



# RAPPORT D'IMPACT 2022

Rapport annuel 2022 du groupe **digital4better** et de sa marque **fruggr**, un rapport témoin de notre démarche d'amélioration continue et de notre raison d'être.

# Un rapport témoin de notre démarche d'amélioration continue

**D**igital4better est né d'une croyance forte dans une économie plus durable. C'est pour cette raison que nous avons intégré l'impact au cœur de notre modèle. Avant même de déposer les statuts de l'entreprise, nous avons réfléchi à notre modèle d'impact, posé notre matrice de matérialité.

Nous ne sommes pas des experts de la RSE, nous sommes des ingénieurs à qui l'on n'a (pour la plupart) jamais enseigné toutes les notions d'impact, de bilan carbone, d'inclusion.... Alors nous avons beaucoup lu, challengé nos idées avec des sachants, nous avons essayé en toute humilité. Parfois nous avons avancé, parfois reculé. Nous savons que nous pouvons mieux faire, que nous devons mieux faire.

C'est dans cet état d'esprit d'amélioration continue, de toujours se remettre en question, d'avancer avec notre écosystème, que nous avons construit Digital4better. Nous avons écrit

nos objectifs en essayant de les décliner en indicateurs mesurables. Dès la première année, nous avons sorti notre premier rapport d'impact, en toute simplicité, ouvert à tous.

Ce rapport constitue notre 3<sup>ème</sup> rapport d'impact. Il est comme une rétrospective, un regard à la fois critique et bienveillant que l'on porte sur notre action, sur nos actions avec notre écosystème. En effet, seul, on ne fait rien.

Nous sommes 50 maintenant.

50 experts engagés autour d'une même raison d'être. L'entreprise a de fait changé, mais sans jamais perdre sa raison d'être, ni ses valeurs. Ce sera probablement un enjeu pour nous dans les années à venir.

C'est pour cela que ce rapport constitue pour nous un exercice important.

Nous avons gravé dans nos statuts notre raison d'être et ses objectifs.

L'impact est au cœur de notre modèle.





# SOMMAIRE

## 2022

### I. Notre Identité

Notre histoire .....	p06
Une raison d'être .....	p06
Nos valeurs .....	p07
Notre écosystème .....	p08
Notre audit OTI .....	p12

### II. Impact by Design

Nos agréments et certifications .....	p18
Notre gouvernance .....	p19
Nos parties prenantes .....	p20
Notre comité mission .....	p21
3 leviers pour une approche globale .....	p24
La mesure de nos indicateurs .....	p25

### III. Comment nous remplissons notre mission

Maturité .....	p28
Formation .....	p28
Ecoconception .....	p29
fruggr .....	p29

### IV. L'impact mesuré

Impact environnemental .....	p33
Notre bilan GES .....	p36
Impact social .....	p38
Impact gouvernance .....	p41
Impact sociétal .....	p46

En synthèse .....	p50
-------------------	-----



EN  
ITÉ  
TITI  
ENTI  
DENT  
EIDEN  
REIDE  
TREID  
TRE  
TR  
TE





**N**ous sommes convaincus qu'une entreprise performante est une entreprise qui intègre la performance sociale, environnementale et économique à ses objectifs. Nous croyons en un modèle vertueux qui permet de réaliser cet équilibre.

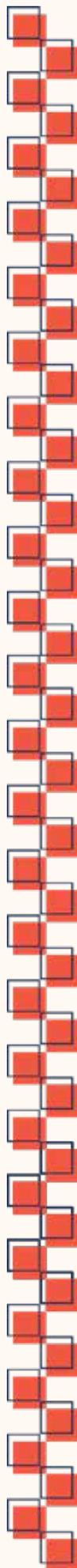
Nous ne négligeons pas la performance économique, elle est essentielle à notre résilience. Mais la performance économique n'est pas une fin en soi, c'est un moyen de démultiplier nos impacts positifs sur la société.

## NOTRE HISTOIRE

Nous sommes nés avec la volonté de créer un acteur du numérique dans l'économie sociale et solidaire. Une économie dans laquelle nous croyons beaucoup. Nous avons besoin d'acteurs à impacts pour aider les grands groupes à se transformer vers des modèles d'affaires plus durables.

Nous croyons fortement en un numérique plus respectueux de nos ressources naturelles, de notre planète et des personnes. Le numérique a pris une place importante dans nos vies et il apporte beaucoup, notamment à la performance des entreprises. Mais on ne peut plus continuer à concevoir des produits numériques en faisant abstraction des externalités négatives. C'est le secteur qui alourdit le plus son empreinte chaque année, que ce soit d'un point de vue impact environnemental ou social.

Alors oui, nous croyons en un numérique responsable au service du progrès social et environnemental et au service de modèles économiques plus responsables.



## UNE RAISON D'ÊTRE

Notre raison d'être est gravée dans le marbre et tous nos engagements en découlent.

Elle demeure la même depuis le début de l'aventure : **accélérer la responsabilité numérique sociétale des entreprises** tout d'abord, en les accompagnant dans leur stratégie Numérique Responsable, mais aussi **promouvoir un numérique à impact positif**. Car nous avons la conviction que l'impact du numérique peut être positif, et contribuer à la résolution de certains des enjeux auxquels notre société fait face aujourd'hui.

**“Accélérer la responsabilité numérique sociétale des entreprises et promouvoir un numérique à impact positif.”**

Vous pouvez accéder en toute transparence à nos statuts. Notre gouvernance, notre raison d'être, et les leviers y sont décrits :

“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).”

Extrait des statuts de Digital4better

# 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 est en 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.

## 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.

## 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.

## 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. Nous nous engageons à porter un numérique qui fait sens pour tous.



Impact Score du mouvement impact France

Le terme d'impact est souvent galvaudé. On peut avoir de l'impact dans ses produits/ services mais pas dans son modèle et inversement. L'impact se mesure dans le temps, l'amélioration continue est donc essentielle. Un seul élément ne trompe pas : les mentions légales.

Forts de cela nous avons posé une définition pour guider notre action, d'autres définitions sont possibles.

Une entreprise à impact est un acteur vertueux qui positionne la recherche d'impacts positifs au cœur de son modèle. C'est une entreprise qui mesure et partage son impact dans une démarche globale de transparence et d'amélioration continue. Elle questionne l'ensemble de ses externalités, directes comme indirectes, avec tout son écosystème.



# NOTRE ÉCOSYSTÈME

## Une économie à impact positif



Mouvement Impact France

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

Le mouvement impact France est un de ceux qui nous ont aidé à mieux comprendre, à s'inspirer d'acteurs engagés. Notre CEO est un des ambassadeurs de ce mouvement. 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 actif.

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 présents dans les groupes de travail afin de partager nos idées et tirer profit de l'expérience des autres.

Lauréat du Réseau Entreprendre et de France Initiative, ces deux réseaux nous ont apporté beaucoup. En 2022, nous n'avons pas réussi à continuer à nous mobiliser, notamment sur le groupe Impact+ du Réseau Entreprendre, ou bien trop peu. Nous devons questionner nos engagements dans ces mouvements, car ces associations sont importantes pour nous.

# Entreprise à impact Top50 2023

Soirée de remise des prix aux lauréats des 10 catégories du classement



Le classement des 50 entreprises les plus impactantes a été annoncé lors de l'événement Philanthro-lab 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.



Le TOP 50 repose sur une méthodologie solide, élaborée avec le cabinet HAATCH et l'ESSEC Business School. La qualité et la pertinence de la solution ainsi que l'ampleur et la pérennité de son impact sont analysées sur la base de données essentiellement quantitatives.

## Un ancrage essentiel dans le territoire

**N**ous sommes nés dans les territoires : nous aimons à rappeler que moins de 20% de 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.

Nous nous associons à des collectivités afin de promouvoir et d'encourager l'adoption de pratiques numériques durables. Par le biais de notre mission, nous avons eu notamment l'opportunité d'accompagner l'Université de La Rochelle dans leur stratégie Numérique Responsable. Nous travaillons avec les collectivités, comme Rennes Métropole au sein de collectifs mais également d'associations comme l'ACIAH sur l'inclusivité numérique.

En 2023, notre priorité sera de développer nos actions sur l'ensemble de nos territoires pour assurer une présence équitable.



Association Electrocycle



Bernadette de l'association ACIAH

En tant qu'entreprise de l'ESS, nous avons consacré une partie de nos bénéfices en 2022 à soutenir une association. Nous avons choisi de nous engager auprès d'Electrocycle, une association parisienne qui promeut l'écoconception et le réemploi des équipements électriques et électroniques. En 2023 et à l'avenir, nous avons l'intention de continuer à les soutenir dans leur mission à impact, qui résonne avec notre propre engagement. Nous répondons à cet objectif en les soutenant dans leurs initiatives visant à sensibiliser le public sur le cycle de vie des équipements numériques, notamment avec des projets pratiques de réemploi. Nous avons pour objectif de doubler notre contribution aux associations en 2023.

Nous nous mobilisons auprès de différents projets collaboratifs également comme Open Food Facts, dans son ambition d'apporter une base de données ouverte à tous sur les produits alimentaires. De plus, notre engagement et nos services ont été identifiés par ESS Paris 2024, plateforme facilitant l'accès des entreprises de l'ESS aux marchés liés aux Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024.



## Nicolas Perrin, vice-président en charge des contrats de solidarité territoriale et du budget bas carbone au conseil départemental d'Ille-et-Vilaine

### Comment vivez-vous de l'intérieur votre rôle au sein du comité de mission de Digital4better ?

Je suis ravi de rester membre de ce comité pour deux raisons : tout d'abord, je pense que toutes les entreprises devraient se doter d'un comité à mission/impact pour être dans une dynamique d'amélioration continue sur les enjeux écoresponsables que nous partageons.

Ensuite, je considère en tant qu'élu d'une collectivité territoriale qu'il est très important de rester connecté au monde de l'entreprise. Les univers du public et du privé peuvent communiquer malgré leur éloignement, et les innovations proposées dans le secteur public peuvent être bénéfiques aussi bien pour le public que pour le privé, et vice versa.

### Comment percevez-vous le rôle des collectivités locales dans la promotion de la responsabilité numérique ?

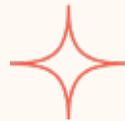
Le département est actuellement en train d'élaborer un plan numérique responsable pour diffuser des bonnes pratiques en la matière. Des ateliers sont notamment déployés dans les collèges pour sensibiliser les jeunes aux enjeux environnementaux liés aux technologies numériques. De plus, le site internet du département est en cours de refonte afin qu'il soit écoconçu. Il est également important pour le département de faire preuve d'exemplarité en matière de responsabilité numérique, des chantiers ont été lancés afin de réutiliser le matériel informatique existant, et de se tourner vers le matériel reconditionné.



### Quels sont les enjeux spécifiques auxquels sont confrontées les collectivités locales dans la mise en œuvre de pratiques numériques responsables ?

Les collectivités sont animées par la recherche de l'amélioration continue plutôt que par la recherche du profit. Cependant, elles doivent relever un défi important : maintenir leurs ambitions malgré le décrochage des institutions publiques vis-à-vis du numérique et des ressources humaines de ce domaine. En effet, les métiers du numérique dans le secteur public sont souvent perçus comme peu attractifs, ce qui rend le recrutement de professionnels qualifiés de plus en plus difficile. Cette situation pose un gros problème pour les collectivités qui risquent de prendre du retard dans leurs politiques de transformation numérique par rapport à leurs ambitions.

Il est donc crucial pour les collectivités de rester attractives pour les développeurs en offrant des perspectives de travail qui ont du sens et de la valeur.



## NOTRE OTI : avis sur notre statut d'entreprise à mission

Cette vérification des objectifs statutaires des sociétés à mission doit être réalisée tous les 2 ans pour les entreprises de plus de 50 salariés et tous les 3 ans pour les entreprises de moins de 50 salariés.

En décembre 2022, nous avons donc fait appel au cabinet Impaccct après un appel d'offre pour sélectionner notre organisme tiers indépendant. Nous avons été en retard, en effet, nous avons l'obligation de le faire dans nos 2 ans, pour notre premier audit. Mauvais point.

Voici le verdict de l'audit :

**“La société Digital4better respecte les objectifs sociaux et environnementaux qu'elle s'est donnée pour mission de poursuivre en cohérence avec sa raison d'être ... ”**

Cet audit a défini certains de nos points forts, une perspective qui nous permet de mesurer l'unicité de notre modèle et de poursuivre notre effort dans sa préservation :

- Notre mission est un business driver puissant
- Notre mission est cohérente et liée à une structure clairement définie
- Nous mettons en œuvre des moyens concrets pour atteindre nos objectifs

Cette étude était aussi l'occasion de prendre conscience des éléments à améliorer dans notre fonctionnement ; Il nous a été notamment recommandé d'afficher clairement l'alignement entre nos objectifs statutaires et nos objectifs opérationnels et de définir des objectifs temporels clairs pour nos indicateurs à améliorer.

Grâce à ces retours, notre début d'année 2023 a été très riche avec la mise en place de plusieurs groupes de travail, comme par exemple la matrice de matérialité.

Nous avons rendu publique une synthèse de l'audit opérée par l'OTI (seul l'avis de l'OTI est normalement obligatoire). Il est consultable en détail sur notre site.



Restitution des résultats de l'audit de l'OTI, ouvert à tous les salariés qui le souhaitait- Décembre 2022



## Des acteurs clés du Numérique Responsable à nos côtés

Nous coopérons avec divers organismes tels que l'INR (Institut du Numérique Responsable) ou encore localement comme ADN Ouest, BNR (Bretagne Numérique Responsable), NNR (Nantes Numérique Responsable), ainsi que d'autres collectifs afin de favoriser la diffusion des connaissances sur le numérique responsable et d'en faire la promotion.

L'INR a d'ailleurs beaucoup apporté, car c'est en effet grâce aux travaux du GR491, que le RGENS a vu le jour : le Référentiel Général d'Ecoconception de Services Numériques.

La **sensibilisation aux enjeux de la sobriété numérique** et la formation au Numérique Responsable est un **aspect phare de notre démarche** : travailler main dans la main avec les acteurs majeurs du secteur est donc au cœur de notre mission.

Pour cette raison et afin d'accentuer cette action, nous avons également avancé avec des grands acteurs du conseil et du services. Microsoft aura été l'un de ces partenaires en 2022 (et encore en 2023). Les compromis que nous avons à faire sont contrebalancés par l'impact positif qui naît de cette collaboration : en effet, ce sont ces grands acteurs qui sont le plus en position d'avoir un impact.



Lola, développeuse chez digital4better

# Une R&D au cœur de l'innovation responsable

Le numérique responsable n'est pas un domaine à l'état de l'art, à notre niveau nous tentons d'y contribuer. C'est une des raisons pour lesquelles nous sommes intégrés à la French Tech (Le Pool – French Tech Rennes-Saint Malo), dont le thème structurant est l'innovation vertueuse.

Nous faisons labeliser nos projets R&D par le pôle de compétitivité à vocation mondiale Images & Réseaux. Nous avons ainsi deux docteurs (PhD) dans nos équipes R&D qui se consacrent à la

**recherche appliquée des indicateurs d'impacts**



2022 aura été l'année de notre labélisation Greentech Innovation par les Ministères de la Transition Écologique, de la Cohésion des territoires et de la Transition énergétique. Nous avons tenté cette labélisation en 2021 mais nous avons échoué. Notre pôle Recherche & Développement n'était pas assez développé à l'époque et c'était donc normal. En 2022, ce pôle a beaucoup grandi, notamment grâce à l'arrivée de deux docteurs.

**environnementaux et sociaux.** Nous sommes contributeurs sur différents travaux, que ce soit dans des études comme celle du CIGREF sur le numérique responsable ou les groupes officiels dans lesquels nous sommes comme le haut comité au Numérique Responsable ou encore l'AFNOR sur la spec2201 sur l'écoconception de services numériques. Nous avançons bien évidemment également avec notre client et partenaire l'ADEME.

Nous devons aller encore plus loin sur certains travaux R&D. En effet, il y a encore plusieurs pans de numérique que nous avons du mal à mesurer. Et sans mesure, il n'y a pas d'amélioration de l'empreinte. Nous avons ainsi lancé plusieurs chantiers sur l'impact des infrastructures IT et des parcs informatiques, entre autres. Nous souhaitons poursuivre notre investissement sur ces problématiques en 2023.

La R&D est un processus qui nécessite du temps, et nous ne désespérons pas de réussir à documenter les études de nos chercheurs et contribuer ainsi à l'**avancement de l'état de l'art du numérique responsable.** Jusqu'à présent, nous progressons en travaillant avec différents acteurs externes au sein de groupes de travail. Notre prochaine étape consistera à rendre ces informations accessibles au plus grand nombre.





## La finance, comme vecteur d'une économie plus durable

Sommes-nous une Greentech ou une Fintech ? Cette question ne nous intéresse pas. Nous ambitionnons d'améliorer l'empreinte RSE des entreprises, en leur fournissant notamment des indicateurs ESG (Environnement Social Gouvernance) du numérique fiables et auditables. Nous croyons fermement que la finance durable peut et doit jouer un rôle crucial et nous sommes déterminés à y apporter notre contribution.

Nous collaborons notamment avec l'Institut de la Finance Durable, France Fintech et Finance Innovation avec pour objectif de contribuer à des données extra-financières plus fiables dans tous les secteurs. Nous ne le faisons que sur un domaine : le numérique, car c'est là que se trouve notre expertise. Une contribution rendue obligatoire dans le cadre de la CSRD (directive européenne sur le rapport de durabilité obligatoire)

## Être acteur de modèles économi- ques plus durables

Dans la continuité de ce que nous avons entrepris dans la finance durable en 2022, nous allons essayer de contribuer à d'autres secteurs, toujours dans un prisme global de modèle d'entreprise plus durable. Nous avançons notamment dans les secteurs de l'énergie de la mobilité et du retail, mais nous n'en sommes encore qu'au commencement.



France Fintech R:Evolution !  
Environmental Impact Award

Source r2-stand



Trophées de l'innovation 2022  
Banque Postale AM - Prix Fintech ISR

Source r2-stand



IE-Club Global 60  
Lauréat « Climate And Cleantech »  
et « Toutes catégories »



LE SOLU AB

par Les



AR  
NIM  
IGN  
ESIG  
DESIG  
YDES  
BYDE  
TBYD  
CTBY  
CT  
CT





# NOS AGRÉMENTS & CERTIFICATIONS

Les agréments que nous avons obtenus sont bien plus qu'une simple étiquette. Ils représentent un cadre de référence qui encadre notre activité et garantit notre engagement.

## Entreprise agréée ESUS

Digital4Better est agréé ESUS, nous sommes reconnus par l'état comme une entreprise solidaire d'utilité sociale. Cet agrément est délivré par la DIRECCTE (inspection du travail) et sur arrêté préfectoral. C'est l'engagement le plus fort pour une entreprise commerciale

## Entreprise à mission

Ce statut est plus connu même si encore récent ; pour autant il relève d'obligations de moyens. Il est possible d'avoir une raison d'être sans être une entreprise à mission. Nous avons fait le choix d'avoir la qualité d'entreprise à mission, ce qui permet de faire auditer ses engagements par un tiers de confiance et de démontrer sa bonne foi. A ce jour, il existe environ 1 000 entreprises à mission en France mais du fait de la récence, peu partagent encore leurs éléments.

## Certification B Corp

Il s'agit d'une certification privée et payante, comme il en existe d'autres (Positive Workplace, Engagé RSE (AFNOR)). Nous avons pris B Corp pour sa reconnaissance internationale et son expérience. Nous avons fait ce choix afin de challenger notre modèle et de poursuivre notre effort dans l'amélioration continue qui nous est chère.



## De pending à certifié

Depuis notre création en 2020, nous étions B Corp pending et attendions notre certification sur 2021. A la fin de l'année 2022, nous attendions toujours... Victime de son succès, la file d'attente était longue. Le processus aura été laborieux : proposition de conférences téléphoniques avec un auditeur en pleine nuit, interlocuteur qui ne comprend pas ce qu'est l'ESS... la culture américaine se fait fortement sentir sur cette certification. Dans le questionnaire B Corp (le fameux B.I.A.), il manque clairement d'une prise en compte de la culture et spécificités de chaque pays.

Nous avons peut-être aussi manqué de disponibilité de notre côté. Nous aurions pu faire comme tout le monde et vous dire que nous sommes fièrement certifiés au bout d'un process très enrichissant mais non (on vous a dit que l'on serait transparent dans cette rétrospective).

En fin de compte, l'obtention de cette certification n'est pour nous qu'une étape. Dans la continuité de cette certification, nous souhaitons cette année nous concentrer sur le challenge de notre modèle en nous basant notamment sur le B.I.A, qui reste un outil pertinent.



## Une Gouvernance démocratique, participative et vivante.

Voute centrale de l'économie sociale et solidaire dans laquelle nous nous inscrivons, le modèle de gouvernance démocratique est fondé sur 3 piliers : la **transparence**, la **participation** et la **collaboration**.

Chez Digital4better, cela se traduit, entre autres, par une gouvernance partagée dans laquelle les membres des comités d'action sont élues par les salariés. Tout salarié a également accès à toutes les données de l'entreprise, en totale transparence.

Digital4better se définit comme une entreprise holocratique, de par sa volonté de valoriser l'autonomie et la confiance dans son organisation comme par sa hiérarchie horizontale.

Les collaborateurs s'approprient cette liberté en prenant part aux décisions de Digital4better et en s'investissant dans la vie et le développement de l'entreprise par le biais des comités et des cellules, toujours dans un esprit d'équipe et d'étroite collaboration.



## Nos parties prenantes

Nous croyons dans l'intelligence collective et souhaitons construire avec nos parties prenantes en prise directe avec les territoires. Une collaboration étroite et un engagement de tous les acteurs impliqués sont essentielles pour voir nos objectifs statutaires se traduire en actions. Nous nous engageons pour cela dans **une relation partenariale qualitative et durable** avec nos parties internes comme externes.

Choisit-on sa partie prenante ? Les salariés sont choisis, ou du moins les deux parties se choisissent mutuellement. Qu'en est-il de nos clients ? Nous avons pris le parti de travailler avec tous les secteurs : si nous travaillions exclusivement avec des acteurs de l'ESS, nous aurions finalement beaucoup moins d'impact. Nous attendons cependant une **sincérité dans la recherche d'impacts** de nos clients. Aujourd'hui, nous avons la chance d'avoir des clients engagés sur ces questions. Ce sont de précieux partenaires pour nous

En 2022, nous avons lancé un plan de partenariats car il est essentiel pour nous de faire passer notre impact à l'échelle. Aujourd'hui, nos partenaires jouent déjà un rôle significatif, mais leur rôle sera encore plus important demain.

Valérie et Rosine, consultantes chez digital4better



## Et les autres parties prenantes ?

En général, les partenaires fournisseurs sont sélectionnés. Mais comment procédons-nous à cette sélection ? Nous n'avons rien de très original. Nous suivons simplement nos règles d'entreprise responsable de l'ESS en matière d'achats :

- Entreprise de l'ESS d'abord, ESUS ou entreprise adaptée est un (gros) plus, B Corp/Positive Workplace/Engagé RSE ou Entreprise à mission ou 1% for the Planet sinon avec un score moindre
- Entreprise locale (Bassin Rennes, Nantes, Paris à date où nous sommes présent)
- Caractère durable et responsable du produit/service acheté

Ces 3 critères doivent peser à minima 60% de la note, voir plus selon les cas. Le prix est le dernier critère.

Avons-nous réussi ?

Dans la plupart des cas, mais malheureusement pas toujours. Parfois, nous sommes contraints par le temps, ou nous manquons d'organisation, ce qui nous empêche d'appliquer cette approche dans tous les cas. D'autre part, nos salariés ont un degré d'autonomie important et tout le monde peut potentiellement faire un achat, fort heureusement nos salariés sont très engagés sur ces questions. Enfin, dans certains domaines il peut s'avérer difficile de trouver un réel acteur à impact, même dans le numérique. Cela sera un chantier à opérer de manière plus rigoureuse en 2023.

Fin 2022, nous avons également lancé un chantier afin de rechallengeur notre matrice de matérialité afin de bien appréhender les enjeux de toutes nos parties prenantes et les hiérarchiser en cohérence avec notre mission. C'est un travail que nous avons hâte de vous communiquer en 2023.



Vincent, manager conseil et Pierre-Louis, développeur



Ronan, directeur projet



## Une gouvernance partagée

Les comités constituent le cœur de notre modèle, car c'est en leur sein que notre stratégie et nos plans d'action sont définis. Nous avons deux instances de gouvernance clés qui sont à la base de notre structure :

- **Le comité stratégique**, qui est chargé de valider la stratégie de l'entreprise, les comptes, ainsi que toutes les décisions importantes.
- **Le comité de mission**, qui est lié à notre statut d'entreprise à mission, et composé de parties internes comme externes.

En plus de ces deux comités, nous disposons de deux instances opérationnelles pour exécuter notre mission au quotidien :

- **Le comité de direction**, qui accueille chaque mois deux salariés différents en rotation.
- **Les comités d'action**, définis par les salariés. Ces comités sont des thèmes eux-mêmes définis par les salariés lors de summer et winter session, où tous les salariés se retrouvent pour challenger notre action. De fait, ces comités sont éphémères, ils n'ont pas vocation à être résilient. Le comité impact est lui un comité permanent, au cœur de nos instances et qui interagit fortement avec le comité de direction.

## Focus : Comité Mission

Primordial dans l'organisation de Digital4better, le comité mission est là pour évaluer et challenger nos KPIs, et pour piloter le comité impact et les cellules qui en découlent. Le comité impact est en effet constitué de plusieurs sous-comités / cellules, qui permettent à tous les salariés qui le souhaitent de s'impliquer. Ces cellules permettent une restitution beaucoup plus précise de nos indicateurs, de nos enjeux et de nos objectifs mais également une mise en action concrète pour les améliorer.

Le comité impact demeure l'instrument du comité mission : sur la base des indicateurs, il est chargé de l'exécution d'actions qui sont là pour répondre aux objectifs sociaux et environnementaux que nous nous sommes fixés.

Nous concentrons actuellement nos efforts sur les projets internes visant à améliorer notre fonctionnement, dans le but ultime d'optimiser notre efficacité et notre impact. Nous sommes en train d'agir sur nos moyens pour améliorer nos résultats, y compris en augmentant le nombre de personnes impliquées dans notre mission. Nous cherchons également à fédérer nos équipes et à travailler sur l'amélioration continue de nos processus.



Damien, Lead Tech et Tom, développeur



## **Xavier Desnoyers**, Chef de projet, membre du comité mission et impact, PPO et responsable Scrum Master chez digital4better

### **Tu te définis comme un véritable couteau-suisse des projets digitaux chez Digital4Better...Pourrais-tu éclaircir tes différentes missions ?**

Au fil du temps, j'ai porté pas mal de casquettes : j'ai fait du développement, du fonctionnel, du consulting, de la chefferie de projet, du test...mais en ce moment je me consacre davantage à la gestion de projet et à l'animation du comité impact. C'est un travail de facilitation qui passe aussi par des rencontres avec les associations : c'est tout un écosystème à entretenir.

### **Pourrais-tu me parler de ton activité en tant que membre du comité mission et du comité impact ?**

En tant qu'animateur du comité mission et impact, je suis là pour aider à l'initiation et au pilotage des projets, à la détection des besoins des cellules et à la mise à jour des sujets qui ont besoin d'être réactualisés. Lorsque certains membres du comité ont des idées précises, je m'assure que les choses sont faites concrètement, que les projets avancent, et que la mission est remplie. C'est un principe d'intelligence collective qui est appliqué à chaque moment dans nos comités.



### **Comment ton rôle de PPO (Proxy Product Owner) contribue-t-il à assurer que les produits développés par D4B répondent aux besoins des clients et qu'ils ont un impact positif sur la société et sur l'environnement ?**

En tant que PPO, j'ai pour mission de faire le lien entre l'équipe et le Product Owner du client en comprenant les besoins de ce dernier et en essayant de prendre en compte l'impact environnemental, social et sociétal dès le début du projet. J'évalue l'impact potentiel du projet, je tente de comprendre les exigences du client et de proposer des alternatives qui répondent à ses besoins tout en étant respectueuses de l'environnement. Cette tâche peut parfois s'avérer complexe. En tant que Proxy Product Owner, je dois challenger les équipes pour proposer le meilleur produit possible lors de la livraison finale.

# L'APP FRUGGR MOBILE



**#ChallengeTonEmpreinte**  
fruggr, c'est un score unique  
qui mesure l'empreinte  
carbone et sociale de vos  
usages mobiles !



[app.fruggr.io](http://app.fruggr.io)

Nous avons développé une application mobile grand public afin de permettre à chacun d'être sensibilisé aux impacts de ses usages mobile.

Cette app mobile est totalement gratuite, sans publicité, sans stockage de données personnelles. Elle a reçu un prix Stratégies pour son design éco conçu. Si elle continue à être téléchargée et que nous souhaitons la diffuser au plus grand nombre, notamment au travers des partenariats avec les grandes entreprises pour sensibiliser leurs salariés, nous n'avons pas réussi cette année à la proposer en Open Source comme nous le souhaitions mais ce n'est que partie remise.



Émilie et Franck à la soirée de remise des prix du S-tival

## Rappel de nos objectifs

Notre mission repose sur trois piliers qui sont en lien direct avec notre raison d'être :



Nous avons décliné nos objectifs d'impact sur 4 axes en lien avec ces piliers :

- Environnement
- Social
- Gouvernance
- Sociétal



## Comment sont mesurés ces indicateurs

En 2021, nos KPI étaient mesurés à 70%, ils le sont aujourd'hui à 100%, nous avons donc rempli notre mission. Il est cependant important de souligner le fait que la mesure de ces KPI est toujours perfectible. En 2022, nous ne sommes pas parvenus à mesurer les KPI aussi régulièrement que nous l'aurions souhaité : nous souhaitons en 2023 réaliser une rétrospective dans une visée d'amélioration continue chaque trimestre.

Derrière la mesure de certains de nos KPIs, il y a bien sûr notre plateforme fruggr. Grâce à elle, nous sommes en mesure de réaliser une mesure régulière et automatisée de nombreux indicateurs sur les plateformes numériques de nos clients, mais également sur les nôtres.

Certains de nos KPI sociaux sont quant à eux mesurés via notre ERP Sincro.

Toujours dans un souci de transparence, les salariés de Digital4better ont la possibilité d'accéder à tous ces KPIs à tout moment.

### STRATÉGIE D'INDICATEURS

Depuis le début, nous avons pris le parti de sélectionner peu d'indicateurs, mais des indicateurs forts avec des engagements et en prise directe avec notre mission.

Il va de soi que nous regardons tous les autres indicateurs comme la parité, diversité, satisfaction des salariés....

Notre approche, que nous pouvons structurer autour de la plateforme fruggr, répond à une vision holistique de performance centrée autour des critères ESG.

#### • Performance environnementale :

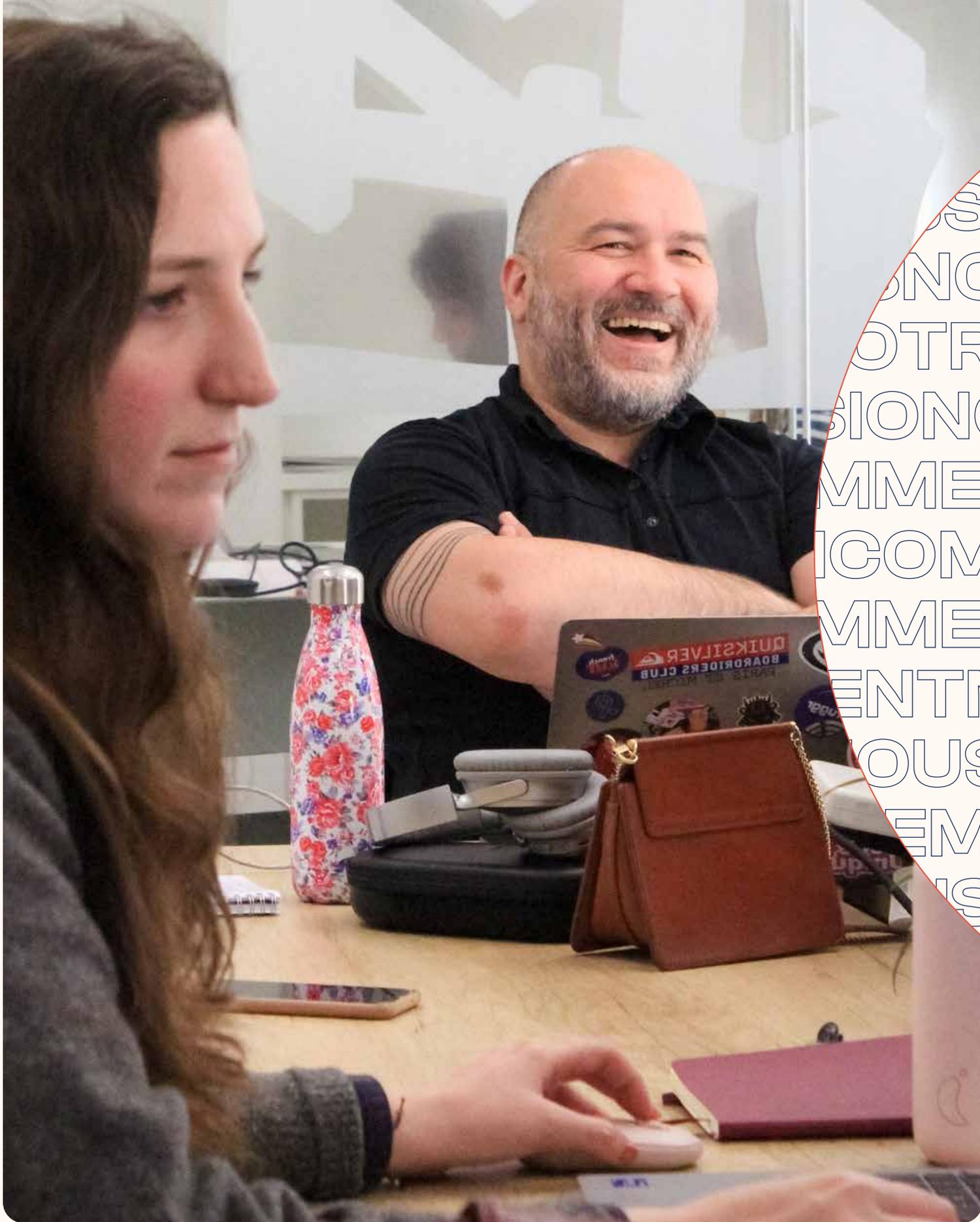
- Limiter l'émission de gaz à effet de serre en mettant en place des pratiques d'écoconception pour les développements de produits numériques, des fermes de serveurs à faible impact.
- Encourager la frugalité numérique pour réduire la consommation d'énergie inutile.
- Réduire l'impact environnemental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

Rationaliser 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.



S  
ONC  
OTR  
SIONC  
MME  
ICOM  
MME  
ENTN  
OUS  
EM  
S



PLISSIONSNO  
LISSIONSNOTREMI  
SIONSNOTREMISSIONO  
OTREMISSIONCOMMEN  
REMISSIONCOMMENTNO  
COMMENTNOUSREMP  
NTNOUSREMPLISSIONS  
MMENT **NOTREMISSION** NO  
NTNOUSREMPLISSIONS  
NOUSREMPLISSIONSNOT  
SREMPLISSIONSNOTRE  
PLISSIONSNOTREMISS  
SSIONSNOTREMISSION  
MISSIONCOMMENT  
COMMENTN



# COMMENT NOUS ACCOMPLISSONS NOTRE MISSION



## Maturité

Le Numérique Responsable est un sujet encore jeune. Les entreprises sont nombreuses à avoir un intérêt sincère sur le sujet, mais le besoin d'accompagnement est bien là. Nous réalisons des mesures de la maturité des entreprises et organisations afin de les **accompagner au mieux dans leur transition numérique.**

Nos premiers retours d'expérience montre que la route est encore longue et qu'il reste tout à faire.



Florence, manager conseil Numérique Responsable

## Ecoconception

La mesure en elle-même ne suffit pas :

Nous réalisons nos projets en nous souciant du début à la fin des impacts qu'ils génèrent, dans la mesure de ce qui est permis par le contexte des projets.

Notre méthodologie s'appuie sur **une mesure en continu et une connaissance des mécaniques d'écoconception.** Nous agissons en nous basant sur des référentiels préétablis tels que le RGEN et le RGAA. L'écoconception a été notamment un moyen d'action lors de certaines de nos missions à impact auprès d'associations au cours de l'année 2022.

## Formation

Nous nous réjouissons de constater qu'en 2022, l'immense majorité des entreprises et organisations organisent des Fresques du Climat et des Fresques du Numérique, afin de sensibiliser leurs équipes.

L'étape d'après est de former concrètement les collaborateurs. Dans notre recherche d'impact il s'avère que **la sensibilisation est une première étape** et que le besoin de formation est avéré.

Par ailleurs, partager nos savoir-faire est une philosophie en ligne avec notre raison d'être. C'est pourquoi nous avons commencé à proposer des formations opérationnelles sur le NR.





## fruggr

Forts de notre mission, nous avons décidé de créer la solution fruggr. Cette solution s'adresse principalement aujourd'hui aux grandes entreprises car nous sommes persuadés que leur passage à l'action aura un impact à la fois plus important et plus rapide qu'une action auprès de chacun. Cet outil permet ainsi de mesurer et **recommander des actions d'amélioration**, à la fois sur des critères environnementaux mais aussi sociaux.

En 2022, nous avons étudié 415 services et plateformes numériques (98 organisations différentes, 450 000 fonctionnalités/pages analysées).

Des applications externes (ex. site e-commerce) comme interne (ex. plateforme métier de gestion des risques) ont été inclus dans ces analyses. Les acteurs analysés, majoritairement issus du CAC40, ont ainsi tous débuté une démarche numérique responsable. Nous avons été satisfaits en 2022 d'observer que parmi ces entreprises, certaines ont amélioré leur empreinte grâce aux recommandations de fruggr. Néanmoins, force est de constater que pour beaucoup, la démarche reste encore bloquée à la mesure. Il est frustrant pour nous de ne pas pouvoir encore réellement mesurer un **passage à l'échelle de l'amélioration des impacts** chez ces grandes entreprises.

Les impacts du numérique n'étant pas réduits aux seuls services web, nous avons décidé à travers notre pôle de Recherche et Développement, de travailler à développer fruggr et **l'ajout de nouveaux indicateurs**, tels que l'infrastructure IT, le poste de travail ou le bilan GES du parc informatique.



Radhika, Proxy PO fruggr

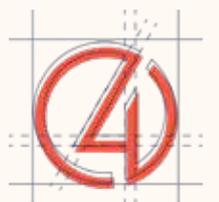


Ronan, CPO de fruggr





ACTMESURE  
URÉ L'IMPACTMESU  
MESURÉ L'IMPACTME  
IMPACTMESURÉ L'IMP  
URÉ L'IMPACTMESURÉ L'  
MESURÉ L'IMPACTMESUR  
IMPACTMESURÉ L'IMPAC  
URÉ **L'IMPACTMESURÉ** L'  
MESURÉ L'IMPACTMESUR  
IMPACTMESURÉ L'IMPAC  
URÉ L'IMPACTMESURÉ I  
MESURÉ L'IMPACTMESUR  
IMPACTMESURÉ L'IMP  
URÉ L'IMPACTMESURÉ  
URÉ L'IMPACTMESURÉ





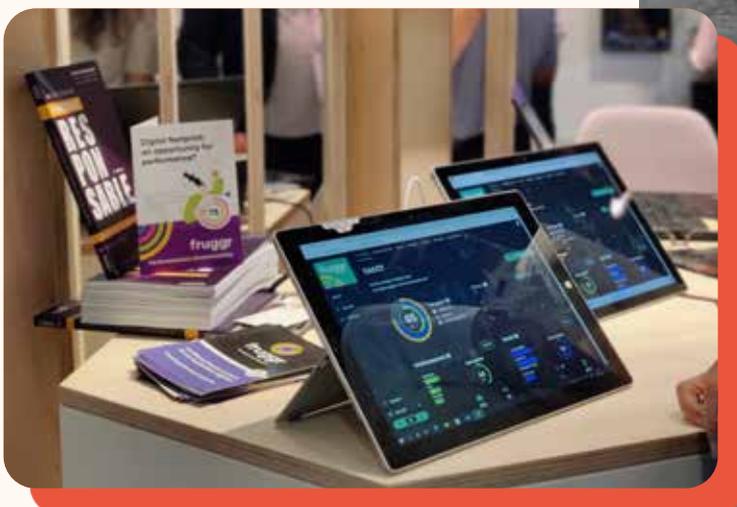
# IMPACT ENVIRONNEMENTAL

## Réduire l'impact environnemental du numérique

Nous ambitionnons de diviser par 2 en cible l'empreinte environnementale du numérique de nos clients. Cela passe par différents axes de travail.

Nous avons sélectionné 3 indicateurs pour suivre notre feuille de route :

- **Taux d'amélioration** de l'empreinte environnementale des applications des clients que l'on accompagne
- **Promouvoir l'écoconception** chez nos clients : taux de nos clients pour lesquels des actions significatives sont lancées
- **Allonger la durée de vie des équipements** : taux d'équipements recyclés/reconditionnés utilisés





INDICATEUR #1

# 66/100

de score moyen d'empreinte  
environnementale applicative

## Améliorer l'empreinte environnementale des applications et services numériques

L'année 2022 a été une année de stagnation : nous suivons notre démarche d'amélioration et nous n'avons pas régressé, mais l'objectif final n'est pas encore atteint : celui d'atteindre une note moyenne de 80/100.

Si nous rentrons dans le détail de ces notes :

- Notre **activité développement**, notre laboratoire des pratiques, affiche un score de **70,1 sur 100**. Ce qui constitue un score moyen, en-deçà de l'attendu.

En 2021, nous avons déjà observé un impact insuffisant sur cet indicateur, que nous avons analysé comme un manque de sensibilisation et de compétences chez nos parties prenantes, dont le sujet du numérique responsable n'était qu'à ses débuts. Il convient également de séparer les nouveaux services numériques et évolutions de services.

Dans le dernier cas, il y a un historique important, à savoir une dette environnementale de l'application.

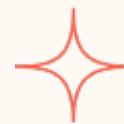
- Notre **activité éditeur**, les clients de la plateforme fruggr, affiche un score environnemental moyen de 62 sur 100. Dans ce cas-ci, l'important n'est pas tant finalement le score à un instant T, mais la progression de ce score. Notre ambition est en effet de maximiser nos impacts et donc de fait que le parc de services numériques de

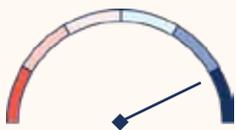
nos clients progresse en termes d'empreinte environnementale.

En 2023, nous allons mettre en place un nouvel indicateur pour disposer de la progression de l'empreinte de nos clients fruggr. Cela nous permettra d'avoir un indicateur plus précis et tangible.

Face à ces résultats globaux, nous avons mis en place de nouvelles mesures de formation, de suivi, et nous avons lors de notre séminaire de décembre 2022 créé des cellules pour gagner en efficacité et en précision dans nos actions. Le Comité Numérique Responsable, la cellule Agile4Better ou encore la Cellule Mesure des KPIS sont là pour nous aider à atteindre au mieux notre objectif en 2023.

Notre plus grande réussite en 2022 a été de constater que des entreprises telles que L'Oréal, Dorval Asset Management et Body Nature ont amélioré leur empreinte de plus de 30 % en moyenne grâce aux recommandations de fruggr. Un autre client comme l'ADEME, améliore depuis 2 ans en moyenne de 20% l'empreinte de ses services numériques.





INDICATEUR #2

**85,7%**

de nos projets ont des actions concrètes d'écoconception

Promouvoir l'écoconception auprès de nos clients en l'appliquant dans nos projets

Nous sommes fiers de constater que nous nous rapprochons encore davantage des 100%, avec plus de 85% de nos projets intégrant l'écoconception dès leur définition. En 2021 nous étions à 81,5%, ce qui constitue une progression significative même si encore loin du 100%.

L'écoconception reste encore peu connue de nos clients. De plus, le référentiel des exigences est très récent : RGEN – référentiel général d'écoconception de services numériques – n'existe que depuis novembre 2021 en version bêta, et depuis 2022 en version officielle.

Néanmoins nous devons viser l'ambition à terme de généraliser l'écoconception de services numériques. Nous nous donnons l'ambition suivante

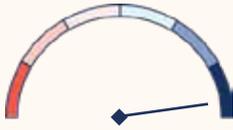
- **2023** : 88% des projets, cela peut paraître peu ambitieux mais il faut être conscient du point de départ du marché. De plus, nous adressons dorénavant plus de clients en ciblant plus large, là où les premières années nous étions avec des clients déjà appétents au sujet du numérique responsable

- **2024** : 93% des projets. 2023 est l'année de l'action, l'année de la mesure des CSRD, l'année des JO. Le contexte global très favorable à une avancée sur le sujet du Numérique Responsable.



- **2025** : 98% des projets. A ce niveau, nous pourrions considérer que nous serons avec nos clients dans du greenIT by design, une approche généralisée de l'écoconception de services numériques.

Les engagements long terme sont posés.  
Rendez-vous en mai 2025 ?



### INDICATEUR #3

# 97%

de nos équipements sont  
reconditionnés ou réutilisés

Utiliser exclusivement des  
équipements numériques  
reconditionné ou réutilisés

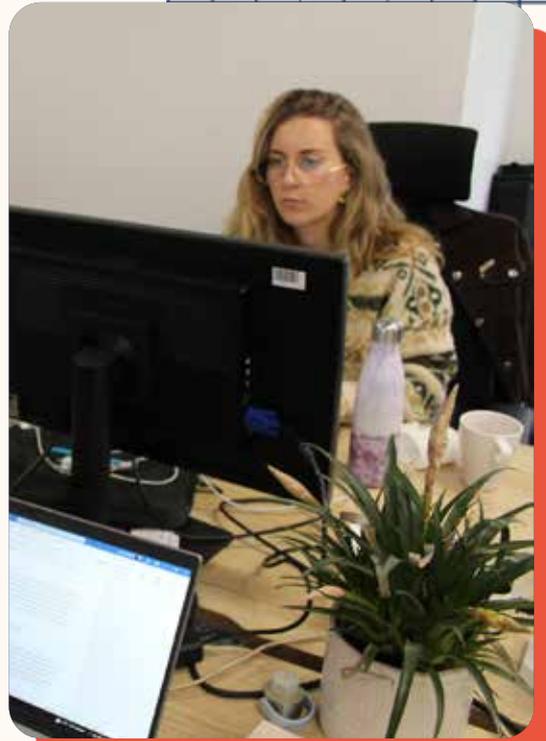
En 2022, nous avons continué à privilégier une chaîne de valeur vertueuse et durable avec du matériel reconditionné ou réutilisé. Grâce à cela, nous sommes parvenus à dépasser notre objectif : que 95% des équipements utilisés par les collaborateurs soient issus du reconditionnement. Nous poursuivons cet effort en 2023 en nous assurant d'allonger la durée de vie de nos équipements et en optant systématiquement pour la seconde main lors de l'arrivée d'un nouveau collaborateur ou lors de la détection d'un besoin.

Nous avons 100% de PC reconditionnés. Pour rappel, c'est le cadre donné à tous nos collaborateurs : ils sont libres de choisir le poste de travail le plus adapté à votre usage, sans limite de budget mais doivent respecter un cadre donné, à savoir opter pour du reconditionné.

Sur l'ensemble des équipements, le chiffre exact est de 96,7% (en montant, pas en nombre). Il est en effet difficile d'opérer une stratégie d'achats reconditionnés pour les câbles, barrettes de RAM et supports.

Le saviez-vous ? Le plus vieux PC utilisé au quotidien par un collaborateur est de 2013. Il fête ses 10 ans, bien au-delà de la durée de vie moyenne.

On ne le dira jamais assez : l'allongement de la durée de vie des équipements est le levier clef de l'empreinte environnementale du numérique.

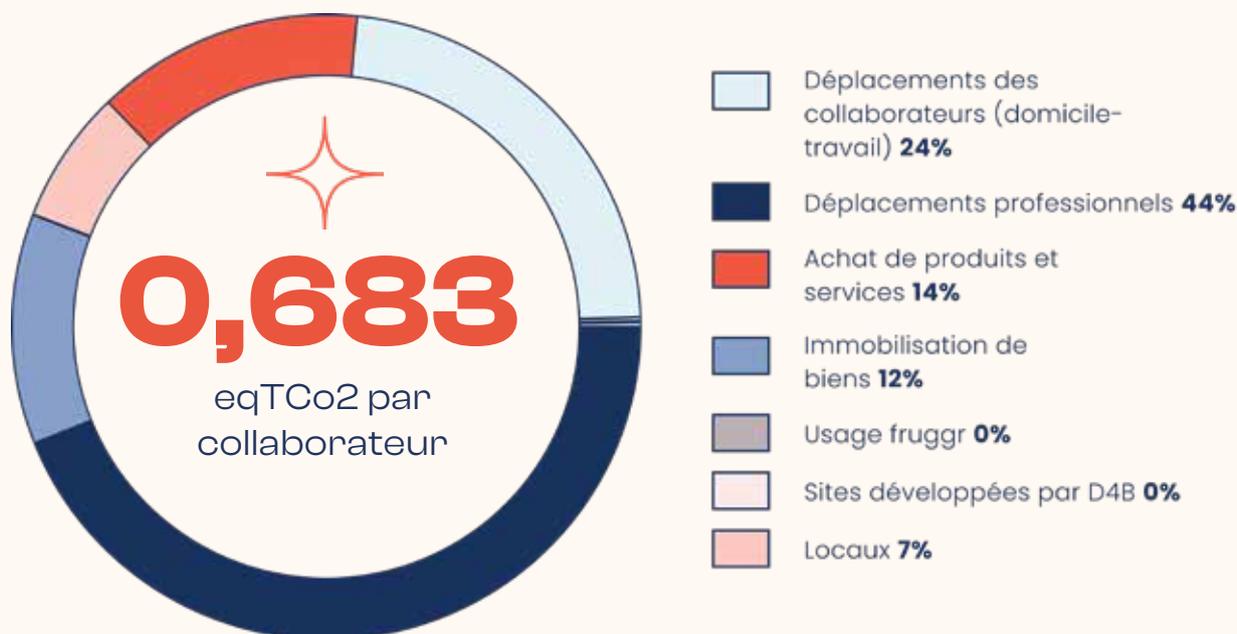


Alizée, Designer et consultante



Estelle, Chercheuse R&D

# NOTRE BILAN GES



Bien que nous ne soyons pas tenus de réaliser un bilan des émissions de gaz à effet de serre (GES), nous recommandons fortement à nos clients de le faire. Par conséquent, nous avons appliqué notre propre conseil et réalisé un bilan carbone pour Digital4better en 2022, pour la deuxième année consécutive. Cette évaluation a été réalisée par la cellule Bilan GES du comité Impact, qui soutient notre **objectif de transparence, de cohérence et d'amélioration continue**.

Nous avons débuté notre bilan en définissant son périmètre, en considérant le contexte dans lequel il s'inscrit. Ensuite, nous avons collecté des données sur l'ensemble de nos émissions de CO<sub>2</sub>, qui correspondent à différents scopes. Les résultats de notre bilan sont présentés ici, et nous prévoyons de mettre en œuvre **un plan d'action en réponse à ces chiffres** pour les améliorer tout au long de l'année 2023 !

Notre bilan par collaborateur s'est alourdi entre 2021 et 2022. Il est passé de 0,583 eqTCo<sub>2</sub> à 0,683. Cela s'explique par une catégorie bien précise de GES : les déplacements professionnels.

En effet, nos équipes sont basées à Rennes, Paris et Nantes et nous encourageons le lien entre les collaborateurs. L'année 2022 a aussi été fructueuse en termes de salons et d'événements destinés à sensibiliser sur le sujet du Numérique Responsable à échelle nationale.

Ce chiffre, plutôt bon dans le secteur numérique, peut surprendre. Mais nous n'avons aucun mérite. D'une part, nous sommes partis d'une feuille blanche avec une recherche systémique d'impacts dans tous nos process (enfin on essaye). D'autre part, nous ne disposons pas de nos propres locaux sur aucun de nos emplacements. Nous avons privilégié des tiers lieux ou des locaux partagés afin d'optimiser au maximum l'occupation. Ceci a cependant ses effets pervers : certains jours, nous pouvons être un peu à l'étroit. Quant à notre bilan GES IT, nous n'avons pas de mérite à être bons : c'est notre métier.

**Notre objectif pour 2023 est de rester sobre et frugal et de réaliser des efforts en ce sens afin de montrer que malgré la croissance, il est possible de rester en phase avec une démarche**



## **Corinne Paillet**, direction de la mission sobriété énergétique et Numérique Responsable au sein de Crédit Mutuel Arkéa

### **En tant que référente Numérique Responsable, quelles sont vos actions concrètes au sein de Crédit Mutuel Arkéa ?**

Notre champs d'action est vaste : il faut avant tout baisser le nombre d'équipements et de terminaux par collaborateurs. Cela veut dire réduire le parc informatique, et suivre une politique d'achats responsables : s'assurer de la réparabilité et de la durabilité des équipements qu'on achète. En tant que pure player, il y a une réelle nécessité de questionner nos fournisseurs ! Notre action passe aussi par la promotion de l'écoconception et de l'application de principes centraux au Numérique Responsable : inclusivité, accessibilité...

Enfin, nous avons un travail de sensibilisation des collaborateurs et de la direction. Cela passe notamment par leur implication dans des actions diverses : action de dons à des associations et écoles, participation au Digital Cleanup Day, etc.

### **Quels ont pu être les défis rencontrés pour l'application d'une stratégie Numérique Responsable au sein de l'organisation ?**

Dans un grand groupe comme le nôtre, il peut être difficile de convaincre à la fois la direction et les collaborateurs que la réduction du nombre



de terminaux n'est pas une contrainte. De même, le temps nécessaire pour mettre en place une écoconception peut être perçu comme un frein, mais il est important de montrer les avantages à long terme. Pour faciliter l'appropriation de ce sujet par les entités du groupe, une équipe dédiée a été créée au sein de Fortunéo.

### **En quoi la collaboration avec Digital4better a aidé Crédit Mutuel Arkéa à atteindre ses objectifs en matière de responsabilité numérique ?**

Les équipes de Digital4better ont été d'une grande aide pour sensibiliser à l'importance du Numérique Responsable. La Table ronde du Numérique Responsable organisée par l'entreprise au Ministère de la Transition écologique a été un moment clé pour nous. Cela nous a permis de réfléchir davantage et de renforcer notre engagement envers cette cause. Des entreprises telles que Digital4Better sont précieuses par le fait qu'elles apportent leur expertise pour créer de nouvelles règles communes que chacun peut ensuite appliquer dans l'organisation.





## Permettre un numérique plus inclusif

Nous nous engageons à développer des applications accessibles au plus grand nombre. Nous croyons fortement en un numérique plus respectueux des personnes, qui ne laisse personne de côté.

**Afin de suivre cette ambition, nous avons choisi 3 indicateurs :**

- **Inclusivité, KPI** : cible d'app qui fonctionne sur un taux d'équipement de 98% de la population française (mesurés sur iOS, Android, Navigateurs web)
- **Accessibilité** : nous nous engageons à intégrer une stratégie auprès de nos clients
- **Sobriété** : nous nous engageons à penser simplicité des dispositifs développés avec notamment la notion des 3 U: Utiles, Utilisées, Utilisables

Nous avons recensé un certain nombre de publics fragiles face au numérique. Même s'il n'est pas toujours possible de détecter quel type de fragilité lors de l'usage d'un service numérique, il est essentiel de travailler avec ces derniers et des associations sur le terrain pour mieux en comprendre les tenants et aboutissants.



### Les grandes familles de publics fragiles face au numérique :

- **2,9%** de déficients visuels, selon l'OMS 2,2 milliards de personnes ont une déficience visuelle touchant la vision de près ou la vision de loin
- **7%** de dyslexiques dans le monde, un handicap reconnu par l'OMS qui selon les formes de dyslexie peut être un handicap face au numérique
- **4,5%** de daltoniens, ne pas distinguer les couleurs est parfois un lourd handicap dans certains parcours numériques
- **17%** de personnes en illettrisme, selon un rapport du Sénat Français sur l'illectronisme

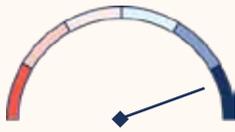
En 2022, nous avons travaillé sur la déficience visuelle, avec une association l'ACIAH. Avec un développeur en cécité visuelle totale, plusieurs personnes atteintes de daltonisme et dyslexie à nos côtés, Digital4better est concrètement concerné par ces problématiques. Cela nous permet d'être d'autant plus impliqués sur ces questions.

Nous avons également travaillé sur les publics fragiles en illettrisme, notamment trois types de publics très différents :

- **Personnes âgées**
- **Jeunes éloignées de l'emploi**
- **Migrants** avec une culture différente et une très faible compréhension de la langue française

Nous devons continuer ces travaux qui n'en sont qu'au début. Nous voyons bien le lien entre nos objectifs d'impacts sociaux et nos actions sociétales.

Comme nous aimons le dire à nos clients :  
ne vous privez pas d'un tiers de vos prospects.



INDICATEUR #1

**89,7/100**

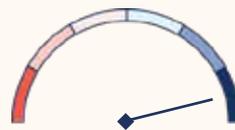
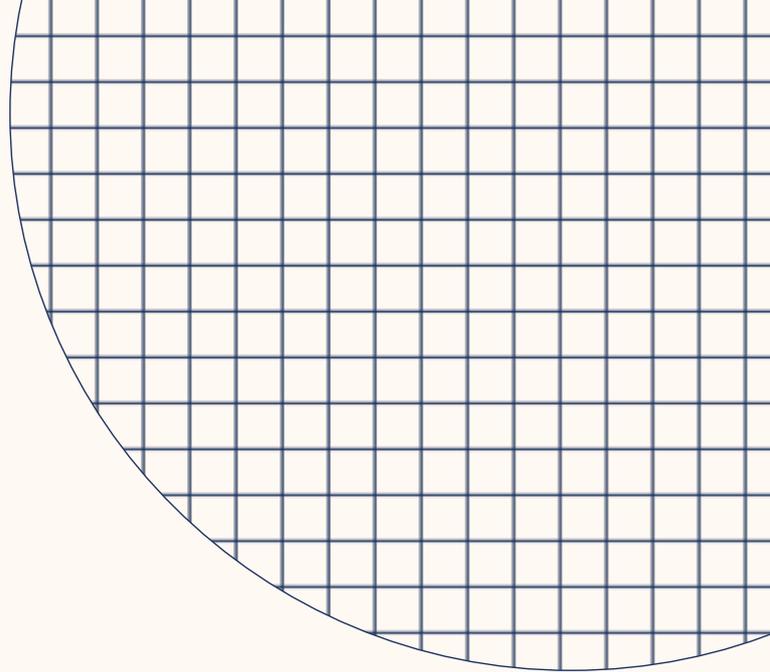
score moyen fruggr sur la note d'accessibilité des plateformes numériques

Pour rappel, l'accessibilité numérique, c'est prendre en compte chaque utilisateur lors de la conception d'un produit ou d'un service : ses capacités physiques et mentales, ses conditions d'utilisation et son environnement.

**A savoir :** la notation fruggr ne concerne qu'une partie des règles d'accessibilité qui sont automatisables, elle ne remplace pas un audit humain. Elle permet cependant deux choses :

- **Se mettre dans un mode d'amélioration continue**, mesurer régulièrement et constater si les améliorations mises en œuvre sont réelles et disposer des recommandations pour continuer à agir
- **Généraliser l'accessibilité**. De nombreuses entreprises se contentent de vérifier les critères d'accessibilité (106 critères sur le RGAA) que sur les dispositifs principaux. Cependant, la loi exige normalement que la plupart des dispositifs soient vérifiés, même une application intranet.

L'impact en 2022 a donc été réel. En effet, nous sommes passés d'un score moyen de 84 en 2021 à 89,7 en 2022.



INDICATEUR #2

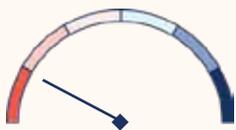
**92/100**

score moyen fruggr sur la note d'inclusivité des plateformes numériques de nos clients

Développer des services qui fonctionnent sur un taux d'équipement de 98% de la population française

En 2021, nous soulevions déjà la question de cet indicateur : au-delà de notre score d'inclusivité, comment connaître le pourcentage précis de la population française disposant de l'équipement adéquat ? Et même si elle dispose de cet équipement, est-ce que son fonctionnement garantit une expérience utilisateur adéquat ? Comment s'assurer que tous les publics (y compris les personnes atteintes de déficiences visuelles, les personnes dyslexiques, daltoniennes ou en situation d'illectronisme) puissent utiliser nos plateformes numériques ?

Nous travaillons sur 2023 sur de nouveaux indicateurs plus précis qui vont nous permettre d'avoir plus de pertinence sur ces sujets.



### INDICATEUR #3

# ±15%

le nombre de fonctionnalités mesurées inutiles

## Sobriété des services numériques

L'impact visé ici est celui de l'utilité et la simplicité des services numériques.

Ces notions ont d'ailleurs également un impact environnemental, et pas seulement social.

En effet, lorsque vous décommissionnez 20% de fonctionnalités non utilisées d'une plateforme, vous faites des économies environnementales et financières.

### Notre cible :

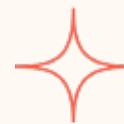
< 10% des fonctionnalités d'une app non utilisées

- 23% des fonctionnalités sont très peu, voir pas du tout utilisées. Voici ce qui est observé sur le parc des applications de nos clients.
- Aucun secteur ne fait mieux qu'un autre

Nous n'avons pas réussi à mesurer rigoureusement cet indicateur sur 2022. Nous estimons à 15% à date, soit supérieur à l'objectif de 10% de fonctionnalités d'une plateforme applicatives considérées comme inutiles.

Nous avons eu la possibilité de travailler avec quelques clients sur l'axe de la sobriété, et avec eux, nous avons pu opérer des changements concrets. L'un de ces clients est l'ADEME, qui a mesuré et pris des mesures en conséquence.





# IMPACT GOUVERNANCE

## Partage, Communication et Autonomie

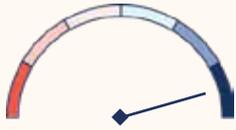
Digital4better est une entreprise engagée dans une gouvernance démocratique, une gouvernance partagée qui met l'accent sur les besoins et les attentes de ses parties prenantes, mais aussi sur la transparence, la coopération et la communication. Notre gouvernance passe également par un partage de la valeur et des règles transparentes sur le partage des bénéfices. Il est donc essentiel pour nous de la mesurer. transparence et partage : deux valeurs clefs pour nous.

**Voici les indicateurs qui nous permettent de mesurer la qualité de notre gouvernance :**

- **Indicateur #1 :**  
Pérennité des contrats
- **Indicateur #2 :**  
Pourcentages de données accessibles
- **Indicateur #3 :**  
Taux de collaborateurs membres d'un comité

La gouvernance est souvent négligée en tant que troisième aspect des ESG. La directive européenne sur les CSRD n'accorde pas une grande importance à la gouvernance. Cependant, il serait naïf de croire que l'on peut rapidement modifier les pratiques héritées de longue date dans les entreprises. Il existe toutefois quelques exceptions, notamment Patagonia, qui est devenue une fondation, et Playmobil, dont le fondateur Horst Brandstätter a légué les parts de l'entreprise à une fondation plutôt qu'à ses fils.

**Tout ceci nous fait prendre conscience que nous avons encore beaucoup à parcourir sur ce sujet.**



INDICATEUR #1

**95%**

de salariés en CDI

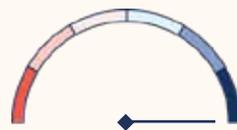
## Pérennité des contrats

En 2022, nous avons accueilli plusieurs contrats d'apprentissage ainsi qu'un stage, d'où un taux de 95% de contrats en CDI et non 100%. Nous avons une démarche de proposition de stages et d'alternance car nous souhaitons accompagner leur montée en compétences et leur faire découvrir notre métier ainsi que la cause du Numérique Responsable. Nous considérons comme l'une de nos missions sociétales l'intégration de profils junior ou en reconversion, et nous les encourageons à nous rejoindre à l'issue de leur formation en tant que salariés en CDI.

De même, le partage de la valeur est important. Lorsque nous faisons appel à un freelance, nous ne faisons pas de marge, donc cela représente moins de moyens pour notre action sociétale. Ce mouvement plus individualiste ne nous correspond pas.

Il est donc intéressant de regarder le taux de production interne de nos activités cœur. Sur 2022, nous avons eu un taux inférieur à 5%. Nous estimons que 10% de prestations sous traitées sur notre activité de production est le seuil haut. A l'inverse, nous avons un taux de sous-traitance élevé sur des activités qui ne relèvent pas de notre métier, comme par exemple la comptabilité.





INDICATEUR #2

100%

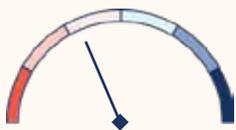
des données accessibles  
aux salariés

## Démarche de transparence totale

La transparence est l'une des valeurs de Digital4better : 100% de nos données de l'entreprise sont accessibles à tous les collaborateurs, mises à part les données personnelles, qui sont quant à elles confidentielles.

Il y a une certaine complexité à trouver la donnée, à comprendre sa portée. Certes, la participation en tournante de deux salariés à chaque comité de direction aide à diffuser l'information mais cela ne suffit pas. L'autre point est plus psychologique : si je suis conscient que je peux accéder aux informations par moi-même à tout moment, je ne ressens pas nécessairement le besoin de les consulter.

Nous avons déjà relevé en 2021 que beaucoup d'informations disponibles aux salariés n'étaient finalement que peu consultées. Nous avons commencé à mener un chantier en 2022 pour faciliter l'accès à ces données. Nous ne parlons pas d'accès au sens technique, mais de données qui parlent à tous. Cela constitue un chantier toujours en cours, nous ne sommes pas toujours rapides... Il s'agira ensuite d'encourager les collaborateurs à les consulter. Un des défis à relever pour les entreprises libérées où l'autonomie est favorisée :  
**pousser à l'action !**



INDICATEUR #3

**37%**

de salariés membres  
d'un comité

## Assurer l'implication des collaborateurs

En fin d'année 2022, moins de la moitié des collaborateurs étaient acteur d'un comité. Face à ce constat, une initiative originale a été mise en place lors du séminaire d'hiver, avec un speed dating intitulée "Rencontre ton comité".

Cette action a porté ses fruits puisqu'elle a permis d'augmenter significativement le taux de participation de comités, passant de 37% à 69% en début d'année 2023.

L'année dernière, nous nous étions fixé l'objectif de 70%. Il n'a donc pas été exactement atteint en 2022, mais il le sera en 2023.

Néanmoins, nous allons nous questionner sur ce sujet et rendre certains comités et cellules plus éphémères. Certains sujets n'ont pas vocation à être résilients, ils répondent à une problématique à un instant donné. Ce qui n'empêchera pas a priori un taux d'investissement important des salariés. Bien au contraire, se réinventer en permanence devrait nous permettre une mobilisation importante.



Nicolas, lead tech et Myfawny, product designer



Matthieu, lead dev



## Jennifer Pacreau, Responsable Recrutement et Ressources Humaines chez Digital4better

### En tant que première responsable RH chez Digital4Better, quelles sont tes ambitions ?

L'objectif pour moi est de construire des fondations solides pour garantir la stabilité de l'entreprise malgré les imprévus. Pour ce faire, il est important de structurer les choses tant sur le plan réglementaire (en s'assurant de la conformité à tous les niveaux) qu'organisationnel. Nous sommes une entreprise libérée, il est crucial de déterminer comment cela se traduit au quotidien et comment chacun peut y trouver son compte en termes de bien-être, d'accompagnement et de développement des compétences. Il est essentiel de répondre aux besoins des collaborateurs ainsi qu'à ceux de l'entreprise pour garantir sa durabilité.



### Quels sont pour toi les enjeux du poste ?

Il faut avant tout parvenir à structurer l'architecture de gouvernance partagée pour que l'ensemble des collaborateurs puisse contribuer dans un cadre de travail apaisé et productif. Chacun doit apporter sa contribution au bon fonctionnement de Digital4better, il est nécessaire de définir un cadre à la fois flexible et stable pour encadrer l'ensemble des actions et des décisions de l'entreprise.

Il est important de disposer d'une boîte à outils et des ressources internes pour soutenir les collaborateurs dans leur action et s'assurer de leur bien-être au sein de l'organisation.

### Peux-tu m'exposer notre stratégie de recrutement en termes de mission sociale ?

Nous n'avons pas de stratégie dédiée en termes de mission sociale mais cela fait partie de nos valeurs et notre responsabilité d'entreprise d'être dans un recrutement inclusif. Cela passe par le recrutement de stagiaires et d'alternants, mais également de personnes issues de la reconversion, de personnes éloignées de l'emploi ou en situation de handicap. L'impératif est de leur offrir un accompagnement adéquat pour leur permettre un accès à l'emploi. En effet, l'entreprise doit disposer des ressources et du bagage technique nécessaires pour transmettre notre expertise et faire grandir ces profils. Pour garder cette ouverture d'esprit et conserver une spontanéité lors de l'étape de recrutement, les collaborateurs de l'entreprise sont intégrés à celle-ci.





## Accompagner la tech4good

Nous sommes fermement convaincus que le numérique est une solution plutôt qu'un problème, à condition que nous prenions conscience de ses impacts sur notre société. La contribution du numérique à des problèmes sociétaux est un impact important que nous visons.

Nous suivons une démarche tech4good en développant pour nos clients des produits et services numériques à impact social positif mais aussi en consacrant chaque année des jours d'impact. Notre projet se veut également porteur d'une réflexion éthique sur les enjeux du numérique, en veillant à ce que ces dispositifs soient respectueux des personnes et des ressources naturelles de notre planète. En favorisant l'emploi local et en créant de nouvelles opportunités professionnelles dans les secteurs du numérique, Digital4better a pour objectif de renforcer l'inclusion sociale et de participer activement à la dynamique de croissance économique des territoires.

**Nous nous basons sur trois indicateurs pour mesurer au mieux notre impact sociétal :**

• **Indicateur #1 :**

Nombre de personnes sensibilisées via nos interventions

• **Indicateur #2 :**

Nombre d'emplois créés sur les territoires

• **Indicateur #3 :**

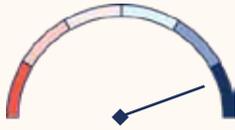
Nombre d'idées/POC sur le tech for good



La sensibilisation est restée un axe important pour nous en 2022. Nous avons fait en sorte de nous rendre disponible pour chaque sollicitation, que ce soit au sein d'écoles ou d'associations, et auprès d'entreprises.

BPI France, la Banque Publique d'Investissement, s'est tenue à nos côtés dans

cette sensibilisation au Numérique Responsable. Engagée dans l'innovation en faveur d'un avenir écoresponsable et durable, BPI France est à l'origine de salons majeurs comme BIG ou Jour E auxquels Digital4better a été invité à prendre la parole pour sensibiliser et partager des solutions concrètes au service de la décarbonation du numérique



INDICATEUR #1

# 2700

personnes sensibilisées au  
Numérique Responsable

## Sensibilisation au Numérique Responsable

Nous avons accentué la sensibilisation, ce qui est normal en grandissant. Par conséquent, nous ne faisons plus de comptage exhaustif pour chaque événement ou conférence. En 2021, nous tenions un registre précis à la personne près par événement. Sur 2022, nous avons un suivi plus mensuel. Mais il nous semble important de continuer à le suivre, car embarquer dans un numérique plus responsable toutes les populations est essentiel pour réussir la transformation.

**Notre sensibilisation peut se structurer sur deux grandes familles :**

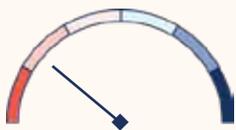
- 300 liés à nos clients : activités de production : équipes projets, formation NR, éco-conception, ...
- 2 400 lors de conférences, intervention en école...

La première famille est assez simple à appréhender. Comme toujours, l'analyse dans le détail est plus intéressante. Est-ce que les publics sensibilisés ont agi de manière plus responsable par la suite ? Le véritable impact est là et il faudrait idéalement mesurer cet impact. En termes de moyens, nous avons pris le parti d'inclure des sensibilisations adaptées selon les publics dans toutes nos propositions. Il faudra pouvoir revenir un an plus tard vers tous ces publics.



Les Eco Cards, jeu de cartes pour initier une démarche d'eco conception

Sur la deuxième grande famille, cet exercice n'est malheureusement pas possible. Nous nous engageons néanmoins à être disponibles dans la mesure du possible pour faciliter toutes les discussions concernant le numérique responsable. Nous donnons des formations en entreprise mais nous avons fait le choix de ne pas donner de modules de cours dans les écoles, cela ne serait pas adapté à notre activité. Nous avons cependant fait beaucoup d'interventions dans les écoles.



INDICATEUR #2

# 21

nouveaux postes en 2022

## Création d'emplois sur nos territoires

Nous poursuivons notre croissance en 2022 avec 21 nouveaux collaborateurs constitués comme suit : 16 contrats en CDI, 4 contrats d'apprentissage et 1 stage. L'arrivée de ces nouveaux collaborateurs coïncide pour beaucoup avec une quête de sens, une envie de concilier travail et valeurs personnelles et un intérêt pour la cause du Numérique Responsable et de la tech4good. Cette création d'emplois durable s'est accompagnée d'un processus de recrutement inclusif :

- Nous recrutons sans lettre de motivation : nous sélectionnons les candidats en nous basant sur les soft skills, sur le savoir-être et le savoir-faire
- L'âge du candidat n'a pas d'importance
- Nous faisons abstraction du parcours académique : le diplôme n'est pas un élément bloquant
- Diversité et inclusion sont au cœur de notre processus de recrutement

L'inclusion dans notre processus de recrutement n'a jamais été mis en objectif, en effet nous revendiquons être un acteur expert dans un domaine, qui plus est qui n'est pas à l'état de l'art. Néanmoins, nous nous rendons compte que cela est possible.



INDICATEUR #3

# 52

missions à impact identifiées

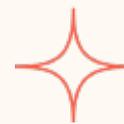
Ces 52 missions sont le produit d'idées relevées par les collaborateurs. Sur ces 52, 17 ont été mises de côté et 5 sont en cours.

Il va de soi que cet indicateur reste très limité. Nous n'avons encore que trop peu de recul afin de mesurer l'impact réel auprès des bénéficiaires finaux. Cela reste donc un chantier important pour nous.

Nous encourageons les collaborateurs à participer à des projets à but non lucratif et à faire bénéficier à des associations de leur expertise. Nos collaborateurs peuvent dédier jusqu'à 16 jours par an sur des actions à utilité sociétale. Cette initiative permet à nos collaborateurs de contribuer à des projets à impact positif sur la société.

Les projets doivent être en lien avec notre raison d'être : le numérique responsable.

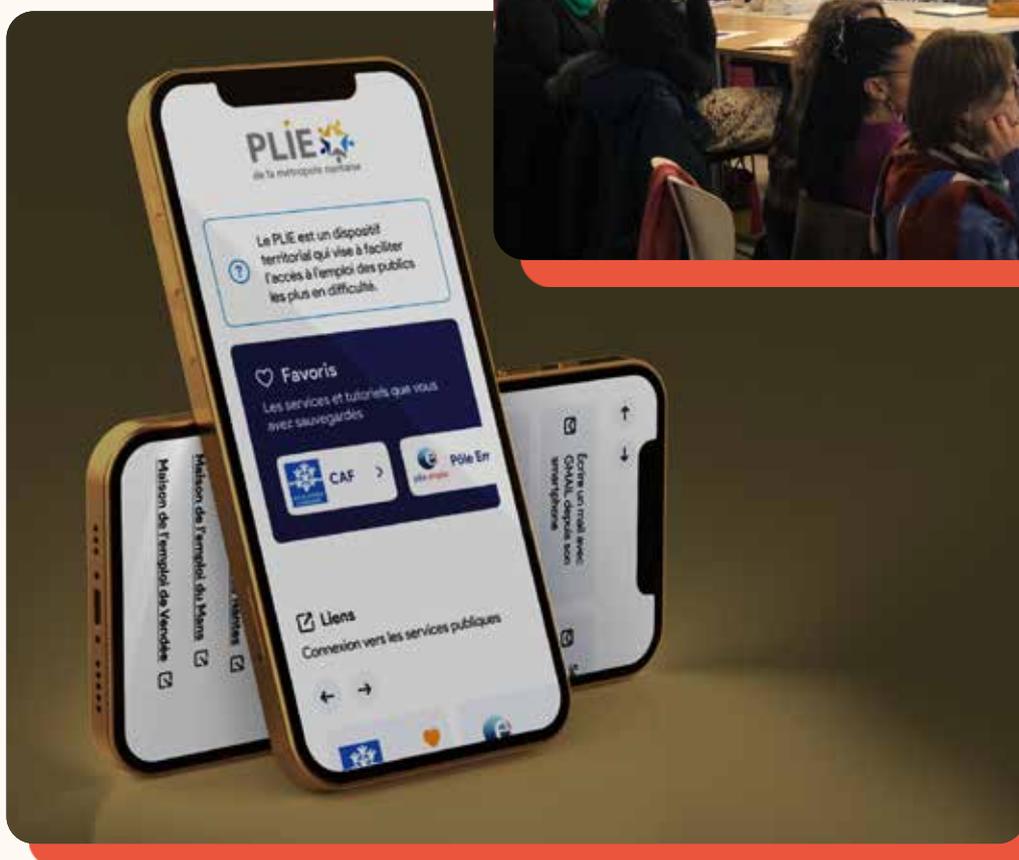
Nous privilégions pour cette raison une action dans la durée avec des partenaires associatifs. L'impact est en effet un sujet de long terme.



# FOCUS **LE PLIE**

## MonaPLIE, un bel exemple de projet tech4good

La plateforme digitale PLIE, dispositif territorial (métropole nantaise) vise à faciliter l'accès à l'emploi des publics en difficulté, le PLIE était en demande d'une plateforme digitale qui puisse répondre aux besoins des accompagnateurs. Ecoconçue, légère et simple d'utilisation, l'application développée par nos équipes est aujourd'hui opérationnelle, et nous sommes fiers d'avoir conçu un produit de qualité pour ce dispositif d'utilité publique.



# SYNTHÈSE DU BILAN À L'ACTION



**L**e rapport d'impact est un travail de rétrospective, de prospective mais aussi d'introspection. En 2022, nous avons continué à grandir, et nous avons encore un long chemin à parcourir. Ce rapport reste un exercice clef pour nous, qui nous tient à cœur, c'est tout sauf un acte de reporting. Nous croyons à une démarche d'amélioration continue, l'impact est un sujet de long terme, un sujet permanent.

Nous avons su faire des choses significatives, mais nous avons aussi manqué d'efficacité sur différents domaines. C'est pourquoi nous avons une belle feuille de route devant nous. En regardant en arrière, nous sommes fiers de constater que de plus en plus de personnes se joignent à nous sur cette voie, partageant nos convictions et soutenant nos actions. Nous ne réussissons qu'avec nos parties prenantes et force est de constater que notre écosystème a pris de l'importance en 2022.

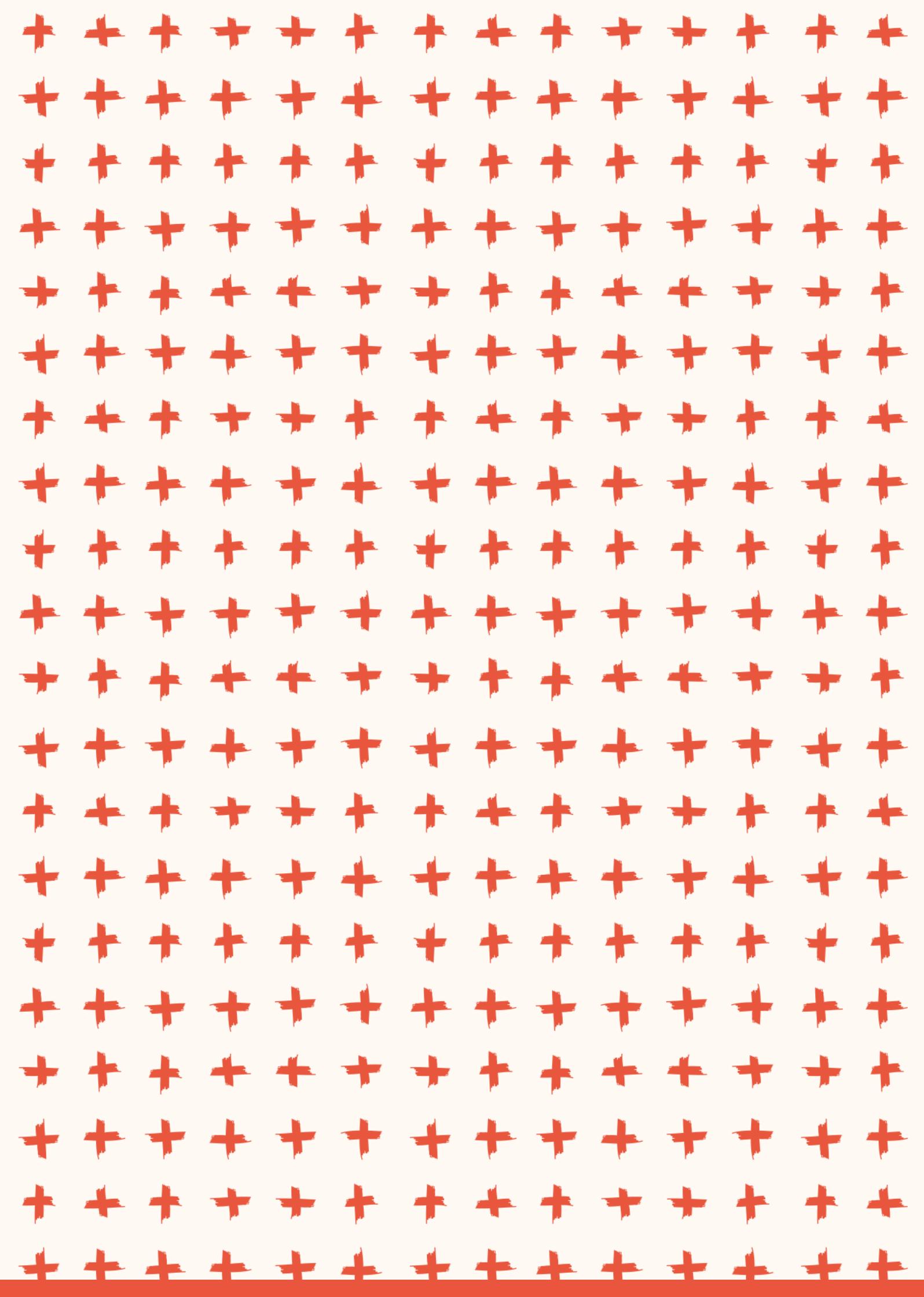
La sensibilisation est là, tout comme le sont la volonté et les énergies déployées pour accélérer cette transition et répondre aux enjeux de conduite du changement et de décarbonation. L'année 2023 est celle de la sobriété. Cette sobriété, il nous faut la rendre désirable. Sobriété ne veut surtout pas dire austérité. Le vintage n'a jamais autant été à la mode qui plus est, profitons-en. Avoir un vieux PC et un smartphone vintage, cela est maintenant une fierté. Un acte concret et fort. Sobriété désirable et fierté de l'impact, sensibilisation et action... Voilà le sens du mouvement que nous devons continuer à insuffler. Lorsque les salariés agissent, les résultats sont au rendez-vous et ils en sont fiers.

Le Numérique Responsable est plus que jamais au cœur de ces enjeux : les études de l'ADEME-ARCEP nous l'ont rappelé en ce début d'année. Le numérique fait partie des familles clés en termes d'empreinte environnementale. J'ai un regret cependant, que l'empreinte sociale du numérique ne soit pas encore dans les priorités des entreprises en France. C'est un sujet sur lequel on continuera à investir.

Les entreprises ont aujourd'hui saisi l'urgence d'une gouvernance extra financière effective. Dans une perspective ESG by design, nous souhaitons les accompagner dans cette démarche vertueuse où nous continuons nous-mêmes d'évoluer. Les modèles d'affaires vont être amenés à se transformer fortement en ce sens.

Nous sommes un acteur à impact du numérique. Nous apprenons en avançant et continuerons à faire bouger les lignes, démontrer par l'action ce que peut être une organisation IT avec une approche ESG by design. Nous restons tout petit, nous continuons de grandir, mais cela n'implique nullement une dilution de nos valeurs ou un effacement de notre mission. Bien au contraire, cette croissance est pour nous l'opportunité en 2023 de passer du bilan à l'action, de contribuer à échelle à la transformation numérique et d'amplifier notre impact.

Frédéric  
Marchand  
CEO



CLÉMENCE•FLORENT•ESTELLE•  
MALO•FRANCK•VALÉRIE•  
ALEXIANE•ANNE•DAMIEN•  
VALENTIN•BASTIEN•SELMA•  
NICOLAS•KADIATOU•FLORENCE•  
JENNIFER•MARIEKE•FREDÉRIK•  
JÉRÔME•ROMANE•NICOLAS•  
PIERRE-LOUIS•LEÏLA•SOPHIE•  
GRACE•TOM•LILAS•CÉLINE•  
XAVIER•EMILIE•NICOLAS•  
RADHIKA•ADRIEN•TYPHAINÉ•  
ZOÉ•MATTHIEU•VAN•VINCENT•  
THIERRY•ETIENNE•BENJAMIN•  
PAUL-ÉMILE•MAXIME•MATHIAS•  
PIERRE-LOUIS•ZAÏTOUNI•  
MAËLLE•RONAN•LOLA•ARIANE•  
RONAN•VINCENT•ANTOINE•  
DAMIEN•BAPTISTE•STEFAN•  
ALIZÉE•FLORINE•GRÉGORY•  
PHILIPPE•PIERRE-YVES•ROSINE

**MERCI**

**DIGITAL4BETTER + FRUGGR**

crédits photo : mentionnés, D4B et DR. Ne pas imprimer. Diffusion autorisée, droits de reproduction interdits