

Rapport d'impact 2023



Rapport annuel 2023 du groupe Digital4Better et de sa marque Fruggr, un rapport témoin de notre démarche d'amélioration continue et de notre raison d'être.



4^{ème}
édition

03

Introduction : retour sur une nouvelle année d'impact



10

En immersion : reportage au coeur de l'impact



23

L'impact mesuré

Indicateurs environnementaux	26
Bilan GES	27
Indicateurs sociaux	29
Indicateurs de gouvernance	31
Indicateurs sociétaux	34

04

Une entreprise à mission

Notre raison d'être	05
Nos valeurs	06
Expertise	06
Transparence	06
Partage	06
Engagement	06
Mission & Vision	07
Retour sur la labellisation GreenTech Innovation, avec Thomas Cottinet	08
Retour sur la labellisation Image & Réseaux, avec Hervé Saliou	09

Racines locales, impact global - notre engagement territorial 12

De la sensibilisation à l'impact 13

De la recherche au tangible 14

Une mission portée au quotidien : une journée avec le comité Challenge4Better 16

B Corp : le label légitime des sociétés à impact 16

Assurer la relève 18
 Notre action dans les écoles 17

De l'engagement à l'action concrète : faire résonner notre message 19

Tourné vers l'autre 20
 Focus sur... l'IINAF 20

 Focus sur... L'ACIAH 20

 Focus sur... Open Food Facts 20

Observatoire de l'entreprise 21

36

Conclusion : trajectoire de l'impact

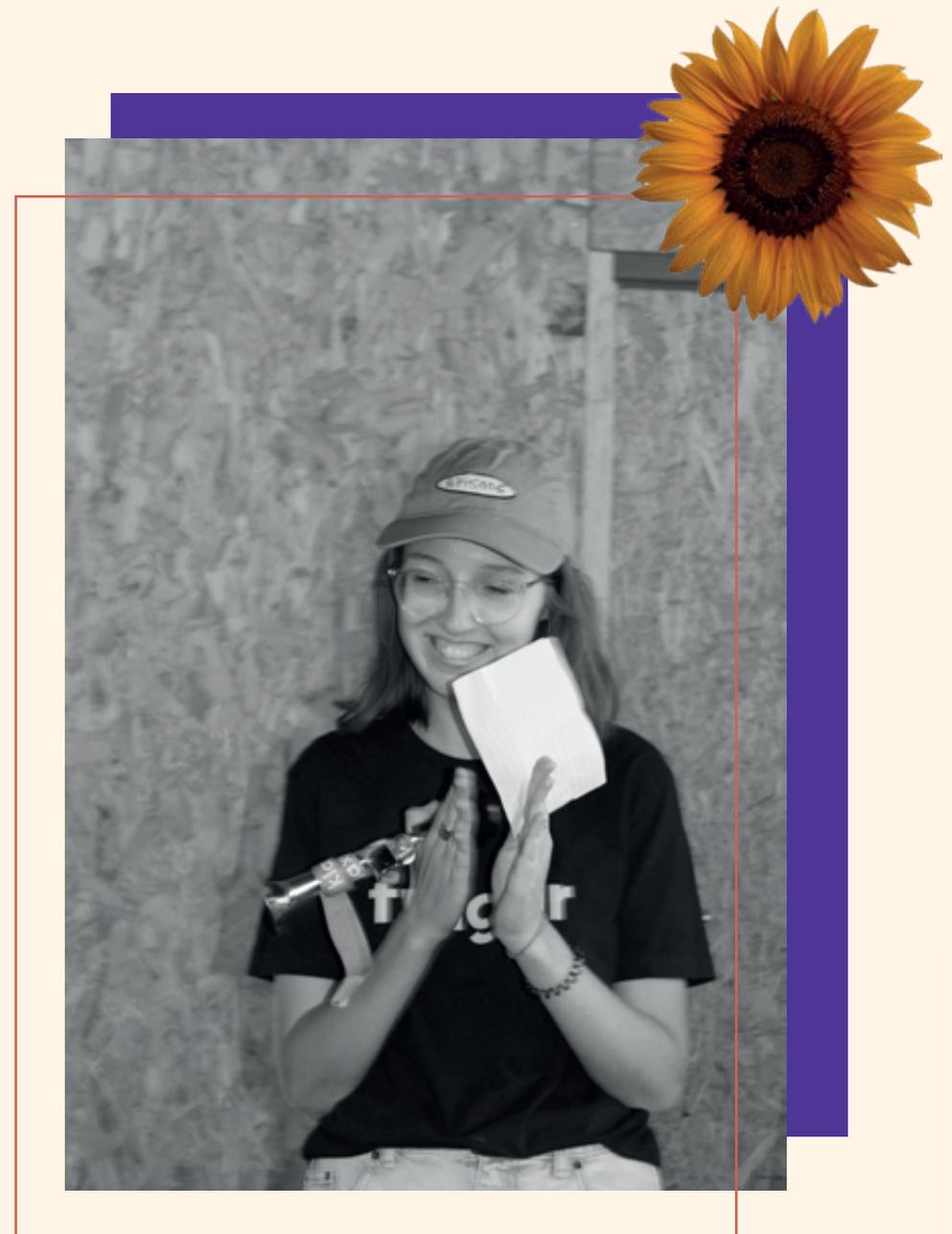


Retour sur une nouvelle année d'impact

Le 4ème !

Il s'agit de notre 4ème rapport d'impact depuis notre création. En espérant que nous avons progressé dans notre impact. Nous savons que nous ne sommes pas les meilleurs au monde mais chaque jour nous tâchons de faire mieux. Pas d'amélioration sans mesure nous adorons le dire et cela s'applique aussi à nous. Il n'y a pas d'entreprise à impact sans rapport d'impact !

4 ans plus tard, il est intéressant de voir les réflexions que nous avons portées. Notre entreprise se situe à l'intersection de la RSE et du numérique. Ce sont deux leviers d'une performance durable de toute organisation. C'est une chance pour nous d'agir sur ce terrain de jeu. Mais nous apprenons chaque jour aux côtés de nos différentes parties prenantes. Cela reste une constante pour nous : l'importance de nos parties prenantes. Tous les salariés composant l'entreprise, nos clients qui nous font confiance (pour certains depuis presque 4 ans !), les associations avec lesquelles nous agissons, nos partenaires... Sans toutes ces personnes, nous n'en serions pas là.





Une entreprise à mission



Notre raison d'être



Digital4Better est né d'une profonde volonté de promouvoir un numérique à impact positif et d'accélérer la responsabilité numérique sociétale des entreprises. Cet engagement se retranscrit autant dans nos statuts qu'il s'infiltré dans notre activité au quotidien. La recherche d'impact est au cœur de notre modèle ainsi que dans nos produits et services.

Dans notre modèle : nous sommes une entreprise à mission, inscrite dans l'ESS.

Dans nos activités : nous recherchons de manière systématique la réduction d'impact environnemental et social sur les projets, et la création d'impact positif. La solution Fruggr que nous avons développée participe à l'amélioration continue des entreprises quant à leur responsabilité numérique (RNE).



Chez Digital4Better, au-delà de nos statuts, ce sont 50 experts engagés qui croient à un numérique comme vecteur d'impact positif, et dont sa conception-même est repensée pour en limiter les impacts.

Avec la même priorité pour les enjeux environnementaux que sociaux, trop souvent oubliés des discours et des actes.

La concrétisation de notre raison d'être a été définie comme suit dans nos statuts :

"La société poursuit comme objectif principal la recherche d'une utilité sociale, caractérisée par :

- **la transition énergétique** en réduisant l'impact de l'usage du numérique sur l'environnement
- **le développement durable** par la promotion d'une économie durable avec un impact social fort
- **l'inclusion** en permettant un accès à tous aux outils numériques
- **l'innovation sociale** pour les publics en difficulté et **la solidarité territoriale** par la mise en œuvre de dispositifs digitaux (Tech for Good)."

Nos valeurs

Expertise

Réunir les meilleurs experts pour travailler sur des projets porteurs de sens pour tous. Notre force réside dans le fait que notre expertise est plurielle, et horizontale : chacun a la capacité de monter en expertise par le partage et l'enrichissement mutuel. Nous diffusons notre vision et notre savoir-faire tout en respectant les priorités et la culture de nos clients.



Partage

Nous partageons notre expertise en rédigeant de nombreux contenus, en sensibilisant les parties prenantes et en contribuant à des projets open source. Nous partageons également les bénéfices générés par nos projets de manière équitable : 50 % sont réinvestis dans notre société pour garantir sa résilience, tandis que les 50 % restants sont reversés aux salariés et à des actions à utilité sociale.



Transparence

Digital4Better prône une gouvernance participative basée sur un modèle libéré, où la transparence envers nos collaborateurs, clients et partenaires est essentielle. Nous publions beaucoup d'éléments ouverts à tous et avons fait le choix d'une ouverture totale aux salariés.

Rapports, grille salariale, chartes et bien d'autres, tout est disponibles directement depuis notre site internet. En interne, n'importe quel salarié peut assister aux comités de direction...



Engagement

Notre engagement en faveur d'un numérique responsable est au cœur de notre mission. Nous sommes convaincus que la performance de nos clients doit être compatible avec la préservation de notre planète et le bien-être de tous.

Chaque collaborateur dispose de 17 jours « impact » dans l'année afin de proposer du mécénat de compétences en lien avec la mission de Digital4Better. Ces jours allouent alors du temps à chacun pour s'engager dans des associations qui promeuvent un numérique plus responsable.

Mission & vision

Entreprise à impact - Top 50 2023

Le classement des 50 entreprises les plus impactantes a été annoncé à Paris le 9 mai dernier, en présence de Mme Marlène Schiappa, ministre de l'Économie sociale et solidaire et de la Vie associative. C'est la 2ème année consécutive que nous figurons à ce palmarès et cela constitue une grande fierté pour les équipes.

Une économie à impact positif

Nous avons grandi grâce aux écosystèmes d'acteurs à impact, ou parfois tout simplement grâce à des groupes de travail à impact.

Le Mouvement Impact France est un de ceux qui nous ont aidé à mieux comprendre, à s'inspirer d'acteurs engagés. Nous avons également avancé avec des acteurs de notre secteur comme ADN Ouest ou encore Femmes du digital, associations dans lesquelles nous tâchons d'être actifs. Nous sommes également adhérents de DRO (Dirigeants Responsables de l'Ouest) et de la communauté B Corp, mais de notre fait n'avons pas été assez présent dans les groupes de travail afin de partager nos idées et tirer profit de l'expérience des autres.

Lauréat Impact du Réseau Entreprendre et lauréat initiative remarquable France Initiative, ces deux réseaux nous ont apporté beaucoup. En 2023, nous avons eu le plaisir de partager notre projet lors de l'assemblée générale de de France Initiative. Un beau moment de partage avec notamment d'autres entrepreneurs qui ont eu des projets à impact tellement inspirants.



Mission à impact : l'expertise au service de son empreinte

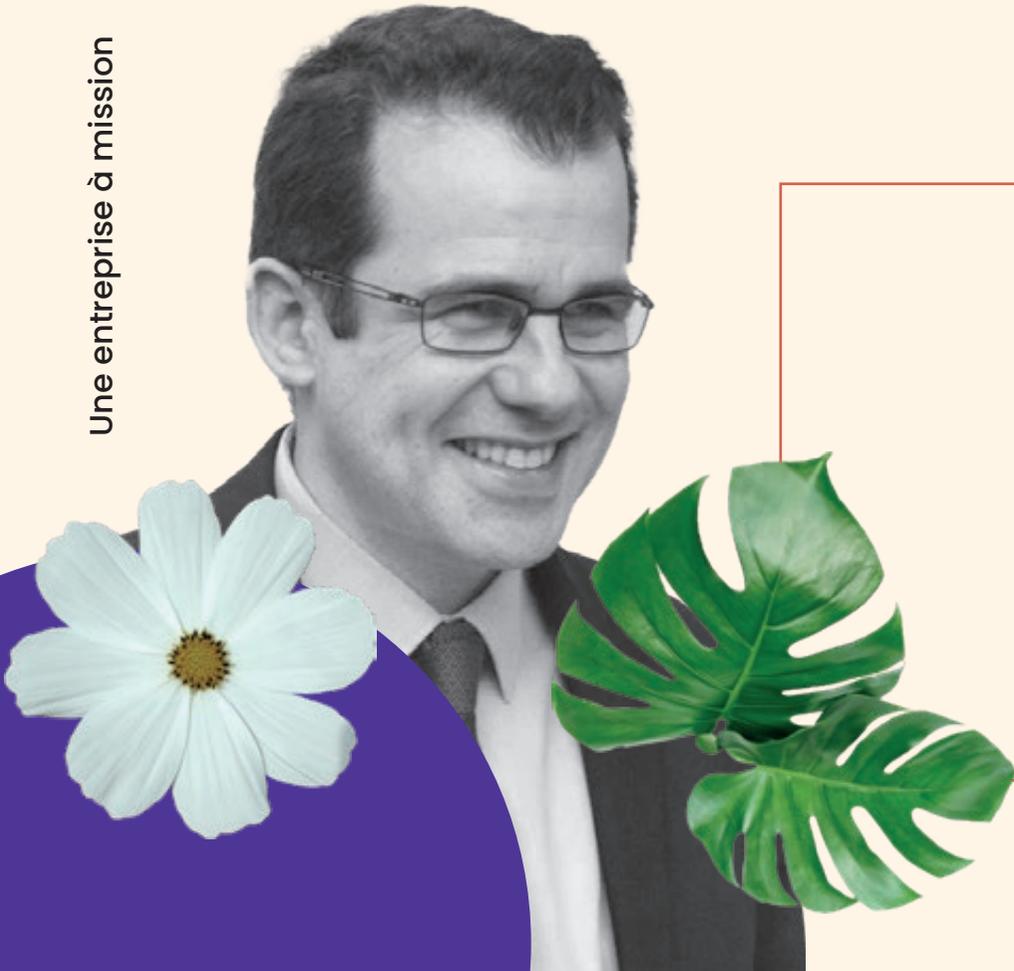
La mission de Digital4Better se traduit par la **volonté d'impact sociétal positif** et significatif dans le cadre de nos activités commerciales et opérationnelles. C'est pourquoi, nous voulons que notre recherche, notre expertise, et les solutions que nous développons répondent à des exigences et des critères de qualité. Ainsi, nous ne nous efforçons pas juste à faire moins, mais à faire mieux.

C'est dans ce cadre établi que Digital4Better a souhaité labelliser son expertise. Afin de certifier de l'expression quotidienne de notre mission dans nos activités. Digital4Better, avec sa solution Fruggr, est donc labellisée **GreenTech Innovation** et fait partie du cercle **Image & Réseau**.

Retour sur la labellisation GreenTech Innovation, avec Thomas Cottinet

Thomas Cottinet est directeur de l'ECOLAB, Laboratoire d'innovation du Ministère de la transition écologique chargé de l'accompagnement des start-ups innovantes, en charge de la labellisation Greentech Innovation. Il revient avec nous sur les critères de ce label exigeant ainsi que les raisons de la qualification de Fruggr en la matière.

Une entreprise à mission



Pouvez-vous nous parler des critères ainsi que de la méthodologie employée pour la labellisation ?

« Nous opérons [dans le processus de labellisation] selon un modèle organisé en une douzaine de «verticales», qui correspondent à des marchés liés à la transition écologique. Cela inclut des secteurs tels que l'efficacité énergétique, la mobilité durable, l'économie circulaire, les déchets, ou encore le Numérique Responsable.

Dans un contexte où il est impératif de réduire de 138 millions de tonnes les émissions de CO2 de la France d'ici 2030, il est crucial d'accélérer nos progrès dans tous les domaines. Notre objectif est d'identifier et de soutenir les entreprises qui peuvent jouer un rôle clé dans cette accélération en proposant des solutions pertinentes. »

Que pouvez-vous dire de votre analyse de la solution Fruggr ?

« Le pôle R&D ainsi que l'approche pluridisciplinaire de Digital4Better (éditeur de Fruggr) s'étant considérablement développés depuis 2021, nous avons eu le plaisir de labelliser la solution en 2022. Digital4Better a su mettre en avant son évolution positive, en mettant particulièrement l'accent sur les engagements envers la sobriété et la frugalité, des valeurs devenant de plus en plus cruciales avec la mise en place du Plan sobriété et la Stratégie Bas-Carbone du gouvernement. Un des atouts majeurs de Fruggr est sa capacité à évaluer non seulement l'impact du numérique en termes de Co2, mais aussi en termes de biodiversité, d'eau et d'énergie, ce qui a été particulièrement bien accueilli. En tant que précurseur dans la compréhension de l'impact global du numérique, Fruggr a su se distinguer de manière significative. »

Retour sur la labellisation Image & Réseau

avec Hervé Saliou

Nous avons fait appel au pôle de compétitivité de l'innovation numérique Images & Réseaux afin de labelliser nos projets de recherche.

Le Directeur Général du pôle de compétitivité Images et Réseaux, axé sur l'innovation numérique, Hervé Saliou, partage les détails de leur processus de labélisation et revient sur la qualification de Fruggr.



Pouvez-vous nous présenter votre processus labellisation, ses critères ainsi que la méthodologie employée ?

« Les critères d'analyse se concentrent sur la dimension innovante et stratégique du projet, en évaluant notamment sa capacité à dépasser l'état de l'art et à surmonter des obstacles technologiques. L'équilibre du projet, la répartition de la propriété intellectuelle, les retombées envisagées, ainsi que les perspectives sont également évaluées. De plus, des critères liés au développement durable et aux impacts sociaux, tels que l'accessibilité et le respect de la vie privée, sont pris en considération. Les projets présentent souvent différents niveaux de maturité, et il est essentiel de collaborer étroitement avec le consortium. »

Que pouvez-vous dire de votre analyse de la solution Fruggr ?

« L'empreinte numérique de nos structures s'est développée de manière considérable, et continue de s'accroître, notamment en termes d'impact environnemental. L'objectif du Pôle Images et Réseaux vise à promouvoir un numérique sécurisé et écoresponsable. C'est dans ce contexte que Fruggr se distingue en analysant les sites web et en fournissant des recommandations pour aider les utilisateurs à surveiller et réduire leur empreinte numérique. La simplicité de son déploiement en mode SaaS en fait un outil accessible. »



En immersion

Reportage
au coeur de
l'impact

Digital4Better, c'est un projet, une mission, portés par 50 experts du numérique responsable. Le cœur de l'impact de notre structure se révèle dans leur quotidien : ce sont eux nos meilleurs ambassadeurs et qui savent le mieux parler de notre impact, c'est pour cela qu'on leur donne la parole au travers ce rapport. Rétrospective des actions clés de l'année passée :



Racines locales, impact global
Notre engagement territorial



De la sensibilisation à l'impact
Focus avec Ariane



De la recherche au tangible
Focus avec Estelle



Une mission portée au quotidien
Focus avec Myfanwy



Le label des sociétés à impact
Zoom sur le label B Corp



Assurer la relève
Retour sur nos interventions



De l'engagement à l'action concrète
Focus sur le projet Ecocards



Tourné vers l'autre
Focus sur nos participations



Observatoire de l'entreprise
Les piliers qui font D4B



Racines locales, impact global - notre engagement territorial

Nous sommes issus des territoires : et aimons rappeler que moins de 20% des personnes habitent en Ile de France. Notre ambition est importante et dépasse les frontières, mais notre ancrage dans les territoires est et restera important pour nous. L'engagement territorial est au cœur de notre ADN chez Digital4Better.

Malgré des résultats en-deçà des attentes, Digital4Better continue de tisser des actions et des relations à Nantes et Rennes. Le retour d'expérience met en lumière la nécessité de mieux établir des partenariats essentiels.

2023, c'est aussi l'année de l'initiatives territoriales, dont la plupart sont issues d'idées des collaborateurs. Et c'est grâce à l'idée de Typhaine et Xavier que nous avons lancé l'organisation de la Journée du Numérique Responsable (JNR) dans l'Ouest, en copilotage avec l'association ADN Ouest (dont Jérôme Lucas est l'un des administrateurs). Les objectifs au travers de cette journée sont multiples : approfondir les enjeux sociaux, environnementaux et éthiques du numérique, obtenir des leviers d'actions pour agir à court, moyen et long terme, rencontrer des professionnels de tout secteur soucieux d'un numérique plus responsable, etc. La JNR aura effectivement lieu le 23 mars 2024 à Nantes, et sera déclinée à Brest, Givres, Angers et La Roche-sur-Yon.

L'impact est quelque chose qui se gère dans le temps, dans la durée ; l'impact ne se fait pas seul il se fait avec un écosystème, c'est pour cela que pour nous privilégier nos actions dans les territoires, aux côtés notamment d'associations et autres acteurs est clef.



De la sensibilisation à l'impact

La sensibilisation à l'impact du numérique responsable repose sur une démarche transverse comparable à celle de l'ISO 14001, et mettant en avant la nécessité d'un «management du numérique».

Ariane a notamment accompagné l'ADEME dans sa démarche de labellisation en 2023. Le besoin est né d'un changement de référent INR, et l'accompagnement visait à soutenir la nouvelle personne en charge du numérique responsable. Ariane a expliqué la démarche de labellisation, son fonctionnement, les interlocuteurs impliqués, et l'engagement sur trois ans. Elle souligne que la labellisation implique un engagement sur la base d'un plan d'action sur trois ans, permettant aux entreprises de s'améliorer progressivement.

Ariane fait partie du comité de labellisation NR porté par l'agence Lucie. Ce comité, **formé d'experts du NR bénévoles**, valide les labellisations ou les renouvellements **lors de séances mensuelles**. Ariane souligne l'importance de l'engagement éthique dans ce comité : **les décisions sont prises à plusieurs, en toute objectivité et encourage les organisations dans leurs efforts**. Cependant, **l'expert ne prend pas position sur les séances où sont évoqués des dossiers d'organisations avec lesquelles il est en lien. Cela a été le cas pour Ariane, notamment sur la validation de label pour l'ADEME.**

“Le numérique responsable, c'est une démarche complètement transverse, le numérique étant déjà une activité transverse dans une organisation. Si on veut soutenir et pérenniser une transformation autour du numérique responsable, il faut que cela s'accompagne d'une démarche valorisante touchant toutes les couches de l'entreprise, que le label va permettre de structurer”. – Ariane Molet, consultante en numérique responsable

«C'est la manière dont les organisations abordent le sujet qui va déterminer l'ambition associée».

De la recherche au tangible



Faire progresser l'état de l'art « au-delà du carbone »... Mais qu'est-ce que cela signifie ?

Nous souhaitons nous intéresser à tous les indicateurs d'impacts environnementaux, et pas seulement le carbone, afin de s'approcher d'une vision la plus globale et réelle possible.

« Notre objectif, en R&D, est de réussir à intégrer ces indicateurs dans le système de scores » - Estelle, chercheuse en R&D.

Recherche de cohérence et d'amélioration permanente avec des mises à jour régulière pour notre outil Fruggr. Une dynamique qui se retrouve également par la mise en place d'un processus de revue critique du moteur de calcul par l'entreprise Hubblo.

Prochainement, de nouveaux indicateurs vont être intégrés afin de permettre à l'outil d'avoir une vision toujours plus complète des impacts environnementaux des services numériques. Ces derniers ont été sélectionnés en partant du RCP mère de l'ADEME sur les services numériques, et sont :

- Le changement climatique total
- L'acidification
- L'écotoxicité des eaux douces
- La toxicité humaine (effets cancérigènes et non-cancérigènes)
- Les émissions de particules fines et de substances ionisantes
- L'utilisation de la ressource en eau
- L'épuisement des ressources naturelles.

« On aimerait trouver un système de scores qui se baserait sur les limites planétaires ».

En ce début d'année, Estelle travaille sur la V2 du moteur de calcul de Fruggr, très prochainement publié en open source. Elle explique que, cette année, l'indicateur de référence a été remis à jour et réaligné pour avoir l'impact intrinsèque et opérationnel, de la fabrication à la fin de vie, en passant par l'utilisation. 2024 marque également la mise en open source des données :

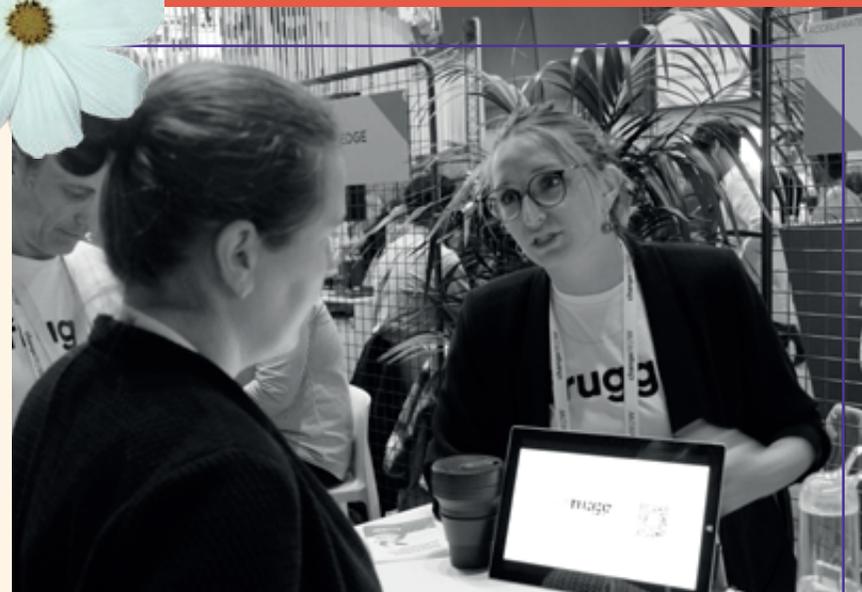
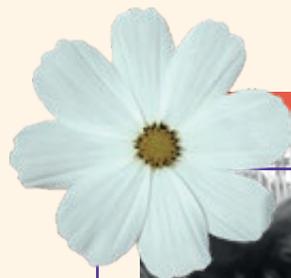
« On a produit notre propre référentiel de facteurs d'impacts entièrement disponible sur GitHub, comprenant les facteurs d'impacts pour tous les pays. On a le découpage par mois de plus de 85 pays et même région pour les Etats-Unis et le Canada, et ce depuis 2021. »



Expertise & biens communs

Le partage des connaissances est clef, encore plus sur un sujet comme le numérique responsable qui n'est pas à l'état de l'art. L'association majeure reste l'INR sur le numérique responsable, qui est notamment à l'origine du RGEN (Référentiel Général d'Ecoconception de Service Numérique), dont le « papa » est le GR491 de l'INR. Notre implication dans l'INR reste constante depuis notre création. En 2023, notre DG a intégré son conseil d'administration.

Nous avons participé (et allons continuer à participer !) à différents groupes de travail que ce soit de l'AFNOR, de l'ADEME, ... Nous siégeons également au haut comité pour le numérique écoresponsable lancé par le gouvernement.



« Cela nous permet de contribuer à l'écosystème, de ne pas rester dans notre coin tout en restant au courant des actualités. C'est la parfaite occasion pour avoir des échanges autour de problématiques et de questionnements que nous avons, mais aussi de poser des questions sur des travaux en cours et d'avoir des avis. » - Estelle, chercheuse en R&D.

En 2023, Digital4Better est entrée dans la communauté Boavizta, un groupe de travail inter-organisations sur l'évaluation d'impacts environnementaux du numérique. Au travers des échanges avec les membres du groupe, nous reconnaissons l'importance des répercussions environnementales et sociales liées à la numérisation. Notre engagement au sein de cette communauté et la cocreation de ressources sous licences libres n'est qu'à ses débuts, mais souligne l'urgence d'intervenir rapidement autour d'un objectif commun : développer des solutions permettant à toutes les organisations de superviser et d'atténuer l'impact environnemental et social de leur utilisation des technologies numériques.

Notre ambition est d'intégrer de manière progressive au sein des organisations un système de gestion visant à réduire les impacts environnementaux et sociaux générés par leur empreinte numérique. Cela inclut spécifiquement la réduction des émissions de gaz à effet de serre et de l'exploitation des ressources naturelles non renouvelables.

Une mission portée au quotidien : une journée avec le comité Challenge4Better

Le comité Challenge4Better était d'abord une branche de notre comité Impact. Elle est devenue dans un second temps un comité à part entière. Le comité Challenge4Better nous propose de nous encourager ensemble à s'améliorer, toujours dans une dynamique d'Impact by Design véritable boussole des actions entreprises. Pour Myfanwy Page, membre du comité, « c'est un vrai terrain de jeux pour essayer d'améliorer son empreinte. »

« On avait envie de s'encourager à faire des petits gestes. [...] Quand tu discutes avec tous ceux qui sont arrivés chez Digital4Better, on a un point commun : tout le monde essaye de s'améliorer et réduire son impact. Ce n'est pas toujours simple de le faire seul, le but c'est de permettre d'avoir un espace pour essayer de mener des actions. »

« Ce qui reste très important dans les challenges que l'on organise, c'est de ne rien imposer à personne. Nous ne voulons aucune pression exercée sur les collaborateurs pour agir. Les challenges sont un terrain de jeu où chacun peut tenter de s'engager à sa manière. »

Un terrain de jeu qui rythme l'engagement interne chez Digital4Better. Depuis sa création, une quinzaine de challenges ont été menés en interne, et sont autant de moments de partage, d'écoute, d'encouragement, de débat, et de soutien.



Manger végétarien



Venir ensemble à vélo au travail



Organiser un atelier zéro déchet



Se partager des recettes avec des produits de saison



Participer à la journée mondiale de nettoyage de notre planète



Organiser un Clean Up Day dans nos locaux de Nates

B Corp : le label légitime des sociétés à impact



L'engagement de Digital4Better envers une intégration holistique dans l'écosystème économique et social découle de la conviction que les entreprises devraient être des acteurs engagés, plutôt que de simples entités commerciales. Elle aspire ainsi à faire partie d'un réseau, d'une communauté partageant nos valeurs, et à collaborer avec des entreprises éthiques.

Bien plus qu'un simple sceau d'approbation, la certification B Corp est le reflet de l'engagement de Digital4Better envers la durabilité, la transparence et la responsabilité sociale, mais crée également un écosystème favorable à la croissance, à l'innovation et à l'impact positif.

« Dès notre création, l'idée d'incorporer des engagements B Corp a été au cœur de notre mission. Nous avons volontairement choisi de nous positionner parmi les entreprises à impact, démontrant ainsi notre engagement envers des pratiques éthiques et responsables. » - Valérie Reynaud, consultante NR

Pour Digital4Better, l'obtention de la certification B Corp a été un parcours guidé par un questionnaire d'auto-évaluation, le BIM ASSET MANAGEMENT, dès les premiers jours de la création de l'entreprise dont Jérôme Lucas, co-fondateur de Digital4Better, souligne l'importance :

« Ce processus a façonné la gouvernance de Digital4Better en répondant à la question fondamentale « Qu'est-ce que nous voulons faire ? » basée sur l'un des référentiels les plus matures en termes d'exigences et de profondeur. »

Il constate avec humilité : *« Nous n'avons pas de gloire à l'avoir fait, car ce n'était finalement pas si difficile par rapport aux entreprises qui l'ont fait en cours de route. »*

Avec l'expansion constante de l'entreprise, nous reconnaissons la nécessité de professionnaliser davantage nos opérations. Le passage à une échelle supérieure implique des ajustements dans les processus et les modes opératoires, exigeant une réflexion approfondie pour élaborer une stratégie adaptée au prochain stade de croissance de l'entreprise.

Score d'impact global B

Sur la base de l'évaluation d'impact B, Digital4Better a obtenu une note globale de 81,7. Le score médian pour les entreprises ordinaires qui effectuent l'évaluation est actuellement de 50,9.



- 81,7 score d'impact global B
- 80 se qualifient pour la certification B Corp
- score médian de 50,9 pour les entreprises ordinaires

Assurer la relève

Notre action dans les écoles

Les impacts du numérique, les alternatives possibles et les responsabilités qui incombent les acteurs de la numérisation, sont bien souvent dépriorisés dans l'enseignement supérieur. La direction pédagogique prise par les écoles dirige, de ce fait, le futur du numérique. C'est pourquoi Digital4Better a pour mission d'ouvrir la réflexion auprès de la future génération. De la sensibilisation à la formation, en passant par des workshops et conférences, nos équipes se sont déplacées à travers la France pour parler du numérique responsable.



École d'ingénieur, de design ou de commerce, plusieurs collaborateurs sont allés rencontrer notre relève. Franck Valadier, directeur de l'expérience et du design chez Digital4Better, a eu le plaisir de former les étudiants de LISAA, d'Audencia, de Polytech, ou encore de l'ECV Digital à l'écoconception de services numériques. Face à des futurs directeurs et directrices artistiques ou UX/UI designers, Franck a rappelé le rôle de l'équipe design dans les impacts futurs d'un service numérique.

Valérie Reynaud, consultante Numérique Responsable chez Digital4Better, est allée sensibiliser les étudiantes et étudiants de l'École Supérieure du Digital sur l'économie circulaire et son implication dans les métiers du design.



De l'engagement à l'action concrète : faire résonner notre message

Pour que notre mission fasse écho par-delà les frontières de nos activités, nous avons à cœur de faire résonner le numérique responsable au travers d'interventions et projets tournés vers l'extérieur.

Nous avons lancé différentes initiatives comme Agile4Better, un cadre méthodologique qui vient enrichir les méthodes agiles des organisations à rajoutant les notions de sobriété et de conséquence scanning afin d'optimiser ses externalités. Nous pouvons encore évoquer la matrice de maturité numérique responsable afin d'aider les organisations à assurer une transition sociale et environnementale du numérique.

Fin 2022, nous nous sommes demandés comment nous pourrions aider les équipes qui conçoivent des services numériques à inclure le prisme du numérique responsable dans leurs projets, sous une forme plus conviviale. Comment s'approprier au mieux les référentiels, se fixer des objectifs atteignables, et faire cogiter ensemble les équipes techniques, design et opérationnelles ? Tout en mettant un pied à l'étrier d'une conception web plus responsable et de manière ludique ?

Alizée Colin, consultante Numérique Responsable et Franck Valadier, directeur de l'expérience et du design chez Digital4Better, ont fait naître le projet :

« C'est là qu'est né le jeu de cartes EcoCards. Cela a été un réel exercice d'aller piocher dans de nombreux référentiels, de les vulgariser, d'y ajouter une mécanique de jeu utilisable en atelier tout en gardant la structure d'un jeu de cartes classique. On a voulu créer un outil gratuit pouvant être un premier ressort pour enclencher une discussion entre les équipes et faire participer tous les corps de métier le plus tôt possible dans la conception. Le plus : cela reste un jeu de cartes, on peut continuer pour jouer à la belotte après le boulot ! »

EcoCards a été publié sous licence Creative Commons début 2023.

Tourné vers l'autre

Nos actions se poursuivent dans l'accompagnement de structures, afin d'œuvrer en faveur d'un numérique plus responsable, inclusif et accessible à tous. Des missions à impact auquel chaque collaborateur de Digital4Better est invité à prendre part, et dont le contenu varie significativement.



Focus sur... l'ACIAH

L'association nantaise ACIAH (Accessibilité, Communication, Information, Accompagnement du Handicap), dédiée à l'inclusion et à l'accessibilité numérique, organise des ateliers de formation, de bureautique et généalogie, propose un accompagnement personnalisé, aide à l'apprentissage du braille et du clavier par le prêt d'ordinateur adapté.

Notre mission ?

Accompagner l'association dans le développement d'outils spécialisés et adaptés aux malvoyants. Chaque année, nous les accompagnons également sur le DevFest de Nantes afin d'y récolter des ordinateurs portables. Ce partenariat est à double sens : l'équipe de l'ACIAH vient régulièrement sensibiliser les équipes de Digital4Better sur les problématiques de l'accessibilité numérique, nous permettant de prendre plus conscience de l'impact dans leur quotidien.



Focus sur... l'IINAF

L'IINAF est une jeune association rennaise ayant pour objectif d'œuvrer en faveur de l'intérêt collectif, de favoriser la cohésion sociale, l'inclusion numérique, l'égalité femme homme, l'insertion professionnelle, et l'autonomie, notamment des femmes.

Notre mission ?

Mettre en place un outil type monaPLIE, collaborer à la création d'un site web et trouver des alternatives gratuites à Windows ou encore Microsoft Office, afin de permettre un accès à tous aux services numériques. Nous travaillons activement aux côtés des bénévoles de l'association dans cette mission holistique, notamment au travers d'ateliers d'initiation ou d'accompagnement des bénévoles.



Focus sur... Open Food Facts

OpenFoodFacts est une association à but non lucratif indépendante engagée dans la transparence alimentaire. Ses actions répondent à des enjeux environnementaux, de santé et de recherche. L'association, avec l'aide de sa communauté, a développé une base de données collaborative, libre et ouverte des produits alimentaires du monde entier.

Notre mission ?

Leur donner un coup de main sur la l'écriture, le storytelling et la formalisation de leur dossier de presse. Durant plusieurs mois, une équipe de Digital4Better a travaillé à mettre en valeur les actions, engagements et résultats d'Open Food Facts. Leur nouveau dossier de presse est disponible sur leur site.

Observatoire de l'entreprise

Chez Digital4Better, nous croyons en un modèle de gouvernance démocratique, plaçant la voute centrale de l'économie sociale et solidaire au cœur de nos actions. Fondé sur trois piliers fondamentaux - la transparence, la participation et la collaboration - notre modèle vise à créer un environnement où chaque voix compte.

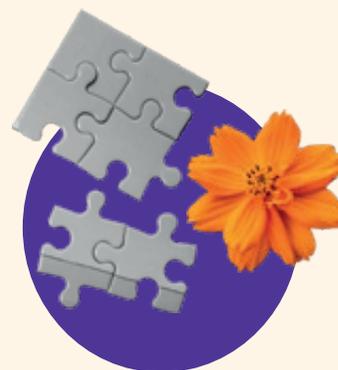
« Chez Digital4Better, cela se traduit, entre autres, par une gouvernance partagée dans laquelle les membres des comités d'action sont élus par les salariés. Tout salarié a également accès à toutes les données de l'entreprise, en totale transparence » - Rémy Marrone, consultant et journaliste indépendant en Numérique Responsable



1. Transparence : Nous croyons en la puissance de la transparence pour créer un lien fort entre toutes les parties prenantes. En partageant ouvertement nos objectifs, nos défis et nos succès, nous favorisons un climat de confiance et d'ouverture.



2. Participation : La participation active de chacun est essentielle pour construire un avenir durable. Chez Digital4Better, la gouvernance partagée se matérialise à travers des comités clés : le Comité Stratégique, le Comité Mission, et le Comité Direction. Ces organes décisionnels représentent différentes facettes de notre organisation, veillant à ce que la diversité des perspectives soit prise en compte dans chaque décision majeure.



3. Collaboration : Nous croyons que des résultats durables ne peuvent être atteints que par la collaboration. En encourageant la coopération entre les équipes, les départements et les parties prenantes externes, nous exploitons la richesse des idées et des compétences pour créer des solutions innovantes.



Nos 21 enjeux stratégiques

« Lorsque certains membres du comité ont des idées précises, je m'assure que les choses soient faites concrètement, que les projets avancent, et que la mission soit remplie. C'est un principe d'intelligence collective qui est appliqué à chaque moment dans nos comités. »

Xavier Desnoyer, chef de projet, membre du comité mission et impact, PPO et responsable Scrum Master chez Digital4Better.

Un engagement envers la gouvernance démocratique qui s'aligne étroitement avec notre utilisation de la Matrice de double-matérialité. Cette matrice guide nos actions en identifiant et en hiérarchisant les enjeux les plus pertinents et significatifs pour nos parties prenantes. Grâce à notre gouvernance participative, nous assurons une prise de décision éclairée, intégrant les aspects les plus cruciaux pour notre impact social, environnemental et économique.

Dans le cadre du Comité Action, nous donnons une voix directe aux collaborateurs. Les membres de ce comité sont élus par les salariés, garantissant une représentation équitable des diverses perspectives au sein de l'entreprise. Cette initiative vise à valoriser l'autonomie et la confiance, permettant à chaque collaborateur de contribuer activement aux décisions importantes concernant l'investissement, le développement et la vie quotidienne de l'entreprise.

Social

Sujets prioritaires

- Santé, bien-être & sécurité des employés
- Human for IT : accessibilité aux utilisateurs déficients

Autres sujets

- Vie privée
- Diversité & égalité
- Développement des collaborateurs
- Human for IT - Fracture numérique : illettrisme
- Soutien des activités associatives
- IT for Human
- Human for IT - Équité d'accès aux services

Environnement

Sujets prioritaires

- Contribution à la sobriété numérique
- Green IT
- Sensibilisation à un Numérique plus Responsable

Autres sujets

- Empreinte D4B
- Mobilité durable
- Politique achats responsables
- IT for Green

Gouvernance

Sujets prioritaires

- Transparence
- Satisfaction clients & partenaires
- Pérennité financière de l'entreprise

Autres sujets

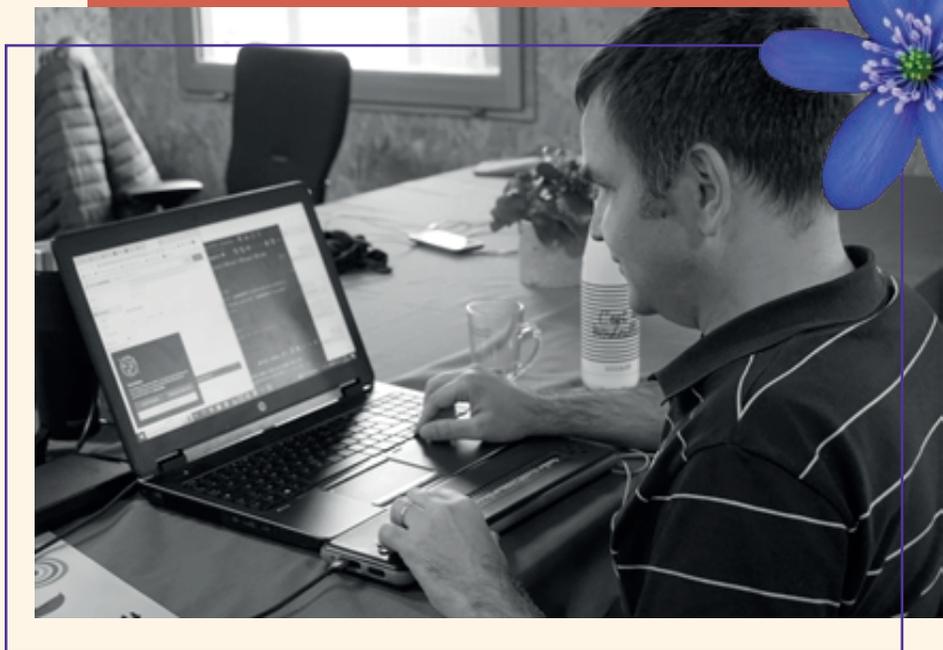
- Implication des salariés
- Efficacité opérationnelle

L'impact mesuré



Au cœur du modèle d'organisation de Digital4Better, le comité mission assume un rôle central en évaluant et mettant au défi nos indicateurs clés de performance (KPIs), tout en dirigeant le comité impact et les cellules qui en émanent. Le comité impact se compose de plusieurs sous-comités et cellules, offrant ainsi aux employés la possibilité de s'engager activement. Ces cellules jouent un rôle crucial, permettant non seulement une participation ouverte à tous les salariés intéressés, mais également une restitution plus précise de nos indicateurs, de nos enjeux et de nos objectifs, facilitant ainsi une mise en action concrète pour les améliorer.

Le comité impact, en tant qu'exécutant des actions, opère selon les objectifs sociaux et environnementaux fixés par le comité mission. Cette synergie entre les deux comités garantit une approche stratégique et cohérente dans la réalisation des objectifs organisationnels de Digital4Better, renforçant ainsi notre engagement envers des résultats sociaux et environnementaux durables.



Depuis 2022, nos KPI sont mesurés à 100% grâce au comité mission mais, dans une dynamique de perpétuelle amélioration, nous continuons de les perfectionner. Si en 2022, nous n'étions pas parvenus à mesurer les KPI aussi régulièrement que nous l'aurions souhaité nous en avons tiré une leçon en les mesurant, depuis 2023, chaque mois. Nous souhaitons pousser cette démarche du comité mission jusqu'au bout car c'est une action rare dans le secteur de la tech, qui est le principal concerné par le numérique responsable. Cependant, nous souhaitons à l'avenir apporter plus de finesse dans les indicateurs et plus d'ouverture dans les impacts considérés. L'objectif étant de continuer dans cette dynamique de cohérence et de gain en maturité depuis le lancement des indicateurs, en 2020.

Fruggr est toujours à la base de la quantification de plusieurs de nos indicateurs clés de performance. Au travers de la plateforme, nous effectuons une évaluation régulière et automatisée de nombreux paramètres sur les plateformes numériques de nos clients ainsi que sur les nôtres.

Une approche centrée autour de 3 axes de performance



Performance environnementale :

- Limiter l'émission de gaz à effet de serre en mettant en place des pratiques d'écoconception pour les développements de produits numériques, des fermes de serveurs à faible impact.
- Encourager la frugalité numérique pour réduire la consommation d'énergie inutile.
- Réduire l'impact environnemental des terres rares et des matériaux utilisés pour la fabrication de dispositifs numériques.



Performance sociale :

- Développer l'accessibilité aux services numériques (en particulier les personnes concernées par l'illectronisme et le handicap).
- Remettre en question l'utilité et l'usage des technologies numériques, en particulier en ce qui concerne l'éthique, l'IA, le marketing et la protection des données personnelles.



Performance de gouvernance :

- Rationnaliser les fonctionnalités des produits numériques afin d'améliorer leur utilisation et leur efficacité, tout en remettant en question les pratiques de surconsommation et en adoptant une approche frugale.
- Évaluer les prises de décisions et assumer la responsabilité de nos actions dans le secteur



Indicateurs Environnementaux

L'impact écologique lié à l'activité numérique de nos clients est au cœur de nos priorités. Notre ambition est de réduire de moitié l'empreinte environnementale du numérique de nos clients, et pour y parvenir, nous concentrons nos efforts sur divers axes de travail.

Amélioration de l'empreinte des projets numériques

72/
100

Indicateur : Score environnement fourni par Fruggr

Objectif initial : 75/100 sur tous nos projets

Résultats 2023 : 72 / 100 sur le service (11 projets analysés) et 65 / 100 pour les clients Fruggr

Optimiser l'impact écologique des applications et des services numériques est une de nos priorités. Nous avons enregistré des progrès, passant de 66 à 72 sur 100, mais l'objectif final de parvenir à une note moyenne de 75/100 demeure encore à atteindre. Un objectif qui, en 2023, a été révisé à la baisse, initialement fixé à 80/100 en 2022. Cette évaluation englobe à la fois l'activité de développement au sein de notre laboratoire des pratiques et notre activité en tant qu'éditeur, impliquant les clients de Fruggr.

Promotion de l'éco-conception chez nos clients

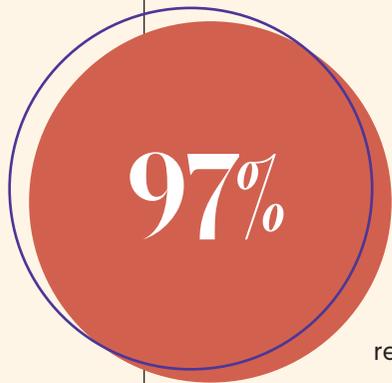
93%

Indicateur : relevé manuel des projets incluant de l'écoconception

Objectif initial : Promouvoir l'écoconception chez 100% de nos clients

Résultats 2023 : 93% de nos clients

Nous sommes heureux de constater que nous nous approchons de plus en plus de l'objectif des 100%, avec plus de 93% de nos projets intégrant l'écoconception dès leur conception. En 2022, ce chiffre était de 85,7%, et nous sommes désormais proches de l'atteindre entièrement, un objectif que nous visons d'ici 2025. L'année 2024 sera marquée par l'action, la mesure des CSRD, et les Jeux Olympiques. Le contexte global est extrêmement favorable à une avancée significative dans le domaine du Numérique Responsable.



Utilisation d'équipements recyclés / reconditionnés

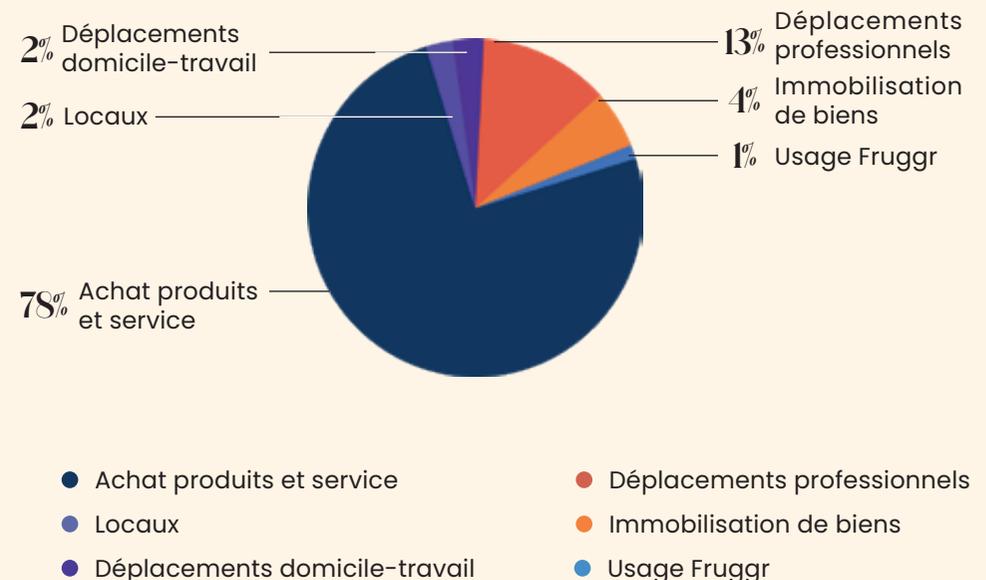
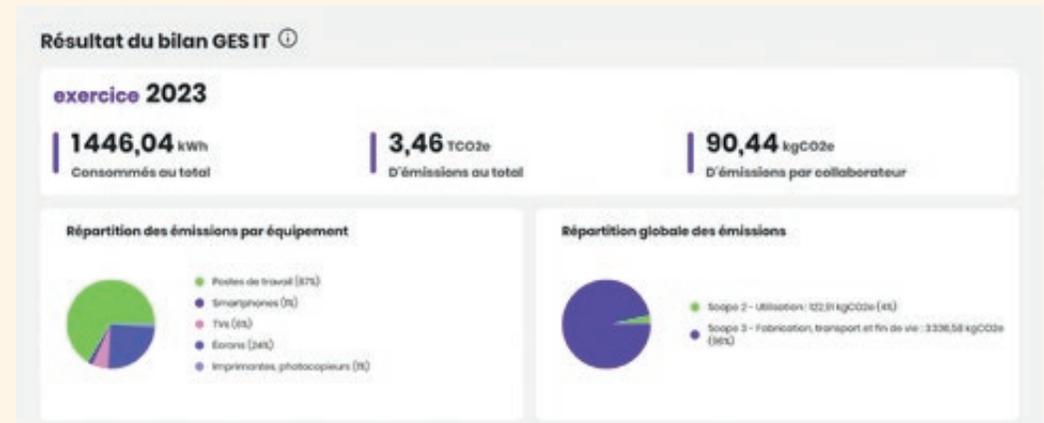
Indicateur : pourcentage d'équipements recyclés utilisés
Objectif initial : 95% d'équipements recyclés ou reconditionnés
Résultats 2023 : 97% d'équipements recyclés ou reconditionnés

Atteindre un taux de 100% constitue un défi en raison de l'indisponibilité sur le marché du reconditionné pour certains composants, notamment les câbles, barrettes de RAM et supports. De plus, cet indicateur ne prend pas en compte le mobilier investit suite aux déménagements des équipes rennaises et parisiennes. En vue de 2025, notre objectif est d'étendre cet indicateur à une mesure plus globale des achats responsable.

« Les critères d'émission pris en compte les années passées doivent continuer à être évalués dans le futur. Chez Digital4Better, nous incluons le calcul de nouveaux éléments chaque année : notre bilan évolue ainsi à la hausse, mais c'est le reflet d'une plus vaste prise en compte de l'impact que nous avons. » - Pierre-Louis Auvret, développeur chez Digital4Better

Pour la troisième année consécutive, le travail de collecte des données et de réorganisation pour le calcul du bilan GES a été mis en œuvre par les membres de l'équipe Digital4Better. Cette année, il s'est fait sur la base du volontariat, et ces sont des membres de l'équipe marketing, sales ou encore développeur qui se sont associés pour produire le rapport.

Répartition des émissions GES en 2023

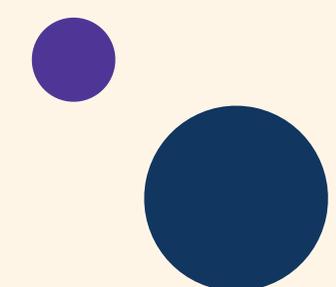


Un engagement commun et collectif pour un monde meilleur, que l'on retrouve également dans les pratiques de nos collaborateurs. Si nous avons largement augmenté nos effectifs en 2023, nous sommes fiers de pouvoir dire que nos émissions de CO2 liées aux déplacements individuels ont été divisées par 2.

Cette année, nos émissions de GES lié aux déplacement professionnels ont fortement augmenté et de nombreux facteurs en sont la cause : augmentation de la masse salariale, des activités liés aux sales, participation à des évènements... Mais la principale raison est la volonté de l'entreprise de promouvoir les échanges entre collaborateurs, en les incitant à se déplacer dans les bureaux de Rennes, Nantes ou encore Paris.

Le bilan carbone qui utilise la méthode bilan carbone française ou encore la méthode internationale GHG Protocol, ne prend pas bien en compte le numérique. Sa comptabilisation est en effet diffuse sur différentes familles. C'est pourquoi il est essentiel d'effectuer un bilan GES IT. Nous le faisons pour nos clients, alors même si les cordonniers sont souvent les plus mal chaussés nous l'avons également appliqué pour nous même.

Le bilan GES reste une photo à un instant, un constat statique et macro. Nous souhaitons avoir de l'impact, c'est pour cela que nous faisons des ACV de services numériques afin de permettre d'améliorer réellement.





Indicateurs sociaux

Dans nos piliers, notre focus est mis sur l’empreinte sociale du numérique en lien avec notre raison d’être. Nous nous attachons particulièrement sur les notions d’accessibilité numérique, d’inclusivité numérique et d’éthique numérique. Ces indicateurs, mesurés grâce à notre outil Fruggr, démontrent ainsi notre engagement envers des pratiques numériques responsables.

Pour autant nous regardons également différents autres indicateurs. Notre moyenne d’âge a notamment baissé, mais quelque part la moyenne n’a pas de sens c’est plutôt notre capacité à intégrer des jeunes ainsi que des seniors dans l’entreprise. Sur les jeunes, le résultat est au rendez-vous sur le nombre mais cela n’a pas toujours donné lieu à un CDI, par exemple après une alternance. Sur l’intégration de collaborateurs seniors au sein de notre équipe, nous n’en avons pas assez ; alors même que sur l’aspect apports qualitatifs cela a été une réussite. C’est donc un axe à travailler en 2024, nous envisageons de collaborer notamment avec France Travail.

Accessibilité des applications

89/
100

Indicateur : score accessibilité fourni par Fruggr

Objectif initial : Mettre en œuvre les règles d’accessibilité dans nos développements et auprès de nos clients

Résultats 2023 : Score d’accessibilité de 90/100 sur les projets service + Score d’accessibilité de 89/100 sur les clients Fruggr

La conception de produits et services numériques doit intégrer chaque utilisateur, considérant ses capacités, conditions d’utilisation et environnement. La notation Fruggr, bien qu’automatisée, n’est pas un substitut à l’audit humain, mais encourage une amélioration continue. Elle permet de mesurer les progrès, vérifier les améliorations et fournir des recommandations pour maintenir l’action. En 2023, nous observons une légère stagnation en passant de 89,7 à 90.

Inclusivité des applications

90/
100

Indicateur : score accessibilité fourni par fruggr

Objectif initial : Développer des services qui fonctionnent sur un taux d’équipement de 98% de la population française

Résultats 2023 : Score d’accessibilité de 92/100 sur les projets service + Score d’accessibilité de 90/100 sur les clients Fruggr

Nous exprimons au quotidien la préoccupation de mesurer l’inclusivité au-delà de notre score, en se demandant comment évaluer précisément l’équipement de la population française et si son fonctionnement garantit une expérience utilisateur adaptée, en particulier pour des publics spécifiques. Pour répondre à ces préoccupations, nous concentrons nos efforts sur le développement de nouveaux indicateurs plus précis en 2024.

45/
100

Simplicité et utilité des applications

Indicateur : Score utilisé de Fruggr
Objectif initial : Réduire le volume de pages inutiles sur le web + Score Fruggr de 90/100
Résultats 2023 : 45 / 100 sur les projets service (4 projets concernés)

L'objectif ici concerne l'utilité et la simplicité des services numériques, des notions ayant un impact non seulement social, mais aussi environnemental. En effet, la décommissions de 20% de fonctionnalités non utilisées sur une plateforme génère des économies à la fois environnementales et financières. Nous avons collaboré avec certains clients sur l'axe de la sobriété, permettant des changements tangibles. Un exemple concret est notre collaboration avec l'ADEME, qui a mesuré et pris des mesures en conséquence.

L'humain est le levier de l'organisation mais, avec un passage à l'échelle plus important pour l'entreprise, nous avons dû faire face à un ralentissement des processus. Lors de notre séminaire d'été, nous nous sommes faits accompagner de l'entreprise Sillage afin de répondre aux problématiques sociales en interne, notamment dans l'organisation des processus des cellules et des équipes. Une occasion de créer une feuille de route afin d'améliorer la prise de décision, la montée en compétence ou encore la définition des rôles de chacun. A l'issue de cette initiative est née la cellule Better4Us dont l'objectif principal est de donner corps au fonctionnement et au développement de l'entreprise ainsi que soutenir l'épanouissement des collaborateurs. C'est cette cellule qui nous permet de faire émerger les KPI essentiels au bon développement humain de l'entreprise :

Les KPI RH (parité, diversité...)

93% de salariées (hors stage et sous traitance) à objectif 50

« Dans nos valeurs et notre fonctionnement, on cherche plutôt à prioriser un recrutement perein. On priorise donc les CDI plutôt que le freelance, mais aussi l'apprentissage car nous avons vocation à accompagner les jeunes dans la construction de leur parcours professionnel. » - Jennifer Pacreau, responsable RH chez Digital4Better

46% de femmes dans l'entreprise à objectif 50%

« L'idée est de se dire qu'aujourd'hui on tend à la mixité. Quand on regarde dans le détail, on s'oblige à aller plus loin que le spectre de l'effectif global. Et c'est là qu'on observe un écart qui se creuse entre les différents corps de métier et les métiers techniques, où la part de femme reste très faible. » - Jennifer Pacreau, responsable RH chez Digital4Better



100%

de données accessibles aux collaborateurs



65%

de salariés impliqués dans les comités à 50% visés



600

jours investis dans la gouvernance partagée

4,2/5

de note de satisfaction au dernier questionnaire QCVT

4,5/5

de note de satisfaction au dernier RMA

28%

de salariés certifiés INR à 100% visés = du progrès à faire



Indicateurs de gouvernance

La gouvernance est souvent le parent pauvre des engagements. Il nous paraît pourtant essentiel de travailler notamment le partage du pouvoir et le partage de la valeur. Nous conservons une totale transparence en interne sur les informations et décisions clefs de l'entreprise. Chaque collaborateur a accès à toutes les informations de l'entreprise et peut participer aux comités de direction en tournante. En 2023, nous avons également décidé d'ouvrir le capital à tous les salariés (BSPCE) dans cette optique de partage de la valeur. 2023, c'est également la fin de notre agrément ESUS, nous avons décidé de ne pas renouveler notre agrément, en effet avec la croissance de notre chiffre d'affaires cela ne nous paraissait malheureusement plus possible.



Zoom sur... la cellule Better4Us

L'entreprise évolue et nous arrivons à un nouveau cap de croissance, nécessitant de repenser notre approche gouvernementale. C'est pour cela que lors de notre Summer session 2023, nous avons fait intervenir le cabinet Sillages, qui nous a accompagnés sur le travail autour de notre modèle d'entreprise libérée, et la mise en place d'actions notamment liées au management. C'est ainsi qu'est née la cellule Better4Us, dont la raison d'être est avant tout ce qui fait l'essence de Digital4Better : le bien-être des collaborateurs et leur montée en compétence.



Zoom sur... les BSPCE

Pour honorer l'engagement de nos collaborateurs, nous avons récemment gratifié les salariés présents dans l'entreprise avant le 31 décembre 2023 en leur offrant la possibilité de souscrire à des bons de souscription de parts de créateur d'entreprise (BSPCE). Cette démarche leur offre ainsi la chance d'investir dans l'entreprise où ils travaillent, tout en profitant des bénéfices générés par celle-ci.

Pérennité des contrats

Indicateur : Pourcentage de CDI vs sous-traitance et stages

Objectif initial : 95%

Résultats 2023 : 93%, avec 7% d'alternants ou sous-traitant.

93%

Depuis 2023, nous avons intégré plusieurs contrats d'apprentissage et de stages, représentant 7% de notre effectif total. Notre objectif est d'accompagner ces talents émergents dans leur développement de compétences, de les sensibiliser à notre métier et à la cause du Numérique Responsable. Cette année, nous misons sur la jeunesse, d'où la non atteinte de nos objectifs, mais avec l'espoir d'éventuelles embauches à la fin de leur contrat d'alternance.

Pourcentage des données accessibles à tous les salariés (Transparence)

Indicateur : Pourcentages de données accessibles

Objectif initial : 100%

Résultats 2023 : 100%

100%

La transparence est fondamentale chez Digital4Better : toutes les données de l'entreprise, à l'exception des données personnelles confidentielles, sont accessibles à 100% pour tous les collaborateurs. Cette année, nous avons considérablement simplifié l'accès à ces informations grâce à des drives et des outils collaboratifs, mais il nous reste des progrès à faire et envisageons la création d'un intranet afin d'aider à localiser l'information. L'objectif est double dès à présent, car il nous faut également stimuler la consultation de ces données par les collaborateurs.

Taux de salariés impliqués dans les comités d'action

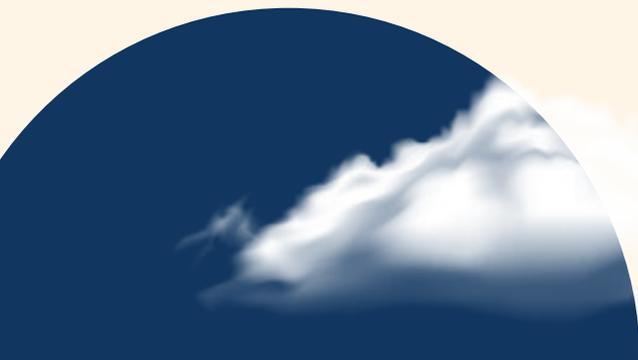
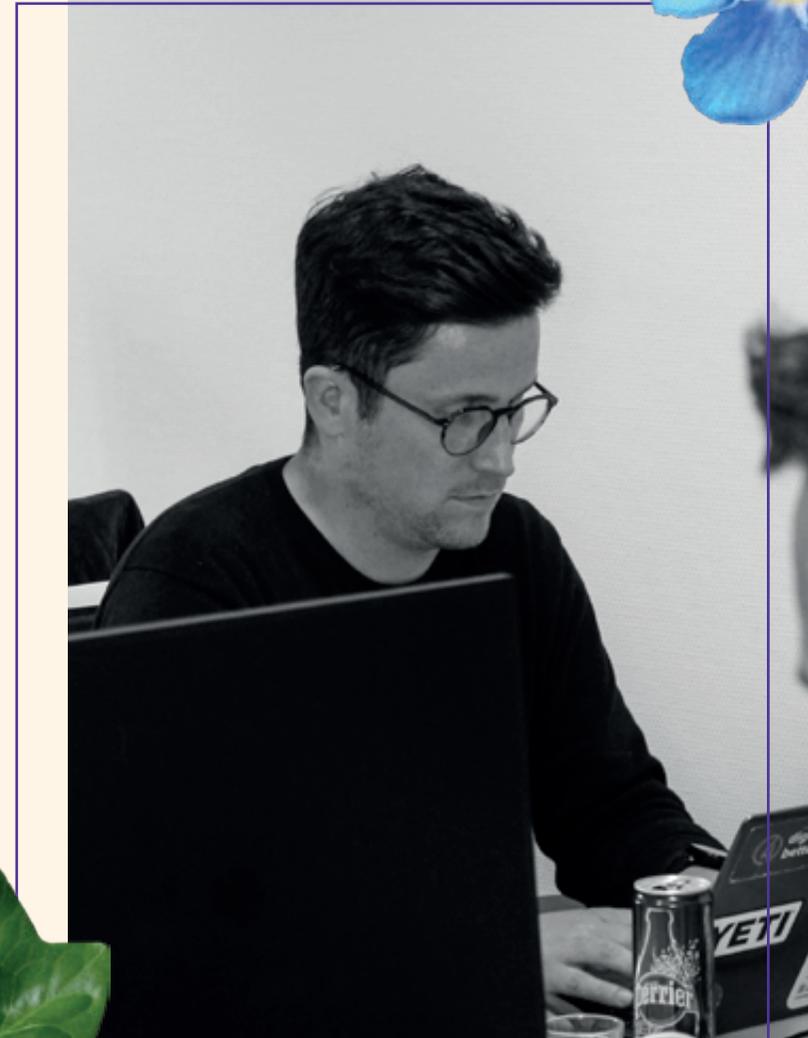
65%

Indicateur : Taux de collaborateurs membres d'un comité

Objectif initial : 50%

Résultats 2023 : 65%

Un gros travail a été fait sur les séminaires pour mobiliser les gens. En 2023, nous avons fixé l'objectif à 70%, comme en 2022, mais il n'a malheureusement pas encore été atteint. Néanmoins, nous continuons de nous questionner sur ce sujet et rendons certains comités et cellules plus éphémères. Et c'est l'action de se réinventer en permanence qui nous permet de mobiliser toujours plus de monde.



Indicateurs sociétaux

Le numérique a certes une empreinte qui s'allourdit fortement chaque année mais le numérique est aussi une solution à de nombreux problèmes sociétaux.

Notre mission est de combiner les deux. Sensibiliser et agir sur l'empreinte du numérique mais également utiliser le numérique pour répondre à des enjeux sociétaux.

Nos efforts actuels sont concentrés sur des projets internes visant à optimiser notre fonctionnement et à accroître notre efficacité et notre impact. Le recrutement récent d'une dizaine de personnes cette année témoigne de notre engagement à renforcer notre influence positive.

Parallèlement, nous menons une réflexion éthique approfondie sur les enjeux du numérique, en veillant à ce que nos dispositifs soient respectueux des individus et des ressources naturelles de notre planète. En favorisant l'emploi local et en créant de nouvelles opportunités professionnelles dans le secteur du numérique, Digital4Better s'engage à renforcer l'inclusion sociale et à contribuer activement à la croissance économique des territoires.

Social

score moyen
accessibilité Fruggr : 80
90 visés en 2024

Impact

+8 en 2023

Sensibilisation

3200 en 2023
4500 en 2024

4310

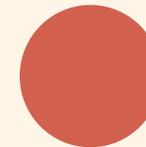
Nombre de personnes sensibilisées au numérique responsable

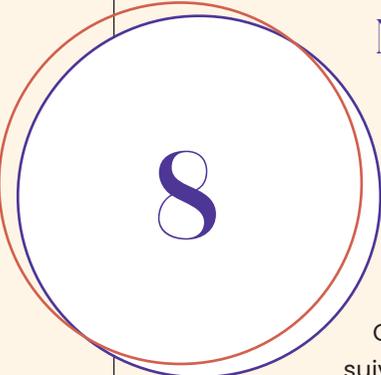
Indicateur : Liste des interventions avec nombre de personnes participantes

Objectif initial : 3500

Résultats 2023 : 4310 personnes sensibilisées (événements, cours, ateliers, 500 via un podcast)

En développant une stratégie de sensibilisation plus vaste, nous avons abandonné le comptage exhaustif pour chaque événement, privilégiant un suivi mensuel géré par une cellule dédiée. Notre engagement se manifeste à travers des sessions de sensibilisation pour divers publics, mettant l'accent sur les valeurs du numérique responsable. Nous nous efforçons d'être présents dans le parcours de numérisation responsable de nos clients, facilitant toutes les discussions sur le sujet. Actuellement, notre focus est sur la sensibilisation grand public et la mise en place d'actions pour toucher le plus grand nombre.





8

Nombre d'emplois créés

Indicateur : suivi manuel des créations de poste

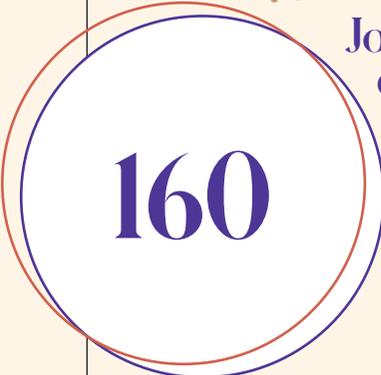
Objectif initial : 6 créations de poste

Résultats 2023 : 8 créations de poste (CDI qui n'est pas un remplacement)

Cette année, notre croissance s'est poursuivie avec l'intégration de 12 nouveaux collaborateurs, dont 8 créations de postes, 7 alternants, et 3 stagiaires à venir. Nous avons revu notre mode de calcul pour plus de cohérence, en ne considérant que les créations de postes. Toutefois, nous reconnaissons la nécessité de travailler davantage, en particulier en prenant en compte l'indicateur du turnover et en restant attentifs à ce sujet. Nous mettons en place des efforts pour élaborer un indicateur de suivi des transformations des stages et des alternances en CDI.



Jours d'impact investis depuis le début de l'année



160

Indicateur : Relevé manuel, déclaration des jours à impact dans les RMA

Objectif initial : 17 jours à impact par salarié soit environ 680j à date

Résultats 2023 : 160 jours + x% de 660j

En 2023, nous n'avons pas su mesurer cet indicateur. En effet, les jours ont été mélangés avec d'autres sujets et il serait non pertinent de prendre l'intégralité des 660J des cellules d'actions.

De plus, ce KPI ne nous satisfait pas. En effet il ne s'agit pas d'impact mais de moyens. Ce qui nous intéresse c'est de mesurer l'impact réel, l'impact au près du bénéficiaire.



Conclusion : trajectoire d'impact

Ce rapport d'impact est toujours un excellent exercice pour se questionner, prendre conscience de ce que l'on a fait, ce que l'on a mal fait et ce que l'on aurait aimé faire mais nous n'avons pas fait. L'entreprise est une personne morale, l'impact devrait être par essence au cœur de son projet. L'entreprise est constituée de personnes physiques, comme son impact qui est réel qu'il soit positif ou négatif. Toute organisation a un impact positif sur la société, plus ou moins important mais également des externalités négatives. Il est juste essentiel d'en prendre conscience, sans cela difficile de s'améliorer. C'est tout l'objet de notre rapport d'impact, partager en toute transparence avec nos parties prenantes : nos collaborateurs, nos clients, nos partenaires... avec tout le monde, et se poser des questions pour progresser.

Qu'en est-il pour 2023, quelle rétrospective faisons-nous au global ? Cela aura été une année mitigée. Une année dans la continuité des autres, une année caractérisée pour une réflexion forte sur nos cellules d'action. Nous ne sommes que 50, ce n'est pas rien, mais il a fallu nous adapter car passer de 5 à 50 en 4 ans ce n'est pas neutre. Une de nos convictions est la nécessité d'acteurs à impact qui passent à l'échelle afin d'aider les organisations à se transformer. Cette conviction est et reste au cœur de notre projet. Cela reste un défi pour nous, un beau challenge. Grandir avec toujours la même destination cible, avec nos valeurs en garde fous.

Plus que jamais nous souhaitons faire grandir notre impact, telle est notre ambition. 2024 s'annonce une année pleine de challenges. Nous avons la chance d'être bien entourés. Ensemble tout est possible.



Merci

À l'année prochaine !

JÉRÔME, PIERRE-LOUIS, ANNE, ETIENNE, XAVIER, ALIZÉE, STÉFAN, MYFANWY, RADHIKA, NICOLAS D., VINCENT, LOLA G., GRÉGORY, PIERRE-YVES, ESTELLE, FLORINE, ARIANE, NICOLAS L., CÉLINE, NICOLAS J., CLÉMENCE, RONAN, DAMIEN L., PAUL-ÉMILE, DAMIEN G., SOPHIE, JENNIFER, ROMANE, VALÉRIE R., RONAN, ZAÏTOUNI, FLORENT, FRÉDÉ- RICK, ROSINE, VALENTIN, SELMA, DELPHINE, DENIS, ANAÏS, JEAN-PASCAL, JOSUA, BENJAMIN, KIM, LOLA S., ANITA, JULIEN, ROMAIN, RAPHAËL, JUSTINE, CLARA, ADRIEN, VA- LÉRIE D., ALEXANDRE, ANATOLE, FRANCK, KADIATOU, BASTIEN, ZOE, MAXIME, TANGUY, VALENTIN

