soutenir nos clients dans l'électrification de leurs flottes. Cela nécessite de travailler sur l'accompagnement au changement, l'une de nos forces chez WeNow.

**VM** : Nous avons aussi misé sur

l'impact des grandes entreprises françaises quand elles agissent auprès de leurs clients. Avec Engie, par exemple, nous avons réussi à mobiliser plus de 50 000 personnes en 3 mois à réaliser leur bilan carbone personnel sur notre plateforme d'engagement. Les grandes entreprises ont une force de frappe incroyable !

« Nous construisons des solutions basées sur la science. »

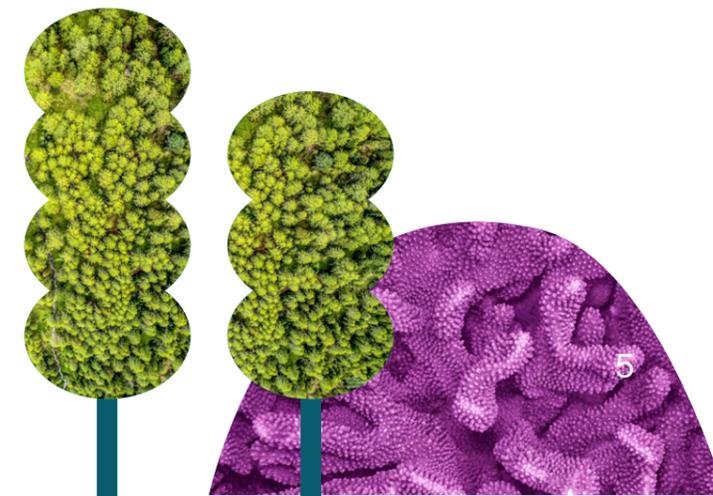


« Avec la CSRD, plus que jamais, les entreprises ont besoin de prouver qu'elles réduisent leurs émissions de CO2. »

### ► EN QUOI VOTRE APPROCHE PERMET-ELLE DE VRAIMENT CHANGER LES COMPORTEMENTS ?

**FC** : Notre approche se distingue de nombreuses solutions sur le marché sur deux axes : orientés « passage à l'action », nous jouons avant tout sur les émotions positives et sur les co-bénéfices des actions pour mobiliser les équipes.

**VM** : Nous avons également lancé un programme de R&D sur la structuration de référentiels de compétences, en commençant par l'univers de la mobilité durable. La transformation attendue dans le domaine de la décarbonation au sein des entreprises devient un enjeu RH, incluant le développement de nouvelles compétences certifiées. Nous accélérons sur ce point avec des projets formation structurants !



# 2-NOTRE RAISON D'ÊTRE ET NOS MISSIONS D'ENTREPRISE

## WeNow, qui sommes-nous ?

### Nous sommes la greentech qui secoue l'engagement pour le climat des entreprises

avec des solutions positives et pragmatiques qui font vraiment passer à l'action !

Nous sommes devenus, en 9 années d'existence, une entreprise de référence dans le domaine de l'action pour le climat. Nous sommes la seule société française du secteur recommandée par l'Onu et première au monde à recevoir le label Gold de la démarche climat de l'Onu.

Chez WeNow, nous pensons qu'agir pour le climat, c'est plus qu'un engagement : c'est une opportunité. Nous sommes convaincus que l'action pour le climat peut être un vecteur de transformation profonde et bénéfique pour les individus et les organisations. Et notre rôle est justement de les aider à faire de leur engagement pour le climat un accélérateur de transformations positives pour leur collectif, leur business et leur image de marque.

Pour jouer ce rôle, pour accélérer les transformations positives chez nos clients, nous proposons des solutions sur tous les leviers de leur neutralité carbone.

### Nous proposons 3 familles de solutions

#### Des solutions de mobilité durable

Elles permettent à nos clients de réduire rapidement leurs consommations de carburant, de faire évoluer durablement le comportement des conducteurs de véhicules de leur flotte et de repenser l'offre de mobilité de leur entreprise.



#### Des solutions de sensibilisation et d'engagement



Elles permettent à nos clients de mettre à bord concrètement et efficacement leurs collaborateurs, leurs fournisseurs ou encore leur clients dans la mise en action de leur politique climat.

#### Des solutions de mesure et de compensation

Elles permettent à nos clients de réaliser leur bilan carbone (pour identifier là où ils peuvent agir) et contribuer à la neutralité carbone mondiale en finançant des projets carbone aux meilleurs labels dans le monde ou des projets de reforestation en France labellisés "Label bas carbone" par l'Etat français en partenariat avec l'ONF.



### Business cases

Nous intervenons pour des clients au profil très diversifiés, de la PME locale au grand Groupe leader dans son domaine. Par exemple, WeNow :

- **équipe la flotte de la Française des Jeux** avec sa solution d'éco-conduite,
- **forme les équipes de BPI France** à l'éco-conduite avec sa formation digitale,
- **travaille aux côtés de Fraîcheur de Paris**, le gestionnaire du réseau de chaleur de la ville de Paris, pour l'aider à contribuer à la neutralité carbone mondiale en finançant notamment des projets label bas carbone.

## Nous sommes animés par quatre valeurs qui guident nos actions au quotidien :



### Nous sommes CRÉATIFS

nous imaginons et développons toujours de nouvelles idées pour mieux transformer l'engagement climat de nos clients en valeur ajoutée économique, environnementale et sociale.



### Nous sommes PRAGMATIQUES

Nous sommes positifs : nous savons que seule la motivation crée les conditions d'un passage à l'action volontaire et enthousiaste. Aussi, nous alimentons sans cesse cette motivation à agir en mettant un maximum d'énergie positive dans notre accompagnement et dans nos solutions.



### Nous sommes POSITIFS

nous savons que seule la motivation crée les conditions d'un passage à l'action volontaire et enthousiaste. Aussi, nous alimentons sans cesse cette motivation à agir en mettant un maximum d'énergie positive dans notre accompagnement et dans nos solutions.



### Nous sommes ENGAGÉS

nous mettons toute notre énergie à transformer positivement les individus et les organisations auprès desquels nous intervenons. Nous nous donnons tous les moyens pour créer de l'impact et faire la différence.

## WeNow, en quelques chiffres

WeNow, à fin 2023, c'est :



9 années d'existence



une croissance de 52% en moyenne par an sur les 3 dernières années (2021-2022-2023)



1 levée de fonds en 2019 de 1,3 M€ auprès de Raise Impact, Lita, FBA et Yves Choueifaty



15 personnes qui travaillent au quotidien



plus de 200 clients



66 200 personnes formées depuis le lancement



1 060 000 litres de carburant économisés



123 336 arbres plantés pour soutenir la présence de la biodiversité et nos forêts publiques sur le territoire Français



401 000 tonnes compensées à l'international et 3 789 tonnes labellisées bas carbone



RAISON D'ÊTRE

«Nourrir l'enthousiasme d'agir pour le climat»

En 2021, nous avons décidé de franchir le pas et devenir entreprise à mission.

Pour cela, nous avons travaillé avec tous les collaborateurs, nos fournisseurs, mais aussi nos clients et nos actionnaires.

Nous leur avons demandé de décrire, avec leurs mots, ce qu'était WeNow, ce qu'ils pensaient qu'était notre raison d'être et nos missions.

Les mots "enthousiasme" et "action" sont sortis assez rapidement.

Après un processus itératif, nous en sommes arrivés à une mission qui nous séduisait tous : "Nourrir l'enthousiasme d'agir pour le climat"

Cette raison d'être, nous l'avons déclinée dans les 4 missions suivantes :



MISSION 1

**Éduquer le plus grand nombre aux enjeux climatiques et rendre évidente la nécessité d'agir**

Notre objectif est d'aider le plus de personnes possibles à agir pour le climat.

Cela signifie par exemple former à l'éco conduite une personne qui est obligée de prendre sa voiture. Ou apprendre à identifier si une réunion sera plus efficace en visio ou en présentiel pour réduire les déplacements professionnels d'une entreprise.

Pour atteindre cet objectif de transformation, nous développons et diffusons des formations innovantes. Pour cela nous utilisons notre solution connectée qui permet de donner du feedback aux personnes sur leur conduite, mais aussi des formations de type elearning ou même des ateliers interactifs en présentiel.

NOTRE AMBITION

Faire passer à l'action plus de 10 millions de personnes d'ici 2040

MISSION 2

**Mettre à disposition des solutions pour rendre accessibles et attractifs les changements**

Notre objectif est d'aider le plus de personnes possibles à agir pour le climat.

Cela signifie aussi inventer et construire les outils qui facilitent le passage à l'action en aidant les personnes à mesurer ce qu'ils savent ou ce qu'ils font (solution connectée, bilan carbone) ou à accéder aux bonnes ressources de formation (plateforme de formation).

Pour atteindre cet objectif de transformation, nous consacrons une part importante des ressources de l'entreprise à l'innovation, qu'elle soit logicielle ou pédagogique.

NOTRE AMBITION

Investir plus de 25% des coûts de la structure dans le développement de nouvelles solutions.

MISSION 3

**Cultiver l'envie chez chacun de faire des choix durables au quotidien individuels et collectifs**

Notre objectif est d'aider le plus de personnes possibles à s'engager pour le climat.

Cela signifie par exemple donner envie de lire une publication linkedin qui parle de climat à quelqu'un que le sujet hérisse a priori. Ou aider une personne déjà engagée à la maison à avoir envie de passer à l'action aussi au travail.

Pour atteindre cet objectif d'engagement, nous multiplions les occasions pour notre public d'interagir de manière positive sur le climat. Pour cela nous utilisons des outils de sensibilisation et d'engagement comme les challenges qui jouent sur la motivation sociale, des podcasts qui donnent des modèles inspirants, etc.

NOTRE AMBITION

Cultiver l'envie d'agir pour le climat du plus grand nombre de personnes possible, le plus souvent possible.

MISSION 4

**Accélérer le développement de projets de décarbonation**

Notre objectif est d'enrayer le réchauffement climatique.

Cela passe aussi par le développement de projets de décarbonation qui permettent de réduire ou d'éviter de plus grandes quantités de CO<sub>2</sub>. Cela nécessite de financer des projets de haute qualité, ayant un réel impact dans la durée.

Pour atteindre cet objectif de financement et de qualité, nous sélectionnons - ou développons - des projets sérieux à des prix à la tonne élevés permettant de financer une gestion de projet de qualité. Nous mobilisons nos clients pour les encourager à investir dans ces projets.

NOTRE AMBITION

Doubler chaque année le nombre de tonnes de CO<sub>2</sub> évitées, réduites ou séquestrées via des investissements dans des projets de décarbonation de haute qualité.

## Notre comité de mission

Pour suivre les avancées et challenger nos objectifs et nos plans d'action, nous avons décidé de créer un premier comité de mission composé de différents salariés de l'entreprise et des deux co-fondateurs.

Il se réunit officiellement tous les 3 mois, et plus si nécessaire.

### Le comité de mission assure les missions suivantes :

- ▶ il aide l'entreprise à formuler une déclinaison opérationnelle de chaque objectif,
- ▶ il suit l'exécution de la mission et l'atteinte de ces objectifs,
- ▶ il challenge ces objectifs et, le cas échéant, les fait évoluer,
- ▶ il propose et suit les plans d'action pour atteindre les objectifs,
- ▶ il formalise un rapport de mission annuel en amont de l'assemblée générale annuelle de la clôture des comptes de la société.

### Le comité de mission suit également tous les dossiers relatifs à la politique climat de la société :

- ▶ réalisation du bilan carbone annuel,
- ▶ suivi et mise à jour des certifications BCorp et des labellisations Solar Impulse
- ▶ et ONU (Label Climate neutral Now),
- ▶ suivi et mise à jour des KPI opérationnels et d'impact

## Composition du comité de mission



### Diane Debievre business developer

Diane a commencé chez WeNow en tant qu'alternante et a ensuite été recrutée. Diane aime la rigueur et l'excellence. Elle porte la voix de nos clients dans ce comité de mission. C'est elle qui assure l'animation, au quotidien, des challenges sur la solution connectée.



### Richard Seltrecht lead IOS and Android Software Engineer and IoT manager.

Richard se sent particulièrement concerné par le climat et a adopté, depuis longtemps, la voiture électrique. Richard n'hésite pas à exprimer et argumenter son point de vue même s'il va à l'encontre de celui des dirigeants, et c'est une énorme qualité pour faire progresser l'entreprise sur des sujets comme celle de notre mission. Richard représente l'équipe informatique de l'entreprise.



### Aude Caussariou responsable des programmes et de l'innovation pédagogique.

Aude vient de rejoindre WeNow à 3/5e. Issue du monde scientifique et de l'enseignement, elle porte une attention particulière à l'alignement de l'entreprise et à la rigueur avec laquelle on fait les choses. On l'appelle madame "pourquoi". Et c'est une vraie qualité pour questionner les choix de l'entreprise. Elle représente la partie formation et engagement de l'entreprise ainsi que toute la R&D que nous menons dans ce domaine.



### Fabien Carimalo co-fondateur et co-dirigeant de l'entreprise.

Fabien est un entrepreneur qui ambitionne de bâtir une entreprise qui va impacter le quotidien du plus grand nombre de personnes sur le thème du changement climatique. Fabien pousse l'ambition de l'équipe au maximum tout en veillant à structurer une entreprise qui se donne les moyens d'exister dans la durée, conjuguant à la fois mise en place de partenariats stratégiques long terme (ONU et ONF), mise sur le marché de modèles de développement économiques viables et rêve de construire une "Magic Team" ultra-déterminée et enthousiaste.



### Valérie Mas, co-fondatrice et co-dirigeante de l'entreprise.

Valérie est passionnée par le changement de comportement et s'est formée à la psychologie positive avec l'institut Positran pour devenir Maître praticienne de psychologie positive au travail (en cours de validation). Valérie travaille sur tous les aspects de gaming et de communication pour que le ton reste toujours positif, motivant, sans culpabilisation.



# 3-NOS RÉALISATIONS 2023

## MISSION 1

### Éduquer le plus grand nombre aux enjeux climatiques et rendre évidente la nécessité d'agir

#### NOTRE PLAN D'ACTION

► **développer des partenariats** pour toucher le plus grand nombre de personnes (B2B2C ou B2B2B)

► **développer des formats variés** pour toucher tout le monde  
*(Ex : des contenus et formats pour ceux qui sont sur site et pas sur ordinateur par exemple)*

► **développer des contenus gratuits** pour permettre à de nombreuses personnes d'avoir accès au savoir-faire de nos experts (*blog, newsletter, podcast*)

► lancer une **R&D sur la manière de mesurer l'impact** et le changement impulsé par nos différentes actions.

#### NOS RÉALISATIONS

► Mise à disposition de notre calculateur carbone sur l'espace clients de **Engie**, conférences clients organisées avec la **MACIF**, programme de formation climat «nouveaux arrivants» avec 2 Caisses régionales du **Crédit Agricole**, lancement d'un projet de formation au tri avec **CITEO**

► Nous avons développé plusieurs formats :  
- des **quiz**, qui permettent de sensibiliser de manière courte et ludique  
- des **ateliers expérientiels** (sobriété énergétique)  
- un **nouveau format de podcasts** (<10 mn de témoignages concrets)

► **50 articles** publiés sur le blog vs 4 en 2022  
► **10 newsletters** envoyées  
► **28 épisodes** de podcast  
► **2 webinaires**

► Nous avons travaillé à analyser nos statistiques, la qualification et la montée en qualité de nos données pour affiner les indicateurs d'impact

#### Les indicateurs que nous nous étions fixés pour mesurer nos actions étaient les suivants :

##### Nombre de personnes formées sur nos solutions :

- nb de personnes formées sur la solution écoconduite
- nb de personnes actives sur la plateforme
- nb de personnes ayant assisté à nos conférences et ateliers
- nb de personnes touchées par nos formations SCORM

2 620 nouveaux

40 308 comptes

non disponible

non disponible

Cette année, nous allons également chercher à mesurer l'acquisition des compétences

**Objectif :** doubler le nombre de personnes formées sur nos solutions

**Objectif atteint !** On est passés  
- de 23 272 personnes en cumulé (fin 2022)  
- à 66 200 personnes en cumulé (2023)



## Mission 1 - en détail, ça donne quoi ?

Comme nous l'écrivions en introduction, nous avons commencé à travailler sur chacune de nos missions pour les définir de manière plus concrète et identifier les KPI possibles de suivi. Nous détaillons ici le résultat de ces travaux pour la mission 1

### AXE 1 : Toucher un grand nombre de personnes

Pour que la transition puisse avoir lieu, il faut que plus de 25 % de la population se mette en mouvement (on parle du tipping point).

Chez WeNow nous avons choisi de cibler dans un premier temps **les salariés des grandes entreprises pour maximiser le nombre de personnes touchées.**

Ce choix nous a amené à concevoir des solutions :

- **Acceptables** pour un public large, et pas uniquement pour les convaincus, et, pour cela, on joue sur 3 axes :
  - > Pas de culpabilisation
  - > Investissement faible
  - > Pas de connaissance prérequis
- **Efficaces et rentables**
  - > Faciles à déployer
  - > SCORM, plateforme
  - > Solution connectée sans boîtier
  - > ROI



#### Exemple

Stéphane est directeur RSE de son entreprise. Il aimerait sensibiliser toutes ses équipes au climat. Il a envisagé de faire faire la fresque du climat à tous ses salariés, mais pour 50 000 collaborateurs, cela représente un coût important. Surtout quand on compte aussi les 3 heures de temps de travail de chaque participant-e. Ce dont il rêve, c'est d'actions qui prennent maximum une demi-heure à ses salariés, et qui les fasse vraiment avancer sur la sensibilisation et l'éducation au climat.

#### Réussite

Notre mission sera réussie si nous touchons chaque année **de plus en plus de personnes, et de plus en plus de grandes entreprises.**

#### Proposition de KPI :

- Nombre de personnes qui ont suivi au moins un elearning (scorm ou sur notre plateforme)
- Nombre de personnes qui a consulté au moins une fois notre application
- Nombre de grosses entreprises qui utilisent nos solutions

## AXE 2 : Éduquer en donnant des clés pour prendre les bonnes décisions pour le climat

Certaines personnes veulent bien faire et veulent agir pour le climat, mais elles **ne disposent pas des bonnes informations pour faire les bons choix.**

Alors, la première mission de WeNow inclut le fait de **donner aux personnes les clés pour comprendre les enjeux climatiques** et pour prendre des décisions alignées avec leurs valeurs.

Nous réalisons cette première mission en utilisant plusieurs leviers :

- **Informier** - exposer les personnes à des faits ou des recommandations.
- > Nous rédigeons des articles

thématiques sur notre blog

- > Nous envoyons des mails sur l'écoconduite via la solution connectée

- **Former** - donner aux personnes l'occasion de construire des nouvelles connaissances ou savoir-faire, et surtout leur permettre de tester ce qu'elles ont compris ou appris à faire en leur donnant un feedback

- > Nous créons des formations elearning via la plateforme de formation et en SCORM

- > Nous proposons des webinaires et des ateliers interactifs

- > Nous offrons du feedback sur la conduite des personnes via la solution connectée



### Réussite

Notre mission est réussie si les personnes formées sont capables :

- d'**expliquer** les enjeux climatiques
- de **choisir entre plusieurs solutions** celle qui a le moins d'impact sur le réchauffement climatique. (Nous visons le niveau 2 de la taxonomie de Kirkpatrick )



### Exemple

*Fabrice est convaincu que c'est important d'agir pour préserver la planète. D'ailleurs, cette semaine, il organise un repas au bureau pour son équipe et il a fait très attention. Il a réussi à faire un repas quasi zéro-plastique : couverts en bois recyclables, gobelets en carton recyclé, assiettes compostables. Le problème, c'est que la solution pour des repas qui préservent le climat n'est pas le zéro plastique, mais plutôt le **zéro objet à usage unique**. Et qu'une autre action **encore plus efficace** aurait été de proposer par défaut un repas végétarien. Et de demander qui souhaitait un repas carné, pour ne pas gaspiller de viande.*



## AXE 3 : Sensibiliser pour rendre évidente la nécessité d'agir

Il ne suffit pas que les personnes sachent ce qu'il faut faire pour agir pour le climat, encore faut-il qu'elles **aient envie de le faire**. Qu'agir pour le climat soit une chose motivante !

Chez WeNow, nous participons donc aussi à la **sensibilisation du plus grand nombre** aux questions climatiques. Mais pour rester alignés avec le point 1.1 et nous adresser au plus grand nombre, le plus efficacement possible nous avons fait un choix fort : **donner envie plutôt que faire peur.**

Certaines personnes sont convaincues qu'il faudrait agir pour le climat et que ce qui arrive est grave, mais pour autant, elles ne sont pas convaincues que elles, à leur échelle, peuvent faire quelque chose.

C'est pour ça que nous avons aussi choisi de montrer des personnes inspirantes et de nous appuyer sur les sciences humaines pour convaincre que oui, chacun à un rôle à jouer, même lorsqu'on n'est pas politique ou chef d'entreprise.

Nous réalisons cette mission en utilisant plusieurs leviers :

- **Rendre le changement désirable** : au travers du podcast, du blog et des posts sur LinkedIn, nous montrons des exemples inspirants et rassurants,
- **Rassurer sur la possibilité du changement** : nous expliquons les dynamiques psychologiques et sociales qui permettront de réaliser cette transition

### Réussite

Notre mission est réussie si :

- la **valeur climat** prend davantage de place dans la vie des personnes qui interagissent avec nous.
  - le **sentiment d'efficacité** des personnes (croyances que mes actions sont utiles) augmente grâce à nos interventions,
- Et ce d'autant plus que ce sera pour un grand nombre de personnes !



### Exemple 1

*Justine travaille aux achats. Elle est au courant du réchauffement climatique, mais globalement, ça n'est pas un sujet qui la touche vraiment. Elle a lu quelques posts sur LinkedIn, mais en général, quand quelqu'un aborde ce sujet, elle arrête d'écouter. Récemment, elle a été obligée de suivre une formation sur le sujet. Elle pensait s'ennuyer, voire que ça la démoraliserait, mais en fait c'est tout le contraire. Elle est convaincue désormais d'avoir compris les grandes lignes du problème. D'ailleurs, elle se dit que ce serait peut être le moment de suivre les conseils de son médecin et de limiter sa consommation de viande rouge...*



### Exemple 2

*Julie travaille au service RH. Récemment toute l'équipe a fait une fresque de climat. Julie en est ressortie - comme la majorité de ses collègues - assez choquée : "on va droit dans le mur". Mais quand elle y repense maintenant, elle ne voit pas vraiment de raison d'agir. À quoi bon arrêter de prendre l'avion si tout le monde continue à partir en voyage aux quatre coins du monde ? Mais ce que Julie ne sait pas encore, c'est qu'il y a plein de raisons d'avoir de l'espoir qui donnent envie de passer à l'action : des entreprises ont changé leur business plan, Seb vise le 100% réparable, Décathlon développe le marché de*

*la location de matériel sportif, des lois sont votées... Et surtout, les gestes individuels ont davantage de portée qu'on ne le pense : ils permettent de faire évoluer la norme sociale. C'est ce qui permettra à terme aux politiques de voter de nouvelles lois plus protectrices du climat, et aux entreprises de proposer des nouvelles solutions.*

MISSION 2

## Mettre à disposition des solutions pour rendre accessibles et attractifs les changements

NOTRE PLAN D'ACTION

NOS RÉALISATIONS

▶ <b>finaliser la connectivité</b> avec les véhicules électrifiés de Stellantis et Renault	▶ La connectivité a été <b>finalisée</b> .
▶ <b>continuer à augmenter la connectivité</b> de notre solution connectée sans boîtier - intégrer les marques étrangères	▶ Nous sommes <b>en attente</b> des données des constructeurs
▶ <b>créer de nouveaux formats</b> pour renforcer l'intérêt de la plateforme de formation au niveau des utilisateurs : par exemple des quiz, notamment sur l'éco-conduite, pour proposer une expérience ludique et positive, régulière, aux utilisateurs.	▶ Nous avons développé plusieurs formats : - des <b>quiz</b> , qui permettent de sensibiliser de manière courte et ludique - des <b>ateliers expérientiels</b> (sobriété énergétique) - un <b>nouveau format de podcasts</b> (<10 mn de témoignages concrets)
▶ mettre à disposition de nos clients <b>des challenges clés-en-main</b> depuis une plateforme Notion pour la solution connectée	▶ Ces challenges «clés-en-main» sont désormais <b>disponibles</b> dans une plateforme dédiée
▶ <b>définir de nouvelles statistiques</b> sur la plateforme de formation	▶ Les <b>statistiques de la plateforme ont été re-travaillées</b> , et, désormais, les clients ont accès à de plus amples informations
▶ <b>mettre des petites animations "feedback"</b> dans la plateforme de formation pour encourager les utilisateurs à progresser	▶ Lorsque les utilisateurs et utilisatrices réussissent un quiz, désormais une animation de type « <b>feu d'artifice</b> » les récompense et les motive à continuer.
▶ <b>développer l'authentification automatique</b> à partir des comptes entreprise sur la plateforme de formation pour en simplifier l'accès	▶ Nous avons développé l'accès en mode SSO pour certains clients : par exemple, les client.e.s de Engie peuvent directement se connecter depuis leur accès personnel espace clients Engie.

L'indicateur que nous nous étions fixés pour mesurer nos actions était le suivant :

pourcentage des coûts de structure investis dans ces développements.

**Objectif : investir au moins 25 %**  
**Objectif atteint (25 %)**

MISSION 3

## Cultiver l'envie chez chacun de faire des choix durables au quotidien individuels et collectifs

NOTRE PLAN D'ACTION

NOS RÉALISATIONS

▶ <b>mettre en place un plan de communication plus récurrent</b> afin de donner envie d'agir au plus grand nombre (réseaux sociaux, blog, newsletter, communication client directe...)	▶ <b>50 articles</b> publiés sur le blog vs 4 en 2022 <b>10 newsletters</b> envoyées <b>28 épisodes</b> de podcast <b>2 webinaires</b>
▶ <b>proposer des contenus en fonction des événements</b> de l'année pour cultiver l'envie d'agir	▶ Sur le blog, notre plateforme d'engagement ou encore la solution connectée, nous avons prévu des contenus pour : la journée du recyclage, la journée du climat, le digital clean-up day, la journée de la sécurité, les départs en vacances
▶ <b>développer de nouveaux formats</b> de challenges pour nos clients pour enrichir le panel de challenges disponibles pour nos clients	▶ pas réalisé
▶ <b>développer de nouveaux formats</b> pour intéresser les personnes à l'action climatique différemment (par exemple des ateliers expérientiels)	▶ Nous avons développé un atelier expérientiel sur la sobriété énergétique qui permet aux personnes de, concrètement, mieux comprendre la notion de température, et de tester des objets chauffants près du corps
▶ <b>recenser de manière plus exhaustive</b> et systématique les interactions avec les personnes	▶ pas réalisé
▶ <b>développer un indicateur de mesure de l'envie</b> ou de l'enthousiasme des utilisateurs	▶ pas réalisé

Les indicateurs que nous nous étions fixés pour mesurer nos actions était le suivant :

Nombre d'interactions

- ▶ réseaux sociaux : youtube, linkedin, facebook, instagram
- ▶ nombre de notifications x nombre de personnes destinataires
- ▶ nombre de mails envoyés x nombre de personnes destinataires
- ▶ nombre de visites du site web
- ▶ nombre de mails mensuels envoyés x nombre de personnes destinataires
- ▶ nombre de newsletters envoyées x nombre de personnes destinataires

50 000

non disponible

non disponible

30 000

non disponible

9 849

**Objectif 1 : augmenter les abonnés** sur tous nos réseaux et le nombre d'écoutes par podcast

**Résultats :** LinkedIn + 900 abonnés  
Podcast +1 300 (+15%)

**Objectif 2 :** lancer une réflexion R&D sur la manière de mesurer l'impact des différentes interactions sur le passage à l'action - **non réalisé**

## Mission 3 - en détail, ça donne quoi ?

Comme nous l'écrivions en introduction, nous avons commencé à travailler sur chacune de nos missions pour les définir de manière plus concrète et identifier les KPI possibles de suivi. Nous détaillons ici le résultat de ces travaux pour la mission 3

### AXE 1 : Activer les leviers de motivation de chaque personne

Toutes les personnes ne sont pas motivées à agir pour le climat. Elles ont d'autres priorités pour le moment, et ça se comprend. Pourtant, on a besoin que dès aujourd'hui chaque personne que l'on touche ait envie de passer à l'action.

Alors chez WeNow, nous utilisons tous les leviers de la motivation (pas seulement le fait d'agir pour le climat) pour faire passer les personnes à l'action. Ce choix nous a amené à Nos équipes travaillent sur plusieurs leviers inspirés de la psychologie

pour cultiver l'envie de faire des choix durables :

- Des **challenges** qui s'appuient sur la motivation sociale de participer à des aventures en groupe, et d'être reconnu-e par les autres
- Des **formations** qui développent le sentiment de compétence, le plaisir de se voir progresser.
- La **ludification** de notre plateforme de formation où l'on collectionne les certificats de réalisation d'une formation, et bientôt points et badges.



#### Exemple 1

Fabienne est directrice de la filiale France de son entreprise. L'écoconduite, sur le papier, elle est pour. Pourtant, une fois qu'elle est au volant de sa voiture de fonction, elle a tendance à oublier. Il y a un mois, son entreprise a lancé un challenge écoconduite entre les différentes filiales. Fabienne s'est surprise à jouer le jeu et à obtenir d'excellents scores d'écoconduite.

Enfin, un peu de compétition ça motive !



#### Exemple 2

Frédéric est responsable de l'équipe IT de son entreprise. Au quotidien il doit gérer l'urgence de toutes les demandes qu'on lui fait, et tenir les coûts. Alors le climat, il n'a pas vraiment le temps d'y penser. Il y voit surtout des contraintes, et la promesse d'un sombre avenir. C'est dommage, car ce que Frédéric ne voit pas, c'est qu'il a aussi plein de choses à gagner avec ces changements à venir. Par exemple, moins d'emails, ce sont des serveurs moins pleins. Et du matériel électronique qui dure plus longtemps, c'est moins de coûts, et peut-être la possibilité d'acheter du matériel plus haut de gamme.

#### Réussite

Cette mission est réussie si les personnes :

- indiquent que nos challenges et nos formations sont **motivants et ludiques**. Et si évidemment elles passent à l'action !
- peuvent **citer un bénéfice positif personnel** (autre que le climat) pour chacun des **gestes pro-environnementaux** que nous recommandons dans nos formations et dans notre communication.

### AXE 1 : Cultiver l'envie au quotidien

Les actions de sensibilisation ou de formation sont souvent ponctuelles. Or nous savons que changer de comportement, c'est une opération de long terme. Alors chez WeNow nous essayons de donner de la récurrence à nos actions, pour aider les personnes à ne pas oublier les actions climat.

Nous réalisons cette mission en intégrant de la récurrence et de l'événementialisation dans nos actions :

- **Communication régulière** sur les

réseaux sociaux

- **Actions étalées dans le temps** dans les entreprises,

> En formation. Exemple : un atelier de lancement, un elearning, un challenge en ligne 2 mois plus tard, puis un webinaire interactif de synthèse de l'action 6 mois après le lancement.

> Pour la solution connectée : des notifications régulières, 3 challenges par an dans l'entreprise



#### Exemple

Alexandre a suivi une formation à l'écoconduite quand il est arrivé dans l'entreprise. Il a beaucoup appris pendant cette session de conduite "accompagnée". Pourtant 2 ans plus tard, quand le gestionnaire de la flotte a mis en place les boîtiers d'écoconduite, il s'est bien rendu compte qu'il avait perdu la main. Mais depuis quelques semaines, il est souvent en tête de son équipe sur le leaderboard : "le coaching régulier, les notes, et surtout, de pouvoir consulter le classement régulièrement, ça aide à ne pas perdre de vue l'écoconduite".

#### Réussite

Notre mission est réussie si :

- **une même personne est touchée plusieurs fois d'affilée par nos contenus**
- les personnes disent que **les contenus WeNow les aident à passer à l'action au quotidien**

## Nos réalisations 2023 (suite)

### MISSION 4

## Accélérer le développement de projets de décarbonation

#### NOTRE PLAN D'ACTION

▶ répondre à des **appels d'offre**

▶ travailler à l'**identification** de nouveaux projets labellisables

▶ **qualifier les besoins** chez nos clients sur cette thématique

▶ **sélectionner des projets** certifiés internationaux de haute qualité et des parcelles de plantation à financer en France

#### NOS RÉALISATIONS

▶ Nous avons répondu à l'appel d'offres du festival de Cannes.

▶ Nous y avons travaillé avec l'ONF

▶ Sourcing de projets pour l'aéroport de Lyon respectant le protocole ACA

▶ Nous avons sélectionné des projets internationaux de haute qualité et certifiés pour respecter le protocole ACA

#### Les indicateurs que nous nous étions fixés pour mesurer nos actions étaient les suivants :

▶ Nombre de tonnes financées	22 003
▶ Nombre de projets sur lesquels on a obtenu le label bas carbone (LBC)	4
▶ Nombre de contrats de financement de projets de contribution carbone	2
▶ Nombre d'arbres financés	22 297

#### Objectifs 2023

1. Doubler le nombre de tonnes vs 2022 -> **non atteint** (22 k vs 16 k)
2. Obtenir le LBC pour 4 nouveaux projets -> **réalisé**
3. Augmenter le nombre de contrats de financement de projets de contribution carbone -> **non atteint**
4. Augmenter le nombre d'arbres financés par nos clients pour soutenir le maintien de la biodiversité en France - **non atteint**



# PODCAST EN ROUTE !

**Cà s'partage !**  
by EN ROUTE

**J'ai baissé de 17 % ma conso d'énergie**  
Cédric Lebreton



#97 - EN ROUTE 

**Thomas Szygula**  
Engie

« On a développé un programme d'engagement qui récompense nos client.e.s qui consomment moins. »



#96 - EN ROUTE 

**Cà s'partage !**  
by EN ROUTE

**Comment j'ai arrêté de prendre l'avion**  
Martin Jérôme



#95 - EN ROUTE 

**Cà s'partage !**  
by EN ROUTE

**Comment je deviens végétarienne**  
Aude Caussariéu



#94 - EN ROUTE 

**Jean-Luc Verreux**  
Institut des Futurs Souhaitables

« Osez écouter vraiment celui qui vous énerve »



#86 - En Route 

**Jean-Luc Verreux**  
Institut des Futurs Souhaitables

« La meilleure manière de faire face à l'éco-anxiété, c'est d'agir ! »



#85 - En Route 

**Cà s'partage !**  
by EN ROUTE

**Je suis passé à la boîte zéro mail**  
Sébastien Gaudy



#84 - EN ROUTE 

**Aurélien Bigo**  
Chercheur sur la transition énergétique des transports

« Il n'y a pas de solution magique : il faut activer tous les leviers ! »



#72 - En Route 

**Cassandra Joly**  
Ecolo au boulot

« Ne sous-estimons pas l'impact des « petits » gestes sur le climat »



#93 - En Route 

**Cà s'partage !**  
by EN ROUTE

**Comment j'ai réussi à me passer d'une voiture**  
Cédric Lebreton



#92 - EN ROUTE 

**Laure Wagner**  
1 km à pied

« 65 % des employé.e.s ont un site de leur employeur plus près de chez eux ! »



#91 - En Route 

**Cà s'partage !**  
by EN ROUTE

**Je réussis à rouler à 120 km/h sur autoroute**  
Fabien Carimalo



#90 - EN ROUTE 

**Maxime Picat**  
Stellantis

« Si nous réussissons à nous transformer, l'impact sera colossal. »



#79 - EN ROUTE 

**Alice Barbe**  
Entrepreneuse sociale

« C'est en racontant des histoires positives qu'on fait bouger les lignes »



#78 

**Nelly Pons**  
Artiste, essayiste

« Le changement collectif nécessite que des individus agissent, en acceptant leurs imperfections et leurs incohérences »



#77 

**Nelly Pons**  
Artiste, essayiste

« On a besoin de penseurs qui nous aident à réfléchir à nos choix collectifs »



#76 

**Mary-Lou Mauricio**  
Photographe militante

« Relier ce qui se passe sur le climat à une mesure scientifique est éclairant »



#89 - En Route 

**PODSNACK**

**Stéphanie Foucard**  
CITEO



#90 - EN ROUTE 

**PODSNACK**

**Hubert de Boisredon**  
ARMOR GROUP



#89 - EN ROUTE 

**Cà s'partage !**  
by EN ROUTE

**J'ai divisé par deux mes trajets en avion**  
Diane Debievre



#88 - EN ROUTE 

**EN ROUTE**

**Hubert de Boisredon**  
POD Armor Group

« Être aligné ne dessert pas : au contraire, cela donne, plus de force ! »



#78 

**EN ROUTE**

**Stéphanie Foucard**  
Directrice mobilisation et engagement CITEO

« Les meilleurs ambassadeurs sont les personnes que l'on apprécie dans notre entourage »



#74 

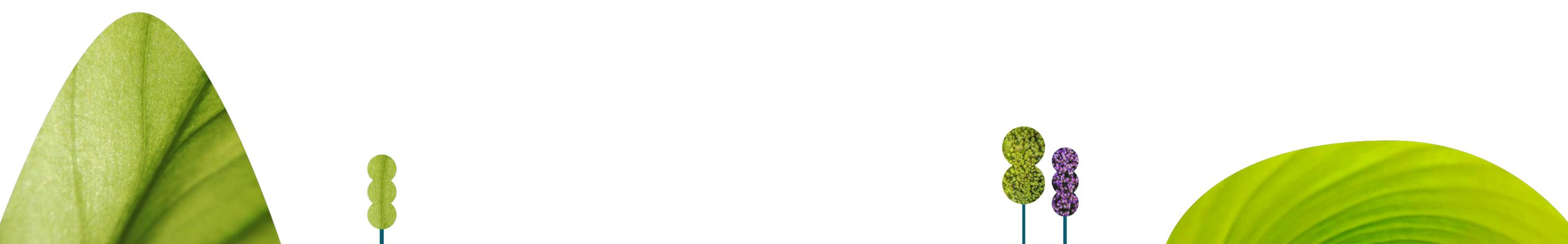
**EN ROUTE**

**Stéphanie Foucard**  
Directrice mobilisation et engagement CITEO

« Vous n'imaginez pas à quel point vous pouvez avoir un impact positif sur les autres. »



#73 



# 4-NOTRE PLAN D'ACTION 2024

## MISSION 1

Éduquer le plus grand nombre aux enjeux climatiques et rendre évidente la nécessité d'agir

Objectif	Indicateurs	Plan d'action
<p><b>Augmenter</b> le nombre de personnes formées / qui ont utilisé nos solutions</p>	<p>Nombre de personnes formées :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Sur la solution éco-conduite</li> <li>▶ Sur la plateforme (formation + bilan carbone)</li> <li>▶ Via les SCORM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Partenariat avec de <b>grosses entreprises</b> : Engie, Citeo</li> <li>▶ <b>Diversifier le public de nos formations</b> : managers, chefs d'entreprise (académie des mobilités durables)</li> <li>▶ Former à <b>l'international</b> (Belgique)</li> </ul>

## MISSION 3

Cultiver l'envie chez chacun de faire des choix durables au quotidien

Objectif	Indicateurs	Plan d'action
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ augmenter le nombre d'<b>abonnés</b> sur les réseaux</li> <li>▶ augmenter le nombre d'<b>écoutes du podcast</b></li> <li>▶ définir une <b>mesure de l'impact des actions de communication sur le passage à l'action</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Abonnés sur les RS : youtube, LinkedIn, Facebook, Instagram</li> <li>▶ Nombre de notifications reçus</li> <li>▶ Nombre de mails ouverts</li> <li>▶ Nombre de visite du site web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Travailler la démarche d'engagement avec des <b>chercheurs</b> en économie comportementale</li> <li>▶ Construire une <b>mesure de l'efficacité sur le changement de comportement</b></li> <li>▶ <b>Montrer davantage ce que font nos clients</b> pour augmenter l'envie</li> </ul>

## MISSION 2

Mettre à disposition des solutions pour rendre accessibles et attractifs les changements

Objectif	Indicateurs	Plan d'action
<p><b>maintenir</b> 25% d'investissement en innovation</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Pourcentage des coûts de structure investis dans le développement</li> <li>▶ indicateurs spécifiques aux développements</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Développer de <b>nouvelles fonctionnalités</b> sur la plateforme d'engagement (scénarios à embranchements)</li> <li>▶ Développer de nouveaux indicateurs spécifiques aux véhicules électriques et hybrides</li> </ul>

## MISSION 4

Accélérer le développement de projets de décarbonation

Objectif	Indicateurs	Plan d'action
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Favoriser des prix élevés</b> à la tonne et <b>renforcer les critères de sélection</b> pour contribuer à structurer la filière contribution climat</li> <li>▶ Elargir les types de projets à <b>l'agriculture régénérative en France</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ prix des projets labellisés bas carbone &gt;60€/t</li> <li>▶ Des projets agriculture en portefeuille</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Élargir un partenariat structuré autour de l'agriculture régénérative labellisée bas carbone</li> </ul> <p><i>Contextualisation : éviter tout risque de greenwashing dans un contexte de marché où la confiance a diminué en 2023</i></p>



## 5-CONCLUSION

Et voilà, c'est la fin de notre deuxième rapport de mission !

### **Cela reste un challenge de trouver du temps pour le comité de mission :**

- ▶ après notre premier Audit début 2023, nous avons tenu un rythme régulier au sein du comité de mission les premiers mois
- ▶ En lien avec notre forte croissance, le comité de mission n'a pas pu se réunir sur le second semestre autant que nous l'avions prévu
- ▶ Il a fallu accepter de prioriser et d'être réaliste sur ce que nous pouvions faire, en progressant pas à pas.

### **Les perspectives d'améliorations sont passionnantes !**

- ▶ L'évolution de l'organisation a notamment permis de créer un pôle produit. Ce pôle va permettre notamment d'améliorer la définition et qualité des données que nous exploitons, ce qui est fondamental pour construire des KPI pertinents
- ▶ De nombreux travaux en cours vont nourrir chaque brique de nos missions pour pouvoir encore plus inspirer nos parties prenantes et rendre visible l'impact que nous générons

Nous remercions tous les personnes qui n'ont fait confiance et notamment tous les clients qui transmettent le même enthousiasme que l'équipe WeNow auprès de leurs équipes en déployant nos solutions.

C'est un grand motif de fierté de constater que notre impact peut se démultiplier rapidement.

**Rêvons tous en grand !**



**Faites de l'action climat un moteur d'enthousiasme et d'engagement collectif !**

[contact@wenow.com](mailto:contact@wenow.com)

