

RAPPORT RSE 2017

RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE D'ENTREPRISE

econocom

INTRODUCTION

1. PRÉSENTATION

À propos d'Econocom - Chiffres clés du groupe - La galaxie econocom - Les valeurs du groupe

3

2. LA DÉMARCHÉ RSE

2.1. La mission et l'organisation

2.2. Une démarche éthique

10

3. LES COLLABORATEURS, ACTEUR DE LA RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DU GROUPE

3.1. Politique de recrutement et d'intégration

3.2. Le développement professionnel

3.3. La satisfaction des collaborateurs

3.4. La politique de diversité

15

4. ECONOCOM, PIONNIER DE LA RESPONSABILITÉ NUMÉRIQUE DES ENTREPRISES

4.1. Des solutions au service de la réduction des impacts sur l'ensemble du cycle de vie

4.2. La promotion de l'entrepreneuriat

4.3. Un engagement fort dans l'éducation

4.4. La politique d'achats responsables

27

5. LA POLITIQUE ENVIRONNEMENTALE

5.1. Optimisation des consommations énergétiques des bâtiments

5.2. Analyse et maîtrise des consommations du système d'information

5.3. Repenser les déplacements pour réduire les émissions

35

1. PRÉSENTATION

À propos d'Econocom

Econocom conçoit, finance et accompagne la transformation digitale des entreprises. Avec plus de 9 000 collaborateurs présents dans 19 pays, et un chiffre d'affaires supérieur à 2,5 milliards d'euros, Econocom dispose de l'ensemble des capacités nécessaires à la réussite des grands projets digitaux : conseil, approvisionnement et gestion

administrative des actifs numériques, services aux infrastructures, applicatifs et solutions métiers, financement des projets. Econocom a adopté le statut de Société Européenne en décembre 2015. Cotée sur Euronext à Bruxelles depuis 1986, l'action Econocom Group fait partie des indices Bel Mid et Tech40.

Chiffres clés du groupe



10 700
collaborateurs



3,0 Md€
de Chiffre d'affaires

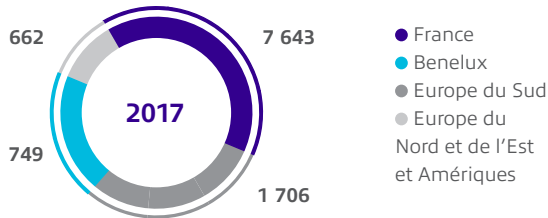


19
pays

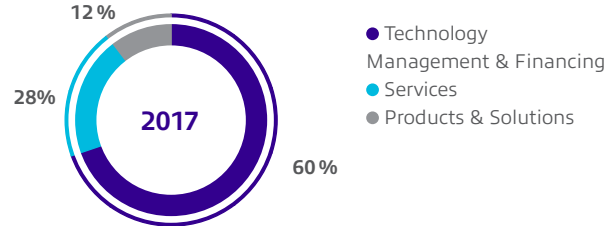


40
ans d'expérience

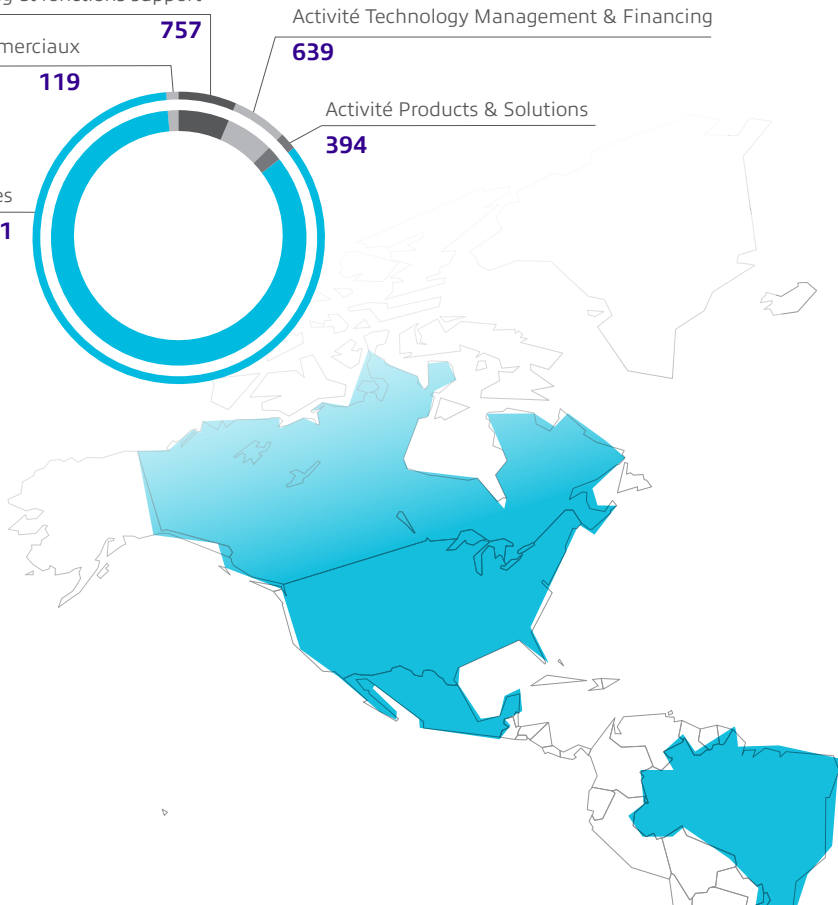
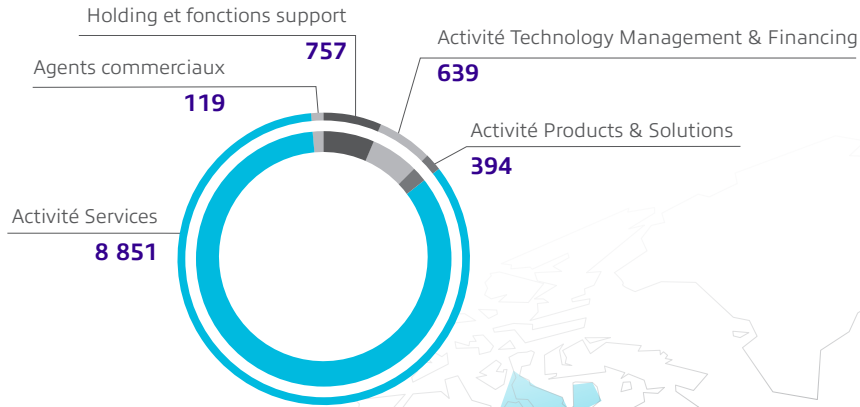
Répartition des effectifs par zone géographique



Répartition du résultat opérationnel courant par activité



Répartition des équipes au 31 décembre 2017



La galaxie econocom

Econocom conçoit, finance et accélère la transformation digitale des grandes entreprises et des organisations publiques.

Le groupe met en œuvre pour ses clients et avec eux, des projets ambitieux de A à Z : conseil, approvisionnement et gestion administrative des actifs numériques, services aux infrastructures, applicatifs et solutions métiers, financement des projets.

Acteur de référence dans les services numériques, il est le seul sur son marché à combiner expertises technologiques et financements innovants. Il tire également sa force de son modèle d'organisation et de développement inédit : la « Galaxie ». Elle est constituée de la Planète Econocom, regroupant les activités historiques du groupe, et de Satellites, petites et moyennes entreprises très performantes dans leur domaine d'expertise, dont les dirigeants entrepreneurs conservent une part significative du capital et leur autonomie.

Positionnés sur des segments stratégiques du numérique tels que la cyber sécurité, le développement d'applications web, le cloud, l'infrastructure et les réseaux, la mobilité, l'écosystème Microsoft, le multimédia et le digital signage, ces Satellites complètent très efficacement les offres historiques du groupe et jouent un rôle d'accélérateur de sa croissance.

CYBER SÉCURITÉ



DIGITAL SECURITY • EXAPROBE

MICROSOFT



INFEEENY

WEB APPS, SAAS & CLOUD



ALTER WAY • ARAGON-ERH • ASP SERVEUR • ECONOCOM BRÉSIL • NEXICA • SYNERTRADE

INFRASTRUCTURE & RÉSEAUX



ASYSTEL ITALIA • ASP SERVEUR • EXAPROBE • NEXICA

MOBILITÉ



BIZMATICA • DMS • ECONOCOM BRÉSIL • GIGIGO • JADE SOLUTIONS • JTRS • RAYONNANCE

DIGITAL SIGNAGE & MULTIMEDIA



ALTBBOX • CAVERIN • CINEOLIA • ENERGY NET

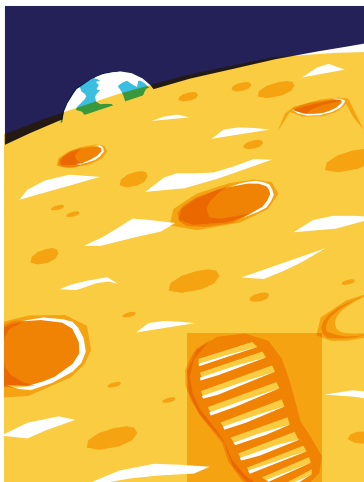
CONSEIL



HELIS



Les valeurs du groupe



AUDACE

C'est aimer le risque d'entreprendre, c'est tenter ce que les autres ne font pas, c'est innover. C'est oser, c'est dominer sa peur pour construire quelque chose d'utile.



RÉACTIVITÉ

C'est savoir aller vite pour être dans le rythme de nos clients. C'est réagir aux signaux reçus. C'est apprendre de ses erreurs et savoir rebondir.



BONNE FOI

C'est dire ce que l'on pense et penser ce que l'on dit. C'est, sans détour, avancer ensemble dans une même direction, construire, ajuster. C'est l'esprit du contrat avant les lettres du contrat.



«ENTREPRENDRE, CRÉER, PARTAGER ET S'ENGAGER»

La transformation digitale que connaissent actuellement les organisations reposent sur les nouveaux usages que la technologie nous apporte. Il est donc de notre devoir de prendre en compte l'ensemble des aspects sociétaux qu'elle implique.

Nous avons la conviction que le digital favorise la qualité et la personnalisation des réponses à nos clients, la co-construction des

solutions métiers, la satisfaction des collaborateurs, l'innovation et la dynamique entrepreneuriale. En tant qu'acteur de la transformation digitale notre responsabilité est de donner un sens positif à ses enjeux. Nous sommes fiers d'être responsables, de nous mobiliser et de contribuer de manière positive à la performance globale et à la transformation digitale des organisations.

Nous avons pour ambition de nous positionner comme un partenaire de confiance pour apporter des réponses digitales innovantes à des questions de société ciblées tout en construisant un modèle d'employeur digital et responsable. Ce sont en effet nos collaborateurs qui contribueront directement à cette transformation positive et à l'amélioration durable de la performance du groupe. Leur satisfaction et leur engagement sont donc indispensables.

C'est cet engagement et cette responsabilité que nous avons partagés avec nos collaborateurs tout au long des 4 dernières années de notre plan Mutation, afin de mettre en œuvre notre programme RSE One world for all now ! C'est grâce à l'engagement de chacun d'entre nous que nous attendons les ambitieux objectifs que nous nous sommes fixés et que nous continuerons à donner un sens positif aux enjeux du digital.

Jean-Louis Bouchard,
Président

2. LA DÉMARCHE RSE

2.1. LA MISSION ET L'ORGANISATION

Econocom a fait le choix d'ancrer sa politique RSE au cœur de ses métiers et de ses activités afin qu'elle fasse partie intégrante de ses solutions. Le groupe s'est fixé pour mission de : « Mettre le digital au service des organisations en apportant des réponses innovantes, réalistes et durables à de grands défis sociétaux. »

Econocom a la volonté d'être reconnu comme un partenaire de confiance pour apporter des solutions digitales à d'importantes questions de société, en s'engageant notamment sur le défi sociétal de l'éducation, en innovant, en collaboration avec son écosystème, pour proposer des solutions responsables qui contribuent à la performance globale et à la compétitivité des organisations. Pour parvenir à atteindre ces objectifs, l'implication des collaborateurs est indispensable, et nécessite la mise en place d'actions structurées sur les aspects RH.

2.1.1. La feuille de route

Dans le cadre de sa politique RSE, Econocom a fait le choix de se fixer des objectifs précis sur un ensemble de thématiques. Il s'agit de la première feuille de route RSE réalisée au sein du groupe. Celle-ci a été validée par le Comité Exécutif et par le Comité de Direction RSE. Cette feuille de route permet de réaliser un bilan du premier plan d'action RSE lancé au sein du groupe..

Objectifs	Échéance	Périmètre	Atteinte
ORGANISATION COLLABORATIVE ET TRANSVERSALE			
Thématiques environnementales transverses			
Définir des plans de réduction des consommations énergétiques au niveau groupe	2017	Groupe	Réalisé
Définition d'un pack environnemental minimum pour l'ensemble des sites du groupe (recyclage, politique d'achat des matériels...)	2017	France	En cours
Transformation digitale et collaboration			
Définir et mettre en place un plan d'accompagnement des collaborateurs aux outils collaboratifs et plus largement aux enjeux de la transformation digitale	2017	Groupe	Réalisé
Définir une politique d'aménagement des locaux afin de créer des espaces de travail favorisant la collaboration, la co-création et l'épanouissement des collaborateurs	2017	Groupe	Réalisé
Mettre en place un CRM commun à l'ensemble des activités afin de favoriser la transversalité et la collaboration entre les différents départements.	2016	Groupe	Réalisé
Mettre en place un workflow entre les différentes activités du groupe et les satellites de développer les offres cross-activités et améliorer la qualité de services	2017	France	En cours

Objectifs	Échéance	Périmètre	Atteinte
Dynamique RSE interne			
Définition et mise en place d'un challenge de sponsoring à destination des collaborateurs impliqués dans la vie associative afin de valoriser leur engagement.	2016	France	Réalisé
SATISFACTION DES COLLABORATEURS			
Redéfinir et étendre le programme Share en faveur de la qualité de vie au travail et de l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle afin d'en faire bénéficier la grande majorité des collaborateurs du groupe	2016 2017	Groupe	Réalisé
Mesurer la satisfaction et l'engagement des collaborateurs au travers d'une enquête interne. Définir et mettre en œuvre des plans d'amélioration associés.	2017	Groupe	Réalisé
Mise en place d'un programme à destination des collaborateurs chez les clients afin de partager la culture du groupe et ses valeurs et faire de ces collaborateurs des ambassadeurs d'Econom.	2017	France	En cours

Objectifs	Échéance	Périmètre	Atteinte
FORMATION ET DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL			
Développer et diversifier nos offres de formation notamment grâce aux outils digitaux et mettre en place un système incitatif afin d'encourager les collaborateurs à se former.	2017	France	Réalisé
Encourager la mobilité interne, notamment entre les différentes activités du groupe, et également les satellites, et mettre en place une politique spécifique sur le sujet.	2017	France	En cours
Développer le programme de talent management afin de proposer des parcours adaptés aux hauts potentiels.	2017	Groupe	En cours
Développer les formations de l'Econom Management Academy et élargir le nombre de bénéficiaires.	2017	Groupe	Réalisé
Mettre en place un programme de formation RSE à destination des populations marketing, achats et commerce ; ainsi qu'un programme de sensibilisation à destination de l'ensemble des collaborateurs.	2016	France	Réalisé

Objectifs	Échéance	Périmètre	Atteinte
Solutions au services de la réduction des impacts sur l'ensemble du cycle de vie			
Intégrer des critères RSE dans toutes les nouvelles offres.	2017	France	Réalisé
Identifier et mettre en place des actions en faveur des enjeux du développement durables avec les clients du groupe.	2016/ 2017	France	Réalisé
ENGAGEMENT FORT SUR LE DÉFI SOCIÉTAL DE L'ÉDUCATION			
Renforcer notre réseau de partenaires et valoriser notre savoir-faire ainsi que celui de nos partenaires.	2017	France	Réalisé
Participer de manière renforcée aux initiatives et réflexion de notre écosystème en instaurant un dialogue avec ces parties prenantes (initiatives gouvernementales, collectivités, think tank...)	2017	France	Réalisé
Définir et mettre en place une stratégie de mécénat dans l'éducation afin de structurer et renforcer nos engagements.	2017	Groupe	Réalisé

Objectifs	Échéance	Périmètre	Atteinte
PROMOTION DE L'ENTREPRENEURIAT AU SEIN DE NOTRE ÉCOSYSTÈME			
Créer animer un programme d'accompagnement à destination des startups et satellites	2017	Groupe	En cours
Encourager le développement de projets intrapreneuriaux.	2017	Groupe	En cours
ACHATS RESPONSABLES			
Renforcer la politique d'achats responsables au sein du groupe, en mettant notamment en place un système de contrôle des politiques RSE de nos différents fournisseurs et en en faisant un critère de sélection.	2017	France	Réalisé

Fort de cette analyse, le groupe est ainsi mieux préparé pour fixer ses prochains objectifs dans le cadre du nouveau plan stratégique « e for excellence ». Ce plan sera l'occasion de renforcer les actions RSE lancées depuis 2015.

2.1.2. La gouvernance

La politique RSE d'Econocom mobilise l'ensemble des collaborateurs du groupe et fait l'objet d'une organisation dédiée.

La Direction RSE est placée sous la responsabilité de Martine Bayens, Directrice Executive Groupe, assure le déploiement opérationnel de la démarche RSE en apportant un support technique aux différents interlocuteurs. Elle étudie les enjeux RSE du groupe et soumet les plans d'amélioration.

Véronique di Benedetto, Vice-Présidente France, a un rôle de représentation de la politique RSE auprès du Conseil d'Administration et des autres directions.

Manon Petit, Responsable RSE, coordine le déploiement de la démarche RSE auprès des équipes opérationnelles. Elle assure la montée en compétences des équipes et réajuste les plans d'actions si nécessaire avec les directions métier.

Le Comité de Direction RSE est composé de onze directeurs représentant les principales fonctions du groupe. Il s'est réuni deux fois en 2017.

Ce Comité valide les orientations stratégiques et les objectifs de la démarche RSE tout en veillant à la bonne atteinte de ces derniers.

Les Pilotes RSE font, quant à eux, partie des équipes opérationnelles des membres du Comité de Direction RSE. Ils sont responsables du déploiement des différents plans d'actions sur leurs périmètres respectifs.

2.1.3. Le baromètre RSE : un outil de mesure synthétique

Dans un souci de transparence et de partage avec ses parties prenantes, le groupe Econocom a mis en place un baromètre RSE suivi de manière semestrielle permettant d'évaluer l'impact des actions RSE du groupe. Il se compose des 13 objectifs prioritaires identifiés dans le cadre du plan RSE.

Parmi les objectifs qui avaient été fixés, le groupe est fier d'avoir atteint :

- ➔ 90% des équipes commerciales, avant-vente et marketing formées à la RSE en France,
- ➔ la mise en place de 3 actions communes avec des clients grands comptes,
- ➔ 10 initiatives ont été soutenues dans le domaine éducatif,
- ➔ plus de 100 fournisseurs référencés se sont engagés à respecter les standards RSE du groupe.

2.2. UNE DÉMARCHE ÉTHIQUE

Econocom a souhaité fédérer l'ensemble des hommes et des femmes du groupe autour d'une Charte éthique qui formalise la mise en pratique et les comportements au quotidien liés à ses valeurs.

En 2013, le groupe a adopté sa Charte éthique, réalisée en concertation avec les partenaires sociaux, qui repose sur les conventions fondamentales de l'OIT et sur les principes du Pacte Mondial des Nations Unies. Les principes érigés par cette Charte sont des principes intangibles qui doivent guider les actions de tous les collaborateurs du groupe. Les

collaborateurs doivent prendre connaissance et respecter les principes d'intégrité, de respect, de conformité, d'exemplarité, d'équité et de responsabilité qui y sont énoncés.

La Charte Éthique du groupe est disponible en 6 langues et a fait l'objet d'une sensibilisation auprès de l'ensemble des managers en charge de communiquer les principes de la charte à leurs équipes.

La Charte Éthique est disponible sur le site internet du groupe : www.econocom.com

Econocom conduit ses affaires dans un cadre déontologique et éthique stricte. La Charte fait partie intégrante des principes généraux de gouvernance de ses activités au même titre que le respect des lois et réglementations applicables.

Conflits d'intérêts : Econocom souhaite prévenir tout conflit d'intérêt. Ceci signifie qu'aucun collaborateur ne peut, directement ou indirectement, entrer sciemment en concurrence du groupe, ou être intéressé financièrement à une activité fournisseur ou partenaire concurrente du groupe. Si une telle situation venait à se présenter, la Direction Générale doit en être informée. Elle veillera alors à ce que toute décision ou tout arbitrage rendu nécessaire du fait de cette situation soit prise par des personnes neutres et garantes de l'intégrité du groupe Econocom.

➔ **Corruption passive ou active :** Econocom condamne toute corruption ou tentative de corruption active ou pas-sive, qu'elle soit directe ou indirecte. La corruption active est le fait pour un collaborateur du groupe Econocom d'offrir à tout client, prospect, administration ou partenaire, un avantage, une invitation ou un

cadeau en violation des lois applicables ou qui dépasse la limite de ce qui est raisonnablement acceptable dans le cadre des affaires ou qui pourrait être considéré comme une tentative d'influer sur l'objectivité de cette tierce partie.

La corruption passive est le fait pour un collaborateur du groupe Econocom d'accepter un avantage, une invitation ou un cadeau qu'un fournisseur ou qu'un partenaire pourrait lui offrir en violation du cadre légal et réglementaire, ou qui dépasserait la limite de ce qui est raisonnablement acceptable ou qui pourrait être perçu comme une manière d'influencer son objectivité dans la conduite des affaires.

Toute acceptation d'un cadeau, d'une invitation ou d'un avantage quelconque durant un appel d'offres, client ou fournisseur, est formellement proscrite.

Tout collaborateur confronté à cette situation doit en informer immédiatement sa hiérarchie qui lui indiquera la conduite à suivre et qui consultera si nécessaire le département juridique du Groupe.

➔ **Utilisation des biens ou données financières de l'entreprise :**

Le groupe Econocom condamne l'utilisation ou la manipulation à des fins personnelles ou sortant du cadre professionnel autorisé, des biens, ressources, matériels, données ou éléments financiers de l'entreprise.

➔ **Communication sur les offres et produits de l'entreprise :**

Econocom veille à communiquer de bonne foi les informations sur ses offres et produits.

➔ **Lutte contre la corruption**

Dans le cadre de sa charte éthique et de son adhésion au Pacte Mondial des Nations Unies (notamment le 10ème principe du Pacte), le groupe s'engage en faveur de la lutte contre la corruption. Econocom a mis en place un ensemble de procédures afin de lutter contre la corruption et de condamner l'utilisation ou la manipulation à des fins personnelles ou sortant du cadre professionnel autorisé, des biens, ressources, matériels, données ou éléments financiers de l'entreprise. Concrètement, Econocom procède à des audits relatifs à la mise en œuvre de ces valeurs au sein de celles de ses fonctions qui pourraient être concernées par ces dérives :

- En tant que client, comme les Achats par exemple : référencement des fournisseurs, affectation des achats, etc.,
- En tant que fournisseur, Econocom a mis en place de nombreux mécanismes afin de prévenir les opérations de corruption :
 - Pas de circulation significative d'espèces au sein de l'entreprise,
 - Contrôle des notes de frais par la hiérarchie du demandeur,
 - Versement de commissions à des tiers uniquement dans le cadre de contrats d'apport d'affaires. Les conditions financières (calcul, facturation, règlement, plafonnement des commissions) sont décrites dans nos contrats.

Enfin, le compte comptable « cadeaux clients » affiche, année après année, un montant non significatif.

➔ **Conflits d'intérêts, fraude, blanchiment d'argent :**

Les conflits d'intérêts sont limités grâce à la présence de plusieurs acteurs dans le processus. Pour renforcer le contrôle, Econocom a défini un mécanisme de double signature.

La note d'organisation d'Econocom et les notes de service permettent d'encadrer les pratiques. Les arbitrages sont effectués par la hiérarchie ou par les instances appropriées.

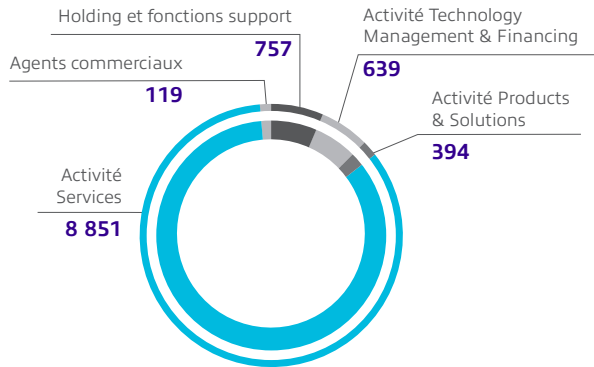
Le blanchiment d'argent est interdit grâce à la vérification des entrées d'argent par les Commissaires aux Comptes, factures à l'appui.

3. LES COLLABORATEURS, ACTEURS DE LA RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DU GROUPE

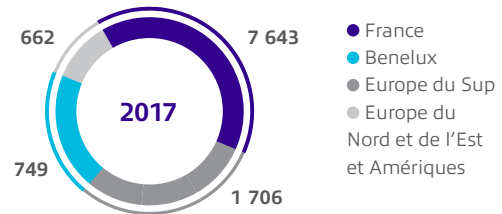
Econocom compte 10 760 collaborateurs. Le groupe a la volonté de se différencier et d’être un employeur pas comme les autres. Du recrutement au développement professionnel, en passant par les moments de convivialité, les dispositifs santé ou la mesure de la

satisfaction des collaborateurs, Econocom s’engage pour faire de ses collaborateurs les acteurs de la responsabilité sociale et les premiers ambassadeurs du groupe.

Répartition des équipes au 31 décembre 2017



Répartition des équipes au 31 décembre 2017



La politique de Ressources Humaines menée par le groupe permet d’attirer et de retenir les talents. En France en 2017, le taux de turnover était de 24,6%.

3.1. POLITIQUE DE RECRUTEMENT ET D'INTÉGRATION

3.1.1. L'acquisition de talents

Le groupe souhaite que chaque collaborateur puisse se construire dans une mission passionnante et enrichissante. Cela commence par le positionnement des bonnes compétences aux bons endroits: gérer les recrutements et la mobilité.

Econocom a défini trois champs prioritaires d'action afin de répondre aux attentes des candidats et des collaborateurs :

- **une présence accrue sur les réseaux sociaux**, véritable lieux d'échanges entre les candidats et les collaborateurs, qui ciblent prioritairement les jeunes générations (57% des recrutés au sein d'Econocom ont moins de 30 ans),
- **une utilisation forte du réseau** des collaborateurs du groupe pour recruter des profils mieux ciblés et qui adhèrent à la culture d'entreprise,
- **la mobilité des collaborateurs** en interne.

Un programme appelé « Career & Ambassador Programm » (CAP) a ainsi été lancé sur une application mobile gamifiée et innovante, permettant sur la même interface de :

- coopter depuis le site du groupe ou l'application mobile,
- gérer sa carrière en postulant rapidement aux offres du groupe,
- partager des informations groupe sur les réseaux sociaux.

Après un test réussi sur 20 % des collaborateurs en 2017, le programme sera étendu à l'ensemble des collaborateurs France en 2018, leur facilitant l'accès aux réseaux sociaux et leur permettant de partager leur quotidien et leur parcours chez Econocom.

Les collaborateurs sont incités à proposer des opportunités d'emplois à leurs connaissances et réseau. Pour les aider dans cette démarche, un programme de cooptation a été déployé en France, offrant certains avantages :

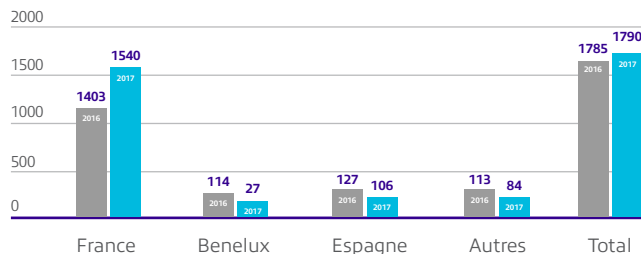
- une prime, versée avant validation de la personne cooptée, car c'est l'acte qui compte et non la réussite de la mise en relation.
- l'éligibilité au programme #BeAPatagonian pour s'envoler en Patagonie.

En 2017, 224 profils ont été recrutés sur cooptation.

Le CAP favorise la mobilité. L'application permet à chaque collaborateur de se tenir au courant des dernières opportunités ouvertes en interne. Econocom se donne ainsi les moyens d'être plus performant dans la gestion de carrière de ses collaborateurs.

En 2017, le groupe a réalisé 1 540 Recrutements en France (dont 1 134 CDI, 210 CDD, 121 alternants et 75 stagiaires) et 1 790 dans le monde.

Nombre de recrutements par région géographique en 2017



3.1.2. L'intégration des talents

Une fois les collaborateurs recrutés, ils bénéficient d'un parcours d'intégration personnalisé pour découvrir l'ensemble des équipes, comprendre au mieux l'organisation et se familiariser avec l'activité de leur département.

Pour compléter ce dispositif, les nouveaux arrivants participent à un séminaire d'intégration national appelé « Welcome Day ». Cette journée leur permet de découvrir l'organisation d'Econocom et ses différents métiers. C'est l'occasion idéale pour échanger avec des collaborateurs venant d'autres sites et des intervenants métiers pour mieux connaître le groupe et ses valeurs, la Planète Econocom et ses Satellites, sa stratégie et ses expertises. Ces « Welcome Day » rencontrent un vif succès et dépassent les 95% de satisfaction chez les participants. Les collaborateurs en délégation chez les clients sont eux conviés aux « Welcome Dates ». Organisés tous les trois à six mois (selon les régions,) les « Welcome Dates » leur permettent de connaître l'histoire de leur agence (bureau local) et des acteurs locaux, mais aussi les outils de communication nationaux et les dispositifs de développement de carrière au sein du groupe.

3.2. LE DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL

3.2.1. La formation

Le groupe Econocom accompagne le développement professionnel de ses collaborateurs en proposant des formations variées. Le dispositif de formation du groupe s'articule autour de trois principaux dispositifs :

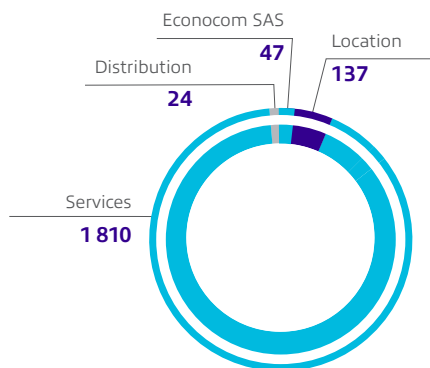
- ➔ un système de e-learning accessible à tous via la nouvelle plateforme Learn'up,
- ➔ l'« Econocom Management Academy » à destination des managers
- ➔ les formations « à la demande » dispensées par des organismes tiers spécialisés.
- ➔ Des sessions de formations spécifiques aux différentes populations sont également régulièrement organisées.

Afin de répondre aux souhaits de formation de l'ensemble des collaborateurs et de les encourager à s'auto-former, Econocom a choisi de s'appuyer sur le large choix qu'offre le digital et a repensé son système de e-learning. En 2017, 2 300 modules de formation étaient disponibles avec 100 nouveautés mises en ligne au cours de l'année. D'autres modules viendront compléter cette offre de formation, afin d'élargir les sujets traités et de proposer un choix toujours plus vaste de formations aux collaborateurs. Des MOOCs sont également proposés tout au long de l'année, notamment sur les sujets liés à la transformation digitale des métiers du groupe.

Pour Econocom, la formation de ses collaborateurs est un facteur clé de leur réussite professionnelle mais également du succès du groupe.

En 2017 en France, ce sont 63 137 heures de formation qui ont été dispensées.

Nombre de collaborateurs formés par activité en France en 2017



L'« Econocom Management Academy » a pour objectif de développer les compétences managériales des participants. Les formations dispensées permettent aux managers de réfléchir aux enjeux de la transformation digitale et aux pratiques de collaboration et de transversalité qui y sont associées.

3.2.2. La transformation digitale interne

Econocom a mis en place une formation au digital, le « passeport digital ». L'objectif est de former et sensibiliser les collaborateurs à l'impact du digital dans leur métier, et de les accompagner dans la prise en main des nouveaux outils à leur disposition pour que le digital soit véritablement un facteur de leur épanouissement professionnel. En 2017, près de 400 collaborateurs en France se sont inscrits, sur la base du volontariat, pour obtenir ce passeport digital.

La transformation digitale c'est également l'évolution de l'aménagement des espaces de travail. Econocom a donc revu la conception de ses locaux, afin d'en faire des lieux d'échanges dans lesquels la co-création et la collaboration sont les maîtres mots. Les différents sites du groupe sont équipés de solutions digitales, tels que des écrans dans les espaces de passage pour permettre aux collaborateurs de réaliser des actions rapides (réserver une salle de réunion, se repérer, consulter les bureaux disponibles...) ou encore des solutions de web conférences que ce soit depuis une salle de réunion ou depuis son outil de travail (ordinateur, tablette, smartphone...).

A la fin de l'année 2017, dix sites ont été aménagés ou réaménagés afin de répondre aux standards digitaux et de collaboration définis par le groupe. Près de 3 000 collaborateurs bénéficient de conditions de travail adaptées aux évolutions des métiers et des modes de travail. Par ailleurs, un « Digital Bar » a été installé sur le site majeur du groupe, les principaux sites seront progressivement équipés de ce service. Ces lieux physiques d'échanges apportent des réponses aux

questions des collaborateurs/utilisateurs sur les outils digitaux ainsi qu'un accompagnement plus personnalisé que les formations dispensées via le « passeport digital ». Enfin, une assistance technique est également fournie pour les aider dans la résolution de leurs problèmes IT ou digitaux.

La mise en place d'un réseau social interne a marqué un véritable tournant dans la transformation digitale au travers des pratiques de communication entre collaborateurs. Près de 6 500 collaborateurs sont présents sur ce réseau, soit 70 % des effectifs. Plus de la moitié de ces derniers utilisent le réseau de manière régulière comme un véritable outil de travail. Le nombre de communautés, que ce soient des communautés de centres d'intérêt extra-professionnels, ou bien des communautés de travail et de projet, a également doublé pour dépasser les 350 communautés. Le réseau social interne est devenu également un moyen de faciliter la communication au sein de l'activité Services France entre les managers et leurs équipes en délégation chez le client pour des missions longues. L'ensemble des entités Services ont créé leur propre communauté afin de faciliter la communication et développer un lien avec cette population aux attentes spécifiques à son activité.

Début 2018, un nouvel outil interne a été lancé afin d'uniformiser les pratiques et les outils digitaux du groupe : OneLink. Il permet de regrouper l'ensemble des outils informatiques et des moyens de communication digitaux (intranet, office 365, newsletter, réseau social, CRM, SIRH...) afin de rendre l'ensemble des informations, documents et actualités disponibles pour les collaborateurs depuis

une même plateforme. Le déploiement complet de l'outil auprès de l'ensemble des collaborateurs du groupe est des Satellites a commencé. A terme, Onelink remplacera le réseau social interne actuel.

3.2.3. La gestion de carrière

La gestion des carrières et l'évolution professionnelle des collaborateurs sont au cœur des préoccupations d'Econocom et donnent lieu à un processus structuré, permettant de cibler des actions spécifiques pour les différents profils de collaborateurs.

Ainsi, des « Talent Reviews » réunissent le top management de chaque métier, l'équipe Carrière et Développement et celle des RH opérationnelles, à minima tous les deux ans, pour partager les enjeux métiers et besoins humains du périmètre. L'objectif est de prioriser les actions de développement en fonction des types de collaborateurs (haut potentiel, personne clé, ...), mais aussi d'assurer la cohérence entre les dispositions RH, les besoins et les attentes des métiers ainsi que les aspirations des collaborateurs.

A titre d'exemple, Econocom a développé, en 2017, un programme de coaching interne pour accompagner les collaborateurs dans leur développement personnel, sur des thématiques telles que la prise de parole en public, la posture, la délégation ou la gestion des priorités.

A l'issue du premier cycle des « Talent Reviews », dix collaborateurs ont bénéficié de ce programme. L'objectif est fixé à vingt collaborateurs pour 2018.

3.3. LA SATISFACTION DES COLLABORATEURS

Econocom évolue sur un marché très concurrentiel et est confronté aux enjeux sociaux du secteur du numérique (fort taux de turnover, gestion des périodes d'inter-contrats...).

3.3.1. Le programme « Engagement »

Lancé en 2011 en France, le programme « Engagement » d'Econocom a pour objectif de favoriser l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle et en améliorant la qualité de vie au travail. Ce programme repose s'articule autour de quatre volets : Easy Life, Flexi'work, Share et We Care We Cure.

➔ Easy Life : au quotidien à vos côtés

L'amélioration du bien-être au travail des collaborateurs se traduit par la mise à disposition de différents services et dispositifs innovants, permettant de les accompagner et de leur faciliter la vie au quotidien. A titre d'exemple, en France, les services mis à disposition sont :

- Une conciergerie proposant une multitude de prestations à des tarifs préférentiels (repassage, cordonnerie, pressing, retouches, livraison de paniers de fruits et légumes de saison, prise en charge de démarches administratives ...) avec des corners physiques sur les principaux sites d'Île-de-France et une plateforme en ligne pour les collaborateurs en régions,
- Des machines à jus d'oranges pressées disposées sur les trois principaux sites,

- Un restaurant d'entreprise en ligne livrant des plats à réchauffer directement sur site,
- Un portail d'accès à des services de garde d'enfants et de services à la personne,
- Des services en ligne de soutien scolaire, du primaire au secondaire, pour les enfants des collaborateurs,
- Des ateliers de codage à destination des enfants,
- Un service gratuit de coaching sportif en ligne encourageant les collaborateurs à pratiquer une activité physique,
- Des salles de sport à disposition sur certains sites en France,
- Une application innovante favorisant le covoiturage entre collègues,
- Une communauté « Share'n'Shop », ouverte sur le réseau social Econocom, permettant de vendre et d'acheter des objets de seconde main et ainsi de sensibiliser les collaborateurs à l'économie circulaire avec une solution simple pour donner une seconde vie aux objets qu'ils n'utilisent plus,
- Un fonds de solidarité permettant d'octroyer, sous certaines conditions, une avance sur salaire aux collaborateurs dont la demande a été acceptée en cas de changement de situation ou de dépenses imprévues.
- **Flexi'work : un rapport au travail innovant**

L'articulation vie professionnelle et vie privée représente un enjeu majeur dans l'amélioration de la qualité de vie des salariés. Econocom, sensible au bien-être de ses salariés, propose des mesures de télétravail, et plus largement du travail nomade, et

du temps partiel. A titre d'exemple, en France trois mesures phares sont proposées aux collaborateurs :

- Le télétravail : une organisation du travail souple, moderne, qui favorise le « multi-sites » ou le travail à distance à raison d'un à deux jours de télétravail par semaine (lorsque la fonction le permet). Afin d'assurer son efficacité, les télétravailleurs suivent une formation sur les spécificités de ce dispositif,
- Le télétravail ponctuel : en cas d'impossibilité de se déplacer sur son lieu de travail pour des raisons exceptionnelles (grève de transport ou intempéries), les collaborateurs ont la possibilité de travailler depuis leur domicile,
- Le travail nomade : en tant qu'entreprise du numérique, Econocom encourage le travail nomade de ses collaborateurs. Pour cela, les différents sites du groupe sont aménagés afin de permettre l'accueil de ces populations, des bureaux de passage sont à disposition des collaborateurs et la politique du « Share your desk » voit progressivement le jour. Le principe du « clean desk » est fortement encouragé avec des pratiques incitatives,
- Le temps partiel choisi : accès au 4/5ème pour le personnel ayant des responsabilités familiales ou souhaitant consacrer du temps pour ses intérêts extra-professionnels (selon des critères définis à l'avance).

➔ **Share : un engagement solidaire**

En 2016, le programme « engaged, now ! » a été lancé. L'idée est simple : valoriser l'engagement des collaborateurs dans le cadre de leur vie personnelle. Les collaborateurs ont donc la possibilité de déposer leur candidature :

- soit pour le soutien d'une association dans laquelle ils sont investis. Cette association recevra alors une contribution financière d'Econocom pour l'aider dans son développement. La mission de l'association doit également être en phase avec la stratégie RSE mise en place par le groupe,
- soit pour le soutien d'un engagement individuel. Cela peut être dans le cadre d'un événement sportif engagé, ou bien la participation à une course à pieds à caractère solidaire.

Depuis deux ans, douze associations ont été récompensées. Le programme rencontre un vif succès et permet également aux collaborateurs de mettre en avant l'action menée par leur association et de recruter de potentiels bénévoles.

Toute l'année, Econocom s'engage auprès de ses collaborateurs au travers d'une action spécifique. Le « Mois de la solidarité Share », lancé au mois de décembre, donne l'opportunité aux collaborateurs de s'engager à leur tour au travers de concours et de dispositifs solidaires permettant d'améliorer les conditions de vie des enfants. Des dispositifs pérennes tels que « l'Arrondi solidaire » (solution permettant de donner les centimes de son salaire), « je dej, je donne » (dons de tickets restaurants afin de lutter contre la malnutrition

infantile), et Centimeo (distributeurs de friandises solidaires) ont été déployés.

D'autres actions ponctuelles telles que des collectes de vêtements, en partenariat avec le Secours Populaire, ou de livres, avec l'association « Double Horizon », ont été organisées sur les trois principaux sites.

➔ **We Care We Cure**

En 2017 en France, Econocom a lancé son programme dédié à la santé de ses collaborateurs : « We Care We Cure ». Ce programme couvre trois volets :

La prévention (sensibilisation, dépistage, actions préventives) est le premier pas vers une meilleure santé du collaborateur. Des actions ciblées ont ainsi été déployées sur de nombreux sites en Ile-de-France et en région telles que :

- l'organisation de conférences anti-tabac, permettant d'accompagner les collaborateurs qui souhaiteraient arrêter de fumer
- le déploiement d'une campagne de vaccination antigrippale sur 12 sites Econocom.

Le groupe accompagne également ses collaborateurs au quotidien dans le traitement des maladies. Une cabine médicalisée connectée, la « Consult station », a été mise en place en septembre 2017 sur le site de Puteaux ; les collaborateurs peuvent ainsi réaliser un check-up en toute autonomie ou consulter un médecin en visioconférence. En complément, des téléconsultations (avec des médecins ou psychologues) ainsi que des ateliers d'ostéopathie sont proposés à l'ensemble des collaborateurs en France.

3.3.2. Happy Life @ Econocom

Courant 2015, Econocom a lancé le concept de « Happy Dej » et « Happy Cheers » sur ses sites français. Ces événements, organisés tous les 3 mois au moment du déjeuner ou bien au moment de l'afterwork, permettent aux collaborateurs de se rencontrer dans un contexte convivial et détendu en participant aux différentes activités proposées.

Le sport représente également un incroyable vecteur d'échange, de partage et d'entraide, c'est pourquoi tous les ans des challenges sportifs sont proposés aux collaborateurs. Depuis deux ans c'est donc une centaine de coureurs provenant de toutes les activités, régions et pays qui prennent le départ de courses de renom telles que, le Trail de Porquerolles, le marathon de Paris, le marathon du Médoc, le marathon de Porto, ou encore dernièrement un Run&Bike de 32 kilomètres dans les gorges du Verdon. Ces challenges sont également l'occasion de s'entraîner ensemble les mois précédents l'événement afin de se surpasser en équipe.

3.3.3. La mesure de la satisfaction des collaborateurs

L'année 2017 a marqué un nouveau tournant avec le lancement d'une enquête interne, Face Reality, pour la première fois au sein d'Econocom en France.

En 2017, Econocom a souhaité mesurer la perception de ses collaborateurs et mettre en exergue la réalité vécue au quotidien afin d'avoir une base de travail pour engager des plans d'actions et améliorer l'aventure professionnelle au sein du groupe. Une enquête

interne a donc été lancée, pour la première fois en France : Face Reality.

En effet, des collaborateurs satisfaits engendrent des clients satisfaits. Econocom a donc décidé de travailler sur l'amélioration de l'expérience clients notamment au travers de cette démarche permettant une véritable symétrie des attentions envers les collaborateurs.

La mobilisation autour de cette enquête a d'ailleurs été excellente : 70 % des collaborateurs ont souhaité exprimer leur opinion.

Les résultats ont été restitués en toute transparence à l'ensemble des collaborateurs, que ce soit au niveau global ou au niveau de chaque métier.

A la suite de ces restitutions, près de 1 000 collaborateurs ont participé à des ateliers d'approfondissement, pour proposer des recommandations visant à améliorer leur satisfaction.

Celles-ci vont permettre à la Direction Générale de déterminer les actions prioritaires à mettre en œuvre pour faire progresser la satisfaction et donc l'implication des collaborateurs.

L'objectif est en effet de poursuivre cette dynamique d'amélioration continue, en relançant un cercle vertueux tous les deux ans : mesure, analyse et restitution, approfondissement des résultats, monitoring des actions.

3.4. LA POLITIQUE DE DIVERSITÉ

La diversité est un facteur d'ouverture et de performance collective. Econocom privilégie depuis toujours le recrutement, le partenariat et l'évolution en fonction des compétences de chaque individu, et condamne toute forme de discrimination.

3.4.1. L'égalité hommes/femmes :

Econocom est particulièrement attentif à l'égalité hommes/femmes au sein de ses effectifs et encourage la présence de femmes dans un secteur à forte présence masculine.

Le groupe veille à ce qu'un traitement équitable en matière de représentativité et d'évolution soit assuré afin de renforcer la mixité hommes/femmes.

Econocom est particulièrement attentif à ce que les femmes et les hommes bénéficient des mêmes opportunités de carrière, notamment dans le cadre de l'accès à la formation et aux évolutions professionnelles.

Les progrès en matière d'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes ne pourront se faire sans une sensibilisation du management et une implication des hommes dans la démarche.

Répartition hommes / femmes en France en 2017

Sexe	Fonctions Supports	Distribution	Services	Location & Financement	Total
Non-Cadres					
Femme	20	45	397	71	539
Homme	10	32	2528	22	2592
Cadres					
Femme	89	51	447	86	673
Homme	77	67	2015	110	2269
Total	202	195	5387	289	6073

3.4.2. La lutte contre la discrimination

→ L'insertion des jeunes

Econocom accorde une importance particulière aux jeunes : ces derniers représentent les opportunités de développement de demain, et le groupe considère qu'il est également de sa responsabilité de contribuer à leur insertion professionnelle. Econocom propose donc de nombreuses opportunités de stage ou d'alternance à des jeunes étudiants, pouvant donner lieu à des propositions d'embauche.

Dans le cadre de son activité de services en France, le groupe Econocom encourage particulièrement le recrutement en alternance de jeunes diplômés ou d'étudiants en fin de cycle. Econocom est acteur dans la formation en accompagnant tous les ans des jeunes dans le cadre de contrat d'alternance ou de stage. Ces formations

de niveau Bac+2 à Bac+5 sont suivies par des tuteurs dans les métiers techniques et fonctionnels.

L'activité services d'Econocom représentant les plus importants besoins en recrutement a mis en place des partenariats privilégiés avec plus de 40 écoles via diverses actions :

- Interventions de consultants sur des sujets techniques,
- Participation à des jurys,
- Forums écoles,
- Ateliers CV,
- Siège au Conseil d'Administration.

Depuis 2015, Econocom est également devenu partenaire de l'association Un Stage Et Après qui a pour objectif d'accompagner les jeunes dans la construction de leur identité professionnelle et leur faisant découvrir le monde professionnel dès leur plus jeune âge pour développer l'envie d'apprendre, l'appétence pour le monde professionnel et prévenir le décrochage scolaire. Econocom a accueilli par le biais de cette association 8 stagiaires, que ce soit pour des stages de troisième d'une semaine de découverte du monde l'entreprise, comme pour des stages de plus longue durée pour des diplômés post-bac.

Dans cet objectif d'ouverture du monde de l'entreprise aux jeunes, Econocom est également partenaire depuis plusieurs années de la Journée Nationale des Jeunes (JNDJ). Une fois par an, le groupe ouvre ses portes à des collégiens et/ou lycéens issus de milieux défavorisés, afin de leur faire découvrir le monde de l'entreprise et les solutions que le groupe propose à ses clients.

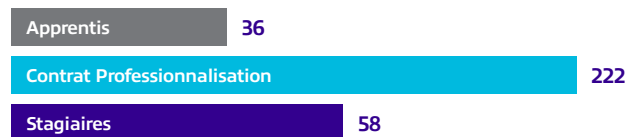
Le groupe souhaite impliquer ses collaborateurs dans sa politique de diversité et les encourage fortement à participer à des actions de sensibilisation et d'insertion au niveau local. Plusieurs managers interviennent dans des classes de lycéens en Ile-de-France comme en province afin de les sensibiliser au monde professionnel et à l'entrepreneuriat et intrapreneuriat, ceci grâce au partenariat du groupe avec l'association 100 000 Entrepreneurs et son réseau d'établissement partenaires. Ces interventions sont généralement aussi enrichissantes pour les élèves que pour les managers intervenants qui doivent à s'adapter à un public différent de leurs collaborateurs habituels.

Afin d'aller plus loin dans sa politique d'insertion des jeunes, Econocom a conclu en France un contrat génération pour ses différentes filiales en France. Ce contrat a un triple objectif :

- Faciliter l'insertion durable des jeunes dans l'emploi par leur accès à un contrat à durée indéterminée,
- Favoriser l'embauche et le maintien des travailleurs âgés,
- Assurer la transmission des savoirs et des compétences.

Cet accord vise également à créer une synergie entre les différentes générations de salariés qui composent l'entreprise et lui apportent leurs savoirs, ce qui constitue une richesse et une force d'innovation. C'est pour cela que l'accord concerne les jeunes et les travailleurs plus âgés mais également les générations intermédiaires en leur donnant un rôle important dans l'accompagnement des jeunes, la transmission des savoirs et la formation.

Répartition des alternants et stagiaires en France en 2017



En 2017, en France, 10 % de la population de stagiaires ou alternants s'est vu offrir un contrat à l'issue de leur période stage ou d'alternance.

➤ L'accompagnement des salariés de plus de 45 ans

À partir de 45 ans, les collaborateurs en France ont la possibilité de réaliser un entretien de carrière pour faire le point sur leur situation et leur projet d'évolution professionnelle. Ils peuvent également bénéficier s'ils le souhaitent d'un Bilan de compétences réalisé par un organisme externe habilité. Ils bénéficient également d'un accès prioritaire aux dispositifs de formation ainsi que du support de la Direction des Ressources Humaines pour les accompagner dans leur projet de mobilité interne.

Les plus de 55 ans bénéficient également de mesures complémentaires. Une autorisation d'absence rémunérée d'une journée tous les deux ans leur est accordée pour réaliser un Bilan de santé. Ils ont également la possibilité de bénéficier d'un aménagement du temps de travail (temps partiel, aménagement d'horaires, télétravail). Le groupe leur donne également l'opportunité de transmettre leur savoir-faire via un programme de tutorat auprès de « jeunes » collaborateurs Econocom.

→ Le handicap

Econocom s'engage dans une démarche volontariste au profit des personnes en situation de handicap. La Mission Handicap, véritable projet d'entreprise fédérateur, s'est concrétisée par la signature d'une convention avec l'AGEFIPH (Association pour la Gestion du Fonds pour l'Insertion Professionnelle des Personnes Handicapées) en novembre 2014. Le soutien de l'AGEFIPH permet de développer plusieurs dispositifs ayant pour objectif de sensibiliser les équipes à l'intégration et au maintien dans l'emploi de collaborateurs en situation de handicap. Par ailleurs, un réel engagement est pris concernant les achats auprès d'entreprises du secteur protégé. Ainsi, afin de soutenir le recrutement et l'accueil des personnes en situation de handicap, une campagne de formation du management et des équipes recrutement a été réalisée. En complément, Econocom s'est engagé à travers plusieurs actions de sensibilisation auprès de l'ensemble des collaborateurs, comme des modules d'e-learning illustrant des situations concrètes du handicap dans le cadre professionnel, et un espace Intranet dédié. Enfin, Econocom poursuit son investissement aux côtés de 11 acteurs majeurs du secteur numérique (Accenture, Akka, Altran, Assystem, Atos, Capgemini, CGI, GFI, Open, Orange et Sopra-Stéria) au sein du collectif « Handicap et Numérique », fondé en 2010 sous l'égide de Syntec Numérique. Le collectif s'engage dans l'animation du site www.handi-numérique.com créé en 2014, premier site web entièrement consacré aux métiers du numérique et spécifiquement destiné aux personnes en situation de handicap.

Handi-numérique.com a pour vocation d'informer sur les métiers de ce secteur et les formations spécialisées.

Depuis trois ans, le groupe a également fait le choix de proposer des stages à des personnes en situation de handicap en reconversion professionnelle.

4. ECONOCOM, PIONNIER DE LA RESPONSABILITÉ NUMÉRIQUE DES ENTREPRISES

4.1. DES SOLUTIONS AU SERVICE DE LA RÉDUCTION DES IMPACTS SUR L'ENSEMBLE DU CYCLE DE VIE

4.1.1. La maîtrise des performances énergétiques

→ **Watt's Green : un pilotage des consommations énergétiques du système d'information**

Watt's Green est un outil de mesure de la performance énergétique du système d'information développé par Econocom. L'outil permet ainsi d'obtenir un aperçu des consommations d'électricité et de la performance énergétique du S.I, et d'initier ou améliorer une démarche de réduction des consommations. Watt's Green permet également de sensibiliser les collaborateurs grâce à des visuels et comparatifs percutants.

Aujourd'hui Watt's Green, fort de ses premières années d'expérience, cherche à renforcer son expertise autour de la maîtrise des consommations énergétiques des systèmes d'information en étendant son offre au bâtiment. Pour cela, le groupe a su identifier et mettre en place un écosystème de partenaires dont les compétences et expertises interviennent de manière complémentaire dans la solution finale.

Depuis 18 mois le groupe teste sa solution sur son propre système d'information et a élargi la démarche à ses bâtiments courant 2017.

→ **Le Smart Lighting : un système d'éclairage respectueux de l'environnement et favorisant le bien-être**

Dans le cadre de son activité de financement, Econocom propose à ses clients de repenser leur système d'éclairage grâce à la mise en place du smart lighting. Le groupe propose ainsi une solution de financement permettant ainsi à ses clients d'associer technologie LED et digitale avec un ROI immédiat. Le client a ainsi la possibilité de piloter l'éclairage de ses bâtiments afin d'en réduire les coûts et consommations associés. De plus, le smart lighting permet un d'améliorer le confort visuel et ainsi favoriser le bien-être des occupants.

4.1.2. La gestion des équipements en fin de contrat

Dans le cadre de son activité de gestion administrative et financière Econocom doit gérer le retour de ses EEE (Équipements Électriques et Électroniques) usagés. Econocom gère chaque année 500000 retours de produits au niveau du groupe, dont la moitié spécifiquement en France. Econocom a choisi de privilégier le réemploi de tous ses produits en favorisant l'économie sociale et solidaire. Cette démarche s'inscrit dans le respect des réglementations handicap et DEEE (Déchets d'Équipements Électriques et Électroniques), en privilégiant une approche RSE globale.

4.1.3. Des partenariats clients sur de grands enjeux du développement durable

Afin d'impliquer ses parties prenantes dans sa stratégie RSE, Econocom a l'ambition de développer des partenariats avec ses clients afin de répondre à de grands enjeux sociétaux. Le groupe a la conviction que ce type d'actions permet notamment d'instaurer une relation de confiance et de réciprocité entre client et fournisseur, mais également de répondre à des enjeux de développement durable commun de manière plus efficace et pertinente.

➔ Econocom et Schneider Electric s'engagent en faveur des travailleurs exclus du monde de l'entreprise.

En mars 2014, Econocom et Schneider Electric ont passé un accord conjoint avec l'association « Travailler et Apprendre Ensemble » (TAE) afin de la soutenir dans sa mission d'insertion de travailleurs exclus du monde de l'entreprise. Cet accord repose sur un engagement d'aide solidaire, qui se traduira dans un premier temps par l'attribution d'équipements informatiques à reconditionner et revendre.

L'Association «Travailler et Apprendre Ensemble» est un projet pilote du Mouvement ATD Quart Monde, qui a pour principal objectif de repenser l'entreprise à partir des travailleurs qui en sont totalement exclus. Son originalité repose notamment sur le fait de rassembler au sein d'une même communauté des travailleurs ayant connu des situations de grande précarité et des salariés ayant choisi de quitter délibérément pour un temps leur vie professionnelle, afin de participer à la construction d'un modèle d'entreprise plus solidaire. Convaincue que c'est grâce à la sécurité d'un emploi stable que chacun peut

repandre pied dans sa vie professionnelle, familiale et sociale, sa force réside, par ailleurs, dans le choix de proposer systématiquement à tous ses salariés un Contrat à Durée Indéterminée à temps plein à l'issue de leurs contrats aidés.

Les salariés de TAE peuvent ainsi travailler à la remise à neuf et à la revente de matériels et d'équipements d'occasion, en fonction des besoins des clients de l'Association.

4.2. LA PROMOTION DE L'ENTREPRENEURIAT

Econocom entretient en permanence et aime soutenir ceux qui entreprennent, à l'instar d'une des six valeurs fondamentales du groupe : « Aimer entreprendre ». C'est donc tout naturellement qu'Econocom encourage le développement de startups et plus globalement les initiatives autour de la valeur entrepreneuriale.

Le groupe soutient également les initiatives d'intrapreneuriat. C'est la raison pour laquelle deux business units ont été créées afin de mettre en œuvre des idées de collaborateurs :

- ➔ Econova qui apporte son expertise en conseil et en innovation autour de la transformation digitale
- ➔ La BU Green qui développe des solutions afin d'accompagner les clients d'Econocom dans la maîtrise de leur impact environnemental.

4.2.1. L'association 100 000 Entrepreneurs

Afin de créer des passerelles entre l'école et l'entreprise et transmettre aux jeunes l'envie d'entreprendre, Econocom soutient l'action de l'association « 100 000 Entrepreneurs ».

« 100 000 entrepreneurs » est une association d'intérêt général qui organise des témoignages d'entrepreneurs bénévoles dans les établissements scolaires, de la 4^{ème} à l'enseignement supérieur.

Menées en étroite collaboration avec le Ministère de l'Éducation Nationale et ses représentants académiques, ces interventions ont pour objectifs de sensibiliser les élèves à l'acte d'entreprendre, de leur fournir des connaissances concrètes sur le monde professionnel et de leur montrer l'importance des matières enseignées dans leur cursus scolaire.

Econocom encourage ses managers à intervenir dans les classes ou les forums d'entrepreneurs pour sensibiliser les jeunes à entreprendre au travers de leur métier, de leurs expériences d'intrapreneur et de leur passion.

Environ 700 élèves ont été sensibilisés depuis le début notre partenariat.

4.2.2. Le Prix des Technologies Numériques

Depuis deux ans, Econocom est partenaire du Prix des Technologies Numériques qui rassemble plus de 300 acteurs et décideurs.

Cette année, le jury du Prix des Technologies Numériques composé de Véronique di Benedetto et d'autres personnalités reconnues dans l'univers du numérique, a souhaité que l'édition 2017 porte sur les

EdTech et donne ainsi un coup de projecteur aux entrepreneurs qui ont engagé leur talent et leur créativité pour inventer l'éducation de demain.

4.2.3. Les Trophées des femmes de l'économie

Créés en 2010 par le groupe IDECOM, spécialisé dans les stratégies de communication des grandes écoles, les Trophées ont pour ambition de mettre en lumière la réussite professionnelle des femmes dans le tissu économique de leur région. Les Trophées visent ainsi à récompenser leur travail et leur implication dans cet univers majoritairement masculin.

Au cours de cérémonies annuelles, des femmes créatrices d'entreprises, dirigeantes ou directrices ayant de hautes responsabilités au sein de leur organisation, se voient remettre un trophée pour leur parcours professionnel et leur investissement.

En donnant depuis sept ans l'opportunité à chaque participant de nouer de solides relations professionnelles lors de ses événements, la communauté des Trophées s'est considérablement développée et représente aujourd'hui le premier réseau féminin des territoires.

4.2.4. L'entrepreneuriat français avec le Partech Ventures

Après avoir rejoint le fond d'amorçage «Partech Entrepreneur » en octobre 2013, Econocom a renforcé sa collaboration avec le fonds, en s'associant au Partech Shaker pour soutenir le développement de l'entrepreneuriat digital en France.

Le Partech Shaker est le premier campus au monde dédié à l'open innovation initié par une société de gestion de fonds d'investissement (Partech Ventures). Il rassemble, sur 2200 m² et neuf étages, une quarantaine de startups financées en amorçage par Partech Ventures et des grandes entreprises internationales qui investissent dans l'open innovation.

L'open innovation est en effet devenue un complément nécessaire du traditionnel effort de R&D des grandes entreprises, tandis que les startups demandent à être au contact des grandes entreprises pour accélérer leur activité.

En tant que Partenaire Corporate Innovation Partner depuis 4 ans, Econocom anime, entre autres, avec l'ensemble des acteurs du Partech Shaker un calendrier annuel d'événements business sur les thèmes de l'innovation.

4.2.5. Le fonds Paris-Saclay Seed Fund

Econocom a investi dans le fonds Paris-Saclay Seed Fund, pour soutenir et développer l'innovation et l'entrepreneuriat au sein des milieux IT / Internet / digital et sciences de la vie / MedTech. Ce nouvel investissement permet à Econocom d'enrichir durablement sa maîtrise de l'innovation numérique et des évolutions de la société pour continuer à proposer les meilleures solutions à ses clients. Près de 50 jeunes entreprises à fort potentiel bénéficieront d'un soutien dans les trois ans à venir.

Investir dans le fonds Paris-Saclay Seed Fund (composé de 17 établissements dont Polytechnique, HEC, CentraleSupélec ou l'ENS

Cachan) inscrit la présence d'Econocom au cœur du monde digital. Cette position permet un contact direct avec les talents de demain susceptibles d'intégrer le groupe Econocom, à l'image de « Magic Makers » et « Kartable » (détail voir section 3.3.2). Accompagner et faire grandir des start-ups est un des axes majeurs de la politique RSE d'Econocom.

4.3. UN ENGAGEMENT FORT DANS L'ÉDUCATION

Econocom s'engage en faveur du numérique à l'école afin de lutter contre la fracture numérique et promouvoir l'accessibilité. Le groupe a pour ambition de devenir un acteur de référence dans le domaine.

L'État français a pris la décision d'encourager le numérique à l'école afin de rattraper le retard de la France dans ce domaine. Econocom veut être acteur de ce mouvement en proposant aux établissements scolaires des solutions adaptées aux besoins des élèves, professeurs, parents et administrations publiques.

L'objectif d'Econocom au travers de son engagement dans le milieu éducatif est de participer à la transformation des apprentissages, au renforcement du plaisir d'apprendre chez les élèves ; d'encourager de nouvelles pratiques pédagogiques et de favoriser l'implication des parents dans la scolarité de leur enfant.

Pour encourager l'intégration du numérique dans le milieu éducatif, deux priorités ont été identifiées :

➔ **L'équipement :**

Le monde évolue et accorde une place de plus en plus importante au numérique que ce soit dans la sphère professionnelle comme personnelle, les élèves doivent donc être armés pour répondre aux défis de demain. Le numérique doit physiquement « rentrer » dans la salle de classe afin que l'ensemble des élèves puissent développer des compétences liées à ces nouveaux objets.

➔ **L'accompagnement des professeurs :**

Ce point est essentiel car il leur permettra d'établir avec leurs élèves de nouvelles relations autour des solutions numériques à leur disposition. Econocom organise régulièrement des rencontres avec des enseignants afin d'identifier leurs besoins et leurs attentes et d'y apporter les réponses adaptées.

Depuis plusieurs années, le groupe conduit une politique de partenariats avec plusieurs associations du milieu éducatif. Le groupe est notamment partenaire de l'association Double Horizon qui agit pour l'éducation de populations défavorisées. Dans ce cadre Econocom accueille plusieurs fois par an des classes d'enfants de primaire dans ses locaux afin de leur faire découvrir le monde de l'entreprise et les solutions numériques proposées aux clients.

En 2017, plus de vingt coureurs Econocom, lors de la course des héros, ont porté les couleurs de l'association L'école à l'hôpital, qui a pour but d'accompagner des jeunes de 5 à 25 ans dans la poursuite de

leur scolarité à l'hôpital. Une cagnotte en ligne, à laquelle Econocom a contribué, a été mise en place afin d'encourager les coureurs dans cette démarche.

4.3.1. **L'investissement dans des startups du secteur éducatif**

➔ **Magic Makers, une startup spécialisée dans la création et l'animation d'ateliers de code et de programmation créative pour enfants**

Econocom a pris une participation au capital de Magic Makers, startup fondée en 2014, dans l'objectif de s'entourer d'experts du secteur de l'éducation et du digital. Elle propose trois types d'ateliers : des ateliers hebdomadaires, des ateliers vacances et des ateliers événements. Magic Makers a développé sa propre méthode, qui permet aux enfants de s'approprier des notions de code dès six ans, grâce à des animateurs spécialement formés et à des outils innovants. Magic Makers compte aujourd'hui plus de 1 000 enfants assidus à ses cours et/ou ateliers vacances de codage.

Magic Makers est également présente dans des collèges avec des actions dédiées aux élèves en difficulté scolaire. Des formations à l'apprentissage du code destinées aux éducateurs sont également proposées, notamment au travers du projet Class'Code porté par INRIA avec de nombreux partenaires, et soutenu au titre du Programme d'Investissements d'Avenir dont la Caisse des Dépôts est opérateur.

Econocom propose également aux enfants de ses collaborateurs de bénéficier des cours de Magic Makers à des tarifs préférentiels via son programme Share. Un atelier de démonstration a également été organisé au siège d'Econocom, une quinzaine d'enfants de collaborateurs ont pu y participer.

➤ **Kartable, première plateforme d'apprentissage et de révisions scolaires complète et gratuite.**

Il y a trois ans, cette start-up a mis en ligne une plate-forme qui permet de consulter gratuitement programmes, cours et exercices de la sixième à la terminale. L'idée de créer Kartable vient d'un constat largement partagé : les adolescents et les jeunes adultes passent plus de temps devant leurs écrans (ordinateurs, tablettes, portables) qu'un livre à la main. L'objectif de Kartable était donc de lever l'obstacle du manuel scolaire en proposant aux jeunes un terrain de confiance : le numérique.

4.3.2. Un partenariat fort avec l'association « Passerelles Numériques »

Depuis 2007, Econocom est partenaire de l'association « Passerelles Numérique » qui donne accès à une formation et à un emploi qualifié dans le secteur des technologies de l'information à des jeunes en situation de précarité au Cambodge, au Vietnam et aux Philippines. Depuis 2007, ce sont 421 étudiants qui ont été soutenus par le groupe. Deux nouvelles promotions ont été financées au Cambodge à partir de 2015 pour deux ans par Econocom, soit 50 étudiants qui pourront prétendre à un diplôme et un emploi dans le secteur de l'informatique.

Le partenariat mis en place avec « Passerelles Numériques » se traduit également par du mécénat de compétences. En 2017, deux salariés du groupe ont partagé leurs compétences avec l'association. Depuis 2007, plus de 50 collaborateurs ont été bénévoles pour l'association représentant plus de 1 100 semaines de missions.

4.3.3. Des actions de mécénat régulières dans l'éducation

➤ **Action commune avec la « Fondation Croissance Responsable »**

Econocom s'implique aux côtés de la « Fondation Croissance Responsable » dans le cadre de son dispositif Prof en entreprise. Proposé aux enseignants de collège et lycée de l'enseignement général et technologique, ainsi qu'aux conseillers d'orientation, le programme « Prof en entreprise » est mis en œuvre par la « Fondation Croissance Responsable » en partenariat avec le ministère de l'Éducation nationale via le CERPEP (Centre d'Études et de Recherches sur les Partenariats avec les Entreprises et les Professions). À travers cette action, l'objectif est en effet de favoriser l'insertion professionnelle des jeunes sur le marché de l'emploi en améliorant la connaissance des enseignants sur les réalités de l'entreprise et des métiers. Ce stage se veut aussi le point de départ de partenariats entre l'entreprise d'accueil, l'enseignant et son établissement scolaire (ex : stage pour un élève de 3ème, intervention du chef d'entreprise dans la classe, visite de l'entreprise par les élèves, etc.). Econocom ouvre ainsi régulièrement ses portes à des enseignants afin de leur faire découvrir la vie en entreprise. Des temps d'échange sont organisés avec les différentes fonctions du

Groupe pour leur permettre d’appréhender le mieux possible l’entreprise et son fonctionnement.

➔ **Econocom partenaire de « Double Horizon »**

Econocom est également partenaire de l’association « Double Horizon » qui agit pour l’éducation de populations défavorisées. Dans ce cadre, Econocom accueille plusieurs fois par an des classes d’enfants de primaire dans ses locaux afin de leur faire découvrir le monde de l’entreprise et les solutions numériques proposées aux clients.

➔ **Econocom partenaire du salon “Start up for Kids”**

En 2016 et 2017, Econocom fut partenaire du salon « Start up for Kid »s qui a eu lieu à « 42 Born to code », l’école d’informatique créée par Xavier Niel.

Accompagner des initiatives innovantes et ludiques dans l’éducation et mettre en avant l’engagement sociétal d’Econocom dans ce domaine, en particulier au côté de Magic Makers, étaient bien entendu les objectifs principaux de ce partenariat. Startup for kids est le premier salon dédié aux startups développant des projets à vocation pédagogique. Il a été ouvert gratuitement pendant trois jours aux enfants de 6 à 15 ans, aux parents et aux professionnels de l’enfance et de l’éducation. Évènement peu banal, il s’agit ici de donner le pouvoir aux enfants et de les laisser s’exprimer au travers divers ateliers.

4.4. LA POLITIQUE D’ACHATS RESPONSABLES

Une coopération durable entre une entreprise et ses fournisseurs est un véritable levier de performance pour tous. En 2015, le groupe Econocom a fait le choix de structurer sa politique d’achats responsables afin d’établir une relation de confiance avec ses fournisseurs en les encourageant notamment à s’inscrire dans une démarche RSE.

Le groupe a ainsi mis en place un code de conduite fournisseurs qui repose sur les dix principes du Pacte Mondial des Nations Unies. Ce code est systématiquement transmis à l’ensemble des fournisseurs d’Econocom, permettant d’amorcer le renforcement de la politique d’achats responsable en cours.

En 2017, l’ensemble des collaborateurs du département achats ont bénéficié de deux demies journées de formation sur les achats responsables. Ces formations leur ont ainsi permis de mieux comprendre les enjeux RSE liés aux achats et la manière dont la prise en compte de cette dimension pouvait les aider dans leur travail au quotidien. A l’issue de cette formation les acheteurs ont ainsi pu décider eux-mêmes de leur feuille de route afin de définir des objectifs cohérents et réalisables pour les prochaines années.

Ainsi deux premières familles d’achats intègrent désormais des critères de sélection des fournisseurs sociaux et/ou environnementaux.

Econocom souhaite également contrôler de façon plus précise les engagements de ses fournisseurs et s’assurer du respect des engagements pris. En tant que donneur d’ordre, le groupe a également

un rôle d'accompagnateur de ses fournisseurs, notamment les PME dans la mise en place de pratiques RSE.

Econocom a la conviction que la RSE doit avant tout passé par un dialogue avec ses parties prenantes et une mutualisation des forces et moyens. C'est ainsi que la contribution du groupe et de ses parties prenantes aux enjeux du développement durable sera la plus importante.

5. LA POLITIQUE ENVIRONNEMENTALE

En 2015, Econocom a formulé son engagement de réduire ses émissions de CO₂ de 20 %, sur un périmètre restreint. Cet objectif ambitieux malgré tout, a permis au groupe d'affiner ses objectifs de réduction des émissions de CO₂, sur un périmètre plus large, pour son nouveau plan stratégique qui sera lancé en 2018. Ce premier pas servira notamment à affiner les données permettant le suivi de cet objectif.

Econocom réalise des Bilan d'Émissions de Gaz à Effet de Serre de ses activités depuis 2012. Ces Bilans ont ainsi permis au groupe d'identifier la répartition de ses émissions de CO₂ et d'identifier les principaux facteurs d'émissions, étape indispensable à toute définition de plan d'actions.

Les Bilans montrent que les principaux facteurs d'émissions du groupe sont sa flotte de véhicules et les consommations énergétiques de ses bâtiments. Ces premières analyses ont permis au groupe de concentrer ses actions sur ces deux postes d'émissions dans le cadre de son programme RSE.

5.1. OPTIMISATION DES CONSOMMATIONS ÉNERGÉTIQUES DES BÂTIMENTS

En 2017, les émissions de gaz à effet de serre liées aux consommations énergétiques des bâtiments en France s'élevaient à 895 tonnes CO₂e. Le groupe a donc choisi de mener une action spécifique à la maîtrise de ses consommations. Des audits énergétiques ont été menés sur les huit sites les plus importants du groupe et ont ainsi permis de

comprendre et d'analyser les différents postes de consommations énergétiques. À l'issue de cette phase d'étude Econocom a fait le choix de mettre en place une solution de monitoring des consommations énergétiques sur certains de ses sites. Le premier site test de Villeurbanne a été équipé en octobre 2017 et les données relatives à l'éclairage, le chauffage, la climatisation... ont été relevées et analysées.

Les premières pistes d'amélioration autour de ces pôles ont été présentées et seront mises en place prochainement : la gestion de l'occupation et de l'inoccupation pour le chauffage, l'ajustement des puissances souscrites et la gestion de l'éclairage. Leurs conséquences devraient faire apparaître des premières économies à court terme et sans investissement majeur. Ces perspectives de réduction des consommations étant très encourageantes, trois autres sites seront équipés début 2018.

5.2. ANALYSE ET MAITRISE DES CONSOMMATIONS DU SYSTÈME D'INFORMATION

Le groupe a souhaité tester sa solution d'analyse des consommations énergétiques du système d'information, Watt's Green. Les informations liées aux datacenters, postes de travail, équipements mobiles, salles de réunion... ont été inventoriées et ont ensuite été intégrées dans la solution Watt's Green. Quatre indicateurs clés énergétiques et environnementaux en sont ressortis : la consommation annuelle

d'électricité, le poids des émissions en équivalent CO2, le coût annuel d'électricité consommée, et le poids DEEE du parc global.

A partir de ces résultats, un plan d'actions a été adopté et les pistes d'amélioration en vue d'engager une réduction de sa consommation énergétique ont été lancées :

- ➔ l'optimisation de l'efficacité énergétique des datacenters,
- ➔ le renouvellement par des équipements de basse consommation,
- ➔ la mise en place d'un outil de power management,
- ➔ la sensibilisation auprès des collaborateurs pour améliorer les comportements et les usages.

5.3. REPENSER LES DÉPLACEMENTS POUR RÉDUIRE LES ÉMISSIONS

La flotte de véhicules représente le plus gros facteur d'émission de CO2 du groupe. L'objectif du groupe est de maintenir le niveau d'émission moyen en-deçà des 130 g CO2/km, tous types de véhicules confondus. Econocom a également fait le choix d'intégrer des véhicules électriques dans sa flotte. Des véhicules de ce type sont ainsi à disposition des collaborateurs d'Ile-de-France, via un système de réservation, pour les petits déplacements professionnels, notamment inter-sites.

Grâce à l'ensemble de ces initiatives, le groupe a ainsi pu réduire ses émissions de CO2 liées à sa flotte de véhicules de 60 % en trois ans. En 2017, les émissions de la flotte de véhicules étaient de 2300 t CO2e.

Mai 2018

ECONOCOM.COM

