



Comité mission du 22 mars 2022

Support du comité mission
V1.0 du 22 mars 2022



Ordre du jour

①

Rappel du contexte

②

Rappel du précédent bilan

③

Bilan impact 2021

④

Objectifs 2022



**Rappel du
contexte**

Nous croyons fort dans un modèle plus vertueux, nous sommes persuadés qu'une entreprise performante est une entreprise qui allie performance économique, sociale et environnementale

Notre identité

Tribus de passionnés au service d'une performance numérique durable

Un engagement à 360° : ROI économique + environnemental + social

Une approche s'appuyant sur 4 assets :

- Une méthodologie Agile pour une recherche systémique d'impact sur les projets (AI4B est impact by design)
- Un framework de maturité numérique responsable
- Une expertise numérique responsable réunissant toutes les expertises : digital, environnement, social
- Un logiciel de mesure d'empreinte environnementale et sociale des services numériques : fruggr.io



Société à mission
Agréée ESUS
Certifiée BCorp pending



NOTRE RAISON D'ETRE

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

NOS VALEURS

Expertise

Réunir les meilleurs experts autour d'un projet qui fait sens pour tous. Une sélection forte pour intégrer notre tribu.

Transparence

Une gouvernance participative basée sur un modèle libéré. Une transparence envers nos collaborateurs, clients et partenaires.

Partage

50% des bénéfices reversés aux salariés et aux actions sociales. 50% réinvesti dans l'entreprise. Zéro dividende.

Engagement

Un numérique plus responsable. Une écoconception et développement GreenIT.

Constitution du comité

- Notre gouvernance est démocratique et partagée avec nos parties prenantes. 4 membres ont été élus en plus du siège permanent :
 - Nicolas Perrin, vice-président conseil général 35, ex. cofondateur Phenix, parrain réseau entreprendre
 - Remy Marrone, Directeur de projet INR, Institut du Numérique Responsable
 - Xavier Desnoyers (salarié Digital4Better)
 - Ariane Molet (salariée Digital4Better et présidente du comité de mission)
 - Frédérick Marchand (Président Digital4Better)
- Rappel de nos statuts sur la constitution du comité :
 - Le Comité de Mission est composé des membres suivants:
 - le Président ou un membre désigné par lui;
 - un (1) membre désigné par et parmi les associés;
 - un (1) à quatre (4) membres désignés par les salariés.
 - Les associés et les salariés désignent chacun leurs représentants pour une durée initiale de un (1) an, renouvelable.

Les impacts globaux identifiés

Les impacts identifiés sur les 3 axes sont les suivants :

SOCIAL

Qualité de vie au travail et gestion du stress et de la santé des salariés, Développement des compétences, de la carrière et de l'employabilité, Lutte contre les discriminations, Gouvernance démocratique et transparente, Satisfaction Clients

SOCIÉTAL

Irrigation des régions, Contribution au développement économique et social des territoires, Impact social des dispositifs numériques, Ethique du numérique, Emploi

ENVIRONNEMENTAL

Ecoconception et GreenIT, Mobilité durable, Achats responsables et promotion du développement durable tout au long de la chaîne de valeur, Promotion du « raisonnement »

L'impact au cœur

L'impact est au cœur de notre modèle et dans nos produits/services.

- Au cœur : nous sommes inscrits dans l'ESS et sommes agréé par l'état entreprise solidaire à utilité sociale (ESUS) ; nous sommes une société à mission.
- Dans nos activités : recherche systémique d'impact environnemental et social sur les projets, solution fruggr permettant d'améliorer l'empreinte du numérique

Notre raison d'être a été définie comme suit dans nos statuts :

accélérer la responsabilité numérique sociétale des entreprises et promouvoir un numérique à impact positif



Nos objectifs sociétaux clés

Nous croyons dans un impact qui se mesure dans le temps, dans un mode d'amélioration continue.

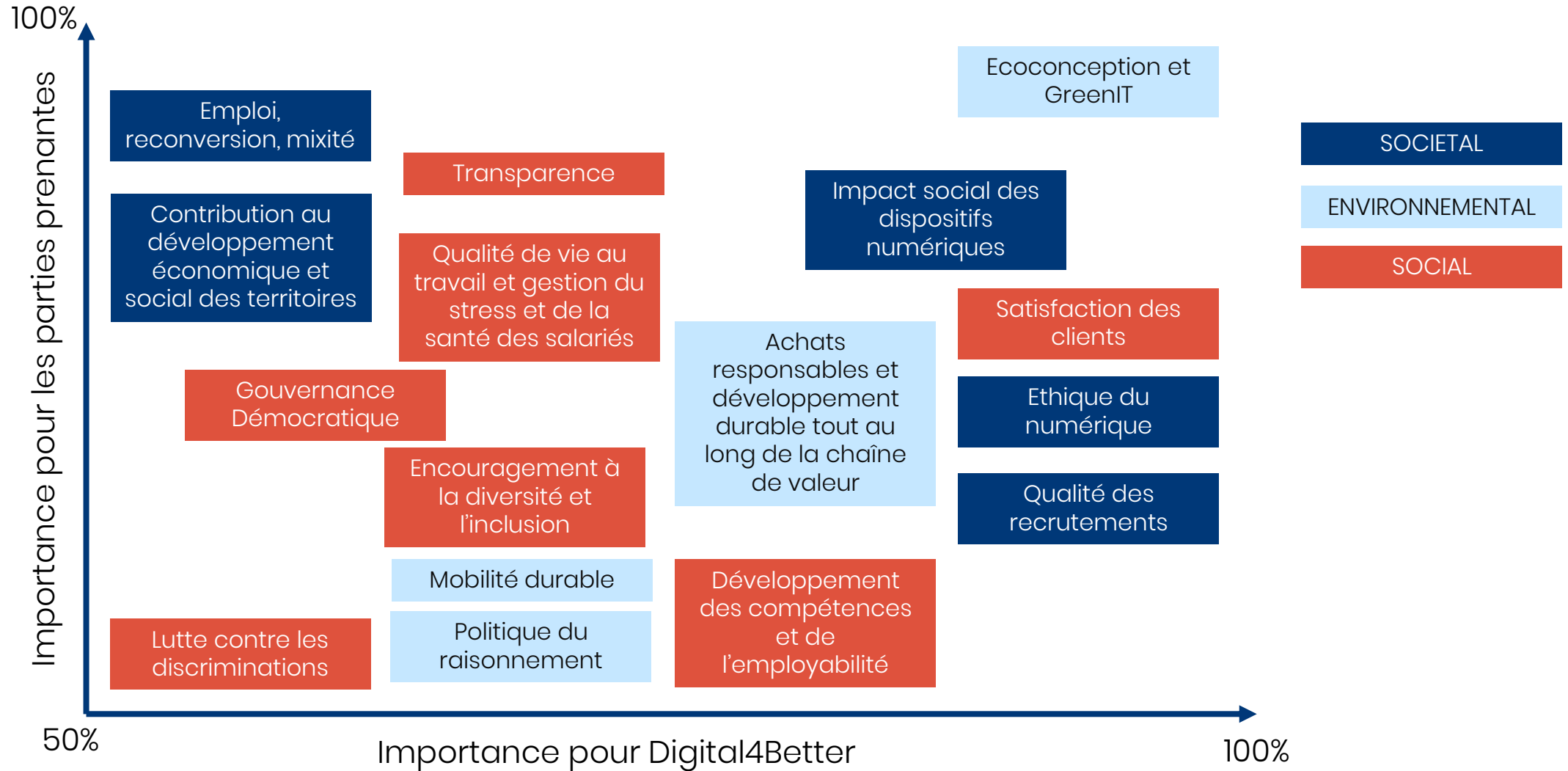
Nous avons défini 3 objectifs principaux en lien avec notre mission :

1. Réduire l'impact environnemental des applicatifs IT
2. Permettre un numérique plus inclusif
3. Accompagner le numérique au service de problématiques sociales (tech 4 Good)



Rappel

Matrice des enjeux



Nos piliers en synthèse

- Sur nos 3 piliers nous nous engageons dans un plan d'actions concret
- Nous nous définissons des objectifs sur chaque KPI et privilégions l'action à la gestion (plus d'action moins de reporting)
- Nos 3 piliers :

Réduire l'impact environnemental des applicatifs IT

Permettre un numérique plus inclusif

Accompagner le Tech 4 Good



**Rappel du
précédent bilan**

Dashboard – Vision synthétique

Social



App inclusives sur tous terminaux



Accessibilité des apps



Simplicité et utilité des apps

Gouvernance



Satisfaction collaborateur



% des données accessibles à tous les salariés (Transparence)



Nb de décisions votées de façon démocratique par tous les salariés

Environnement



Bench émission CO2 apps similaires



Nombre de projets clients faisant du green by design



Nombre de personnes sensibilisées à la sobriété numérique

Sociétal (externe)



Nb jours investis dans le tech for good



Nb idées tech for good



Nombre POC sur le tech for Good

Dashboard

Les 12 indicateurs clefs votés par le comité de mission afin de suivre la déclinaison de notre raison d'être et nos engagements

Social

Applications inclusives

Accessibilité des applications

Simplicité et utilité des apps

Gouvernance

Pérennité des contrats

% des données accessibles à tous les salariés
(Transparence)

Taux de salariés impliqués dans des comités

Environnement

Taux d'amélioration d'empreinte GES sur
application développée

% Clients avec lesquels on fait de
l'écoconception

% Equipements recyclés utilisés

Sociétale

Nb personnes sensibilisées au numérique
responsable

NB emplois créés

Nombre idées/POC sur le tech for Good



Bilan Impact 2021

Notre philosophie

Privilégier peu de KPI mais les suivre réellement et définir un plan d'actions associé. Ce qui ne nous empêche pas de suivre d'autres indicateurs par ailleurs.

Le plus important n'est pas d'être « vert » partout, mais de faire une analyse critique et se mettre en mode d'amélioration continue.

Nous sommes conscient que nous n'avons pas pu adresser tous les chantiers, l'important est de le partager en toute transparence et voir comment agir mieux chaque jour.

Un reporting régulier et transparent?

Nous avons prévu plusieurs choses afin de disposer d'un reporting régulier et transparent :

- Les KPI seront suivis dans les comités de direction -> Nous n'avons pas réussi à mesurer régulièrement. Nous pourrions certes nous cacher derrière l'hyper croissance de l'entreprise, mais tout est question de priorité. Nous avons commencé à structurer notre action d'impacts, notamment au travers du comité d'action Impact qui implique beaucoup de salariés et même de parties prenantes externes. Ce dernier va permettre de remonter plus régulièrement d'une part et de manière plus fiable d'autre part les différents indicateurs.
- Le comité d'action Impact devra faire une rétrospective (amélioration continue) chaque trimestre
 - « + » le comité d'action impact est en place et se réunit tous les 15 jours. Il est ouvert à tous et tous ses items sont accessibles à tous les salariés.
 - « - » nous avons fait des rétros mais pas assez régulières
- Nous avons un objectif de publication de rapport semestriel
 - Notre dernier date de fin juin, bref un léger retard... Fort de cet enseignement, nous allons partir dorénavant sur un rapport annuel, en publiant régulièrement des informations régulières.
- Les salariés auront accès à tout moment aux KPI (transparence)
 - Tous les indicateurs sont disponibles pour tous à tout moment. Si nous regardons plus en détail nous nous rendons compte que les salariés ne vont pas beaucoup voir tous ces indicateurs. Deux éléments explicatifs à tout cela. D'une part, lorsqu'une personne a accès à tout en toute transparence, elle est en confiance et donc ne se comporte pas pareil. D'autre part, il apparaît que tous les indicateurs ne sont pas centralisés au même endroit et pas toujours simples d'accès.
- La transparence est forte mais nous devons formaliser et rendre régulier notre reporting, la marge de progression est réelle.

Dashboard – Vision synthétique

Environnement



Taux d'amélioration d'empreinte GES sur application développée



% Clients avec lesquels on fait de l'écoconception



% Equipements recyclés utilisés

Social



Applications inclusives



Accessibilité des applications



Simplicité et utilité des apps

Gouvernance



Pérennité des contrats



% des données accessibles à tous les salariés (Transparence)



Taux de salariés impliqués dans des comités

Sociétal (externe)



Nb personnes sensibilisées au numérique responsable



NB emplois créés



Nombre idées/POC sur le tech for Good

Impacts environnementaux 1/3

Les 3 indicateurs clefs

- Objectif initial : Nous nous engageons à mesurer le taux d'amélioration de l'empreinte environnementale des applications que nous développons pour les entreprises
 - +9pts en moyenne sur la note environnementale (amélioration d'environ 20%)
- Il nous faut arriver à convaincre sur nos approches et ne plus les considérer comme un plus mais un requis. Nous sommes dépendant des priorités de nos clients mais également de la formation des équipes clients.
- Lorsque toutes les parties prenantes sont pleinement impliquées, les résultats en terme d'amélioration se retrouvent.
- Même si parfois cela n'apparaît pas dans les résultats, le questionnement est réel chez les acteurs. Un sentiment souvent de fierté de mise en pratique.



Impacts environnementaux 2/3

- Objectif initial : Nous nous engageons à promouvoir l'écoconception auprès de la majorité de nos clients
 - 81,5% de nos projets
 - Nous ne sommes pas à 100%, ce qui reste notre cible. Peut-on être à 100% ? Parfois nos interventions sont ponctuelles et nous pouvons manquer de poids pour insuffler cette démarche d'écoconception.
 - L'écoconception reste encore peu connue de nos clients. Le référentiel des exigences est très récent : RGEN – référentiel général d'écoconception de services numériques – existe que depuis Novembre 2021, et en version bêta... Le RGEN devrait abonder dans notre sens (ou l'inverse 😊)



Impacts environnementaux 3/3

- **Objectif initial :** Nous nous engageons à utiliser des équipements recyclés/reconditionnés
 - 100% de pc reconditionnés : 26 laptops achetés
 - Sur l'ensemble des équipements électroniques : 87,5%
 - Une pratique qui s'est bien installée dans toutes les équipes. Avant même son arrivée un nouveau collaborateur est bien briefé car il choisit lui-même son équipement informatique, sans limite de budget mais avec un cadre donné : du reconditionné.
- **Indicateurs complémentaires**
- On a amélioré, déployé et fait connaître fruggr afin de permettre à nous, nos clients, toutes les entreprises d'améliorer leur performance numérique notamment environnementale et sociale.

Ce que l'on a fait encore en «+ »

- On a développé une application mobile grand public « fruggr » afin de permettre à chacun d'être sensibilisé aux impacts de ses usages mobile. Cette app mobile est gratuite, sans publicité, sans stockage de données personnelles. Elle est à destination du grand public et n'a rien à voir avec fruggr pro.
 - Quel est le score moyen et de combien les usagers améliorent-ils leur score (donc l'impact réel) ? On ne le sait pas ! En effet, notre choix de ne stocker aucune donnée, nous rend aveugle des résultats. Ethique versus impact, la question va se poser dans les prochaines versions : redescendre au moins les scores 1 fois par mois de manière anonyme.



Impacts sociaux 1/2

Les 3 indicateurs clefs

- Objectif initial : cible d'app qui fonctionne sur un taux d'équipement de 98% de la population française
 - Score d'inclusivité de 91/100
 - Reste à déterminer la population concernée ? Le score reste cependant perfectible.
- Objectif initial : cible de RGAA niveau 3, niveau 2 minimum
 - Score d'accessibilité de 84/100
 - Nous restons sur un bon score, niveau AA mais pas niveau AAA
 - Pour rappel : Le niveau AA est le niveau recommandé par le W3C et les WCAG comme objectif de conformité. Il est effectivement rappelé par WCAG que : « il n'est pas recommandé de se fixer le niveau AAA comme objectif à l'échelle de sites entiers car il n'est pas possible de satisfaire à tous les critères de succès du niveau AAA pour certains contenus. ».
 - NB RGAA est basé sur WCAG.
 - L'appréciation est dans le détail.



Impacts sociaux 2/2

Les 3 indicateurs clefs

- Objectif initial : cible <10% des fonctionnalités d'une app non utilisées
 - 81,5/100, un score à vérifier dans le temps, le score pourra évoluer (à la baisse)
- **Ce que l'on a fait encore en «+»**
- Salariés prennent des sujets sociaux en mains :
 - Sexisme en entreprise
 - Un collaborateur est non-voyant et nous sensibilise à l'accessibilité
- Inclusivité et diversité dans nos process en recrutement :
 - Ecart type d'âges : de 20 ans à 62 ans
 - Des profils en reconversions (Dont 1 femme de 50 ans)
 - Des emplois aidés, 1 emploi Franc
 - Un développeur non-voyant
 - Une certaine mixité (37%), malgré un contexte difficile

Ce que l'on aimerait faire (mais on ne le fait pas)

- Mesurer accessibilité et inclusivité est une chose mais comment s'assurer du côté opérationnel d'un service numérique pour tout public ? A date nous ne savons pas le faire et travaillons en R&D pour cela.



Impacts sociétaux

Les 3 indicateurs clefs

- Objectif initial : nombre de personnes sensibilisées au numérique responsable
 - Suivi des indicateurs de personnes sensibilisées en direct (conférences, livre, Formation, Webinaires) : + 1600 personnes en 2021. Exemples de formats de sensibilisations à des publics larges :
 - Conférences auprès d'étudiants (Audencia, Polytech, Insa, ...)
 - Formations pour les Organisations (La Poste, Système U, Banque Postale, INR...)
 - Conférences publiques (Devfest, Le Pool, Produrable...)
 - Livre Numérique Responsable
 - Webinaires pour les enfants (7-9 ans et 10-15 ans)
 - Beaucoup de demandes de conférences dans les grandes écoles (une vingtaine) auxquelles nous donnons suite mais nous ne sommes pas structurés pour donner des modules de cours.



Impacts sociaux

- Objectif initial : Nombre d'emplois créés
 - 26 emplois créés en 2021
 - Un nombre d'emploi durable significatif mais plus important que cela c'est le process de recrutement inclusif que nous opérons :
 - Sans CV
 - Abstraction de l'âge : moins âgé : 20 ans, plus âgé : 63 ans
 - Abstraction du diplôme, des origines, ... des reconversions et origines diverses, un développeur en handicap
 - Process centré sur le savoir faire et le savoir être
 - Mais : les reconversions notamment certaines alternances ont leurs limites, le positif est de donner la chance aux personnes, le taux de réussite (CDI proposé au bout) n'est que de 60%. Un taux trop élevé ne serait également pas bon.



Impacts sociétaux 2/2

- Objectif initial : nombre d'idées/POC de projets tech for Good auxquels Digital4Better a pris part
 - 9 projets
 - ACIAH : Cookeys, Milkcheque, MALO
 - Le coup de main numérique : encadrement stagiaire pour projet rdv travailleur social, Challenger le site web
 - D4B : Appli fruggr, carbonara
 - PLIE : conception plateforme annuaire/tuto
 - AGIRabcd : formation Kahoot



Ce que l'on aimerait faire

- Nous devons passer à une maturité supérieure. La dynamique tech for good est présente même si elle pourrait être meilleure et nous devons continuer à l'accentuer. L'enjeu est maintenant de mesurer l'impact réel au près des bénéficiaires.

Gouvernance (interne)

Les 3 indicateurs clefs

- Pérennité des contrats
 - 100% de CDI
 - Reconversions, Embauche inclusive, Contrats pro, contrats d'apprentissage
 - Une partie de sous-traitance. 2 ETP environ
- Pourcentage des données accessibles à tous les salariés (Transparence)
 - 100% mais complexité à classer/trouver la donnée
- Nombre de salariés impliqués dans les comités d'action
 - Environ 50% de l'effectif à date en présence régulière dans des comités d'action. Ce taux perfectible même si nous sommes réalistes, nous n'aurons jamais 100%. Néanmoins une cible de 75% paraît pertinente. L'implication est et restera un libre choix du salarié.





Objectifs 2022

Orientations 2022

- Afin de conserver un suivi dans le temps des KPIs d'impact, le comité a décidé de poursuivre sur les mêmes objectifs et indicateurs qui restent représentatifs de la raison d'être de l'entreprise.

Contact



impact@digital4better.com



<https://www.digital4better.com>



Paris, Nantes, Rennes



**digital
better**