



Déclaration de
Performance
Extra-financière

2021



Sommaire -

PAGE 04

1 | Démarche générale

PAGE 04

2 | Le modèle d'affaires Prodware

PAGE 06

3 | Les enjeux de Prodware

PAGE 06

4 | Les risques

PAGE 07

5 | L'innovation, l'ADN du groupe

PAGE 08

6 | Le capital humain au coeur de la stratégie de Prodware

PAGE 16

7 | L'activité du groupe ancrée dans le respect de l'environnement

PAGE 19

8 | Prodware - un acteur engagé dans la société

1 | Démarche générale

La Déclaration de Performance Extra-Financière du groupe Prodware (ci-après le « Groupe » ou « Prodware ») est établie conformément à l'article R. 225- 105 du Code du commerce et son décret n° 2017- 1265 du 9 août 2017.

La RSE est pilotée par la Direction Financière de l'entreprise.

Prodware a choisi d'adhérer au Pacte Mondial des Nations Unies dès 2009. Il s'est ainsi engagé à respecter l'ensemble des principes du Pacte Mondial qui concernent à la fois la responsabilité sociétale de l'entreprise, son comportement et ses actions face au développement durable et aux problèmes d'environnement ainsi que son engagement social.

Prodware a choisi en outre de s'appuyer sur le référentiel des 17 Objectifs pour un Développement Durable des Nations Unies (« ODD ») pour identifier ses principaux enjeux RSE et suivre les performances de ses politiques tels que détaillées ci-dessous.



2 | Le modèle d'affaires Prodware

La transformation digitale est une nécessité, voire un impératif, pour les entreprises désireuses de surmonter les mutations induites par les bouleversements économiques, géopolitiques et ceux liés à la crise sanitaire et aux évolutions technologiques.

Dans ce contexte de transformation, porteur de défis mais aussi d'opportunités, Prodware accompagne les entreprises tout au long de leur processus de transformation avec une offre globale « de bout en bout » particulièrement adaptée aux Entreprises de Taille Intermédiaire (« ETI »).

Cette offre customisée aux besoins de chaque client, s'accompagne de services et logiciels sur des secteurs dédiés :



Fabrication
(Manufacturing)



Vente
(Retail)



Distribution



**Services
professionnels**



**Secteur Public
- Finance**

Le modèle d'affaires de Prodware est présenté ci-dessous :

Les tendances de l'industrie du digital | 1/2

La transformation digitale est une opportunité mais aussi un impératif en termes de croissance, marge et pérennité.



Elle permet de moderniser et réinventer l'entreprise sur :

- › Les parcours/expériences clients et employés,
- › Les processus métiers (accélération des cycles de décision et de production),
- › Les produits et les services (intégration de technologies innovantes),
- › Les business models.



Grâce à la maîtrise et à l'adoption de technologies innovantes :

- › l'infrastructure Cloud
- › l'Internet of Things, le Big Data, l'Intelligence Artificielle
- › le Software As A Service (SaaS)
- › l'interopérabilité des plateformes technologiques...



La crise sanitaire a accentué la réalité de cet impératif.

NOS RESSOURCES

Nos collaborateurs

- › 1 065 talents répartis dans 12 pays

Un groupe solide

- › + 30 ans d'expérience
- › Coté en bourse depuis 2006
- › Une équipe de management pérenne

Notre ADN – l'Innovation

- › 80 solutions propres innovantes par secteurs et par métiers
- › Une majorité ingénieurs parmi le Groupe

Nos Clients et Partenaires

- › Nos 15 000 Clients
- › Des partenaires fournisseurs historiques de premier plan

Nos valeurs

- › Adhérent Global Compact
- › Code éthique
- › Nos engagements sociétaux

NOTRE OFFRE

Un accompagnement sur toute la chaîne de la transformation digitale



Vision



Innovation



Mise en œuvre



Évolution

Business Consulting

IP & Start-up ecosystem

Professional Services

Managed Services

- › Préparer la transformation digitale (diagnostic/ opportunités/ vision)
- › Feuille de route de la transformation digitale
- › Suivi de la transformation digitale

- › En charge de la R&D
- › "Factory" de logiciel
- › Incubateurs de Start-up
- › Alliances stratégiques

- › Organisation et gouvernance des projets digitaux
- › Expertise métier par secteur
- › Intégration des systèmes
- › Capitalisation des savoir-faire et méthodes

- › Supporter et maintenir les solutions mises en œuvre
- › Gestion de la sécurité
- › Optimisation des infrastructures clients

Les tendances de l'industrie du digital | 2/2

- › A court terme, 80% des ETI lanceront un projet de transformation digitale⁽¹⁾
- › 83% des ETI pensent investir dans un ERP dans les 12 prochains mois⁽¹⁾



› Le plan de relance européen est un accélérateur de croissance pour les entreprises



Il devrait contribuer à l'accélération de la transformation des entreprises



NOTRE CRÉATION DE VALEUR

Une proposition de valeur particulièrement adaptée aux ETI

- › Une offre cohérente supportant toute la chaîne de la transformation digitale des ETI
- › Proposition de valeur par secteur: Manufacturing, Retail, Distribution, Professional Services
- › Une organisation internationale avec plus de 40 bureaux permettant de supporter les projets internationaux, nationaux et régionaux

Capital humain

- › Adaptabilité aux nouvelles méthodes de travail (télétravail...)
- › Mise en place de passerelles avec l'écosystème de start-up de Prodware

Nos clients

- › Forte récurrence du chiffre d'affaires : plus de 40% du CA
- › Diversité du portefeuille ETI- Grands comptes dans toute l'Europe
- › Répartition équilibrée de notre CA sur tous les métiers et secteurs

Nos partenaires

- › Membre de Inner Circle de Microsoft (Prodware est un des 11 premiers partenaires mondiaux)
- › Partenaire agréé Centre de Compétences SAGE
- › Partenaire Platinum Autodesk
- › Partenaire ESRI

Nos actionnaires et partenaires financiers

- › Depuis février 2022, une société détenue à +90% par un holding détenu par les fondateurs et managers
- › Mais aussi un noyau d'actionnaires historiques
- › Des partenaires financiers

Nos engagements

- › Environnementaux
- › Envers la société civile

NOS AXES DE DÉVELOPPEMENT

Avec son offre couvrant toute la chaîne du SI et sa forte présence en Europe, Prodware devrait :

- › Garder son avance technologique en matière d'innovation et accroître ses prises de marchés sur les nouvelles technologies (IA, IoT, Big Data, BI...)
- › Optimiser sa compétitivité
- › Augmenter sa notoriété et la notoriété de sa marque employeur en tant que « great place to be »
- › Accroître son engagement citoyen et éco-responsable

3 | Les enjeux de Prodware

Les enjeux de Prodware peuvent ainsi se décliner en :

- › Garder son avance en matière d'innovation et accroître ses prises de marchés sur les nouvelles technologies (IA, IoT, Big Data, Bl...)
- › Optimiser sa compétitivité
- › Valoriser son capital humain et développer la notoriété de sa marque employeur
- › Accroître son engagement citoyen et éco-responsable

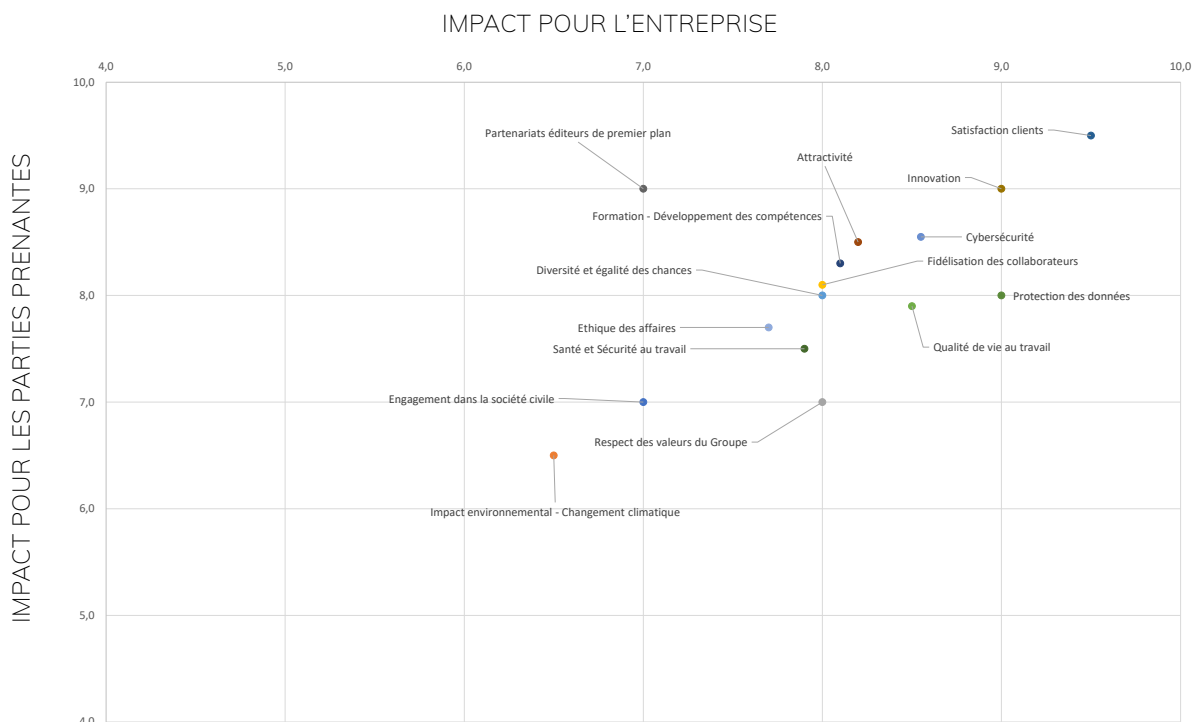
Le tout dans le respect de ses valeurs et de ses obligations légales en matière d'éthique.

Par référence aux ODD des Nations Unies, ils peuvent être résumés dans les tableaux comme suit :



4 | Les risques

De ce qui précède, les risques peuvent être synthétisés dans le diagramme suivant :





5 | L'innovation, l'ADN du groupe

Prodware est aujourd'hui l'un des grands acteurs de l'Innovation, laquelle fait partie intégrante de l'ADN du Groupe.

5.1 UNE STRATÉGIE D'INNOVATION

La Stratégie d'Innovation de Prodware est sous la responsabilité d'une division (Innovation & Business Solutions) ayant pour mission de développer des solutions innovantes, pratiques, adaptées aux besoins des clients, en s'appuyant sur sa maîtrise des technologies telles que l'Internet des Objets (IoT), l'intelligence artificielle, le Big Data etc.

Prodware dispose ainsi d'un catalogue de 80 solutions totalement innovantes.

De fait, l'Innovation fait aussi partie de la culture et du quotidien des collaborateurs. Grâce à l'offre de services étendue du Groupe,

ses talents s'inscrivent dans une chaîne de valeur complète permettant d'accompagner les entreprises 'de bout en bout'.

Par ailleurs, le Groupe poursuit la coopération avec le programme du 365x Scaler ; un incubateur de start-ups spécialisées dans les technologies et les solutions disruptives.

Ce programme aide les startups matures à s'organiser autour d'une stratégie de développement, avec accès aux canaux de distribution et de vente des sponsors du programme. En retour, ces solutions peuvent être incorporées dans le catalogue des produits et bénéficier de la stratégie « go-to-market » desdits sponsors dont Prodware.

Plusieurs startups font désormais partie du catalogue des ventes de Prodware.

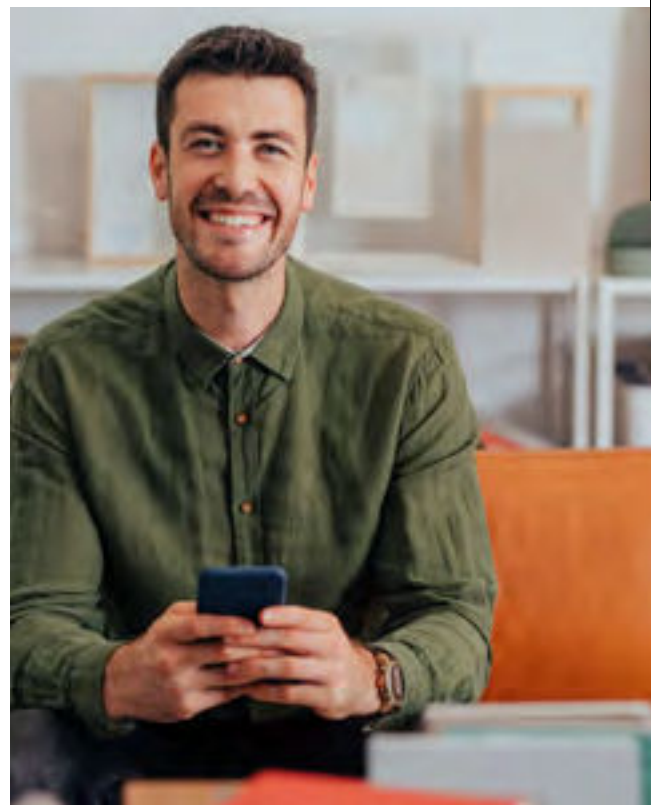
5.2 UNE STRATÉGIE RELAYÉE AU PLUS HAUT NIVEAU DE LA DIRECTION

Les retombées de la publication du livre du Directeur général du Groupe, Alain Conrard « OSONS ! UN AUTRE REGARD SUR L'INNOVATION », paru à l'automne 2020, se sont poursuivies en 2021.

A l'occasion de multiples interviews télévisés et d'articles dans la presse écrite, ce livre défend une approche de l'innovation tenant compte des dimensions sociales, sociétales et écologiques qui y sont liées. Il promeut ainsi une innovation forte et juste pour servir l'humain, la société, la croissance et le bien-être, en lien avec les valeurs du Groupe.

Cette approche innovante a fait l'objet de nombreux interviews télévisés et tribunes associées qui peuvent être synthétisées au sein d'un site internet dédié :

<https://www.osonslinnovation.com/a-propos/>.



5.3 UNE STRATÉGIE RÉCOMPENSÉE EN 2021

Le savoir-faire et la technicité de Prodware a été une nouvelle fois récompensée.

Microsoft a remis à Prodware SA le prix du meilleur partenaire de l'année dans la catégorie 'Technical skills'.



6 | Le capital humain au coeur de la stratégie de Prodware

Le métier de Prodware est d'accompagner ses clients dans leur démarche de création de valeur dans un marché de transformation.

Le succès de ce challenge repose sur le plus important actif du groupe : ses collaborateurs. Le capital humain est donc logiquement au cœur de la stratégie 2020-2025 du Groupe.

Cette stratégie dédiée se décline en actions suivies et mesurables avec des objectifs pouvant se synthétiser comme suit :

Développer l'attractivité avec notamment :

- › Une politique RH au service d'une politique 'employee centric' et d'une marque employeur forte
- › Une politique maîtrisée en vue de l'embauche et de la fidélisation des meilleurs talents

Le développement des talents avec notamment :

- › Une ambition de bien-être au travail
- › La formation des collaborateurs tout au long de leur carrière, en adéquation avec les besoins du Groupe
- › Des perspectives de carrière et de mobilité

La fidélisation des collaborateurs avec notamment :

- › Une politique de rémunération compétitive
- › Des schémas de rémunération promouvant la performance.

6.1 LE CAPITAL HUMAIN DU GROUPE EN QUELQUES CHIFFRES CLÉS

6.1.1. Evolution du périmètre du Groupe RSE

Le périmètre RSE de Prodware couvre 97% de l'effectif total du Groupe qui s'élève, au 31 décembre 2021 à 1 065 personnes.

Le périmètre RSE couvre tous les pays du groupe à l'exception du Maroc et de la Roumanie.

Il n'y a pas de changement de périmètre en 2021.

6.1.2. Effectifs moyen groupe RSE

L'effectif du groupe RSE à la clôture de l'exercice s'élève à 1 036 personnes, contre 1 026 l'an passé, soit une légère limitation de +1% par rapport à 2020.

Comme pour les années passées, Prodware retient l'effectif moyen comme « indice de référence » de sa DPEF.

Cet effectif moyen est calculé en tenant compte du temps de présence et du pourcentage de temps de travail des collaborateurs au cours de l'exercice. C'est donc un effectif 'équivalent temps plein' qui est retenu.

L'effectif moyen du Groupe sur le périmètre RSE s'élève au 31 décembre 2021 à 1 008 contre 1 052 personnes l'année dernière, en baisse de 4%.

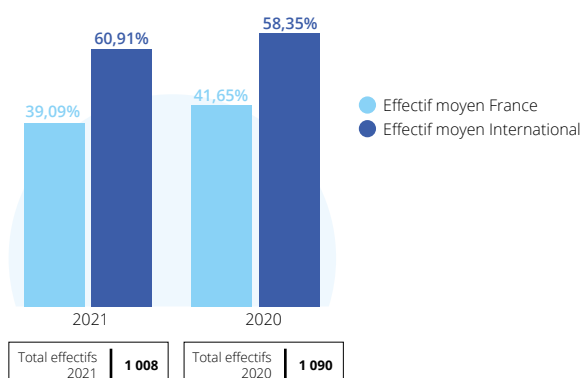
Il reflète un climat des affaires toujours marqué par la prudence liée à la pandémie, principalement au premier semestre 2021. La légère progression de l'effectif à la clôture 2021 indique le retournement de cette tendance.

L'international représente 61,0% des effectifs contre 58,3% l'année précédente.

Cette progression est portée par l'Espagne, la Tchéquie et la Géorgie alors que la France et le Benelux accusent des baisses d'effectifs sur la période.



Effectif moyen du Groupe

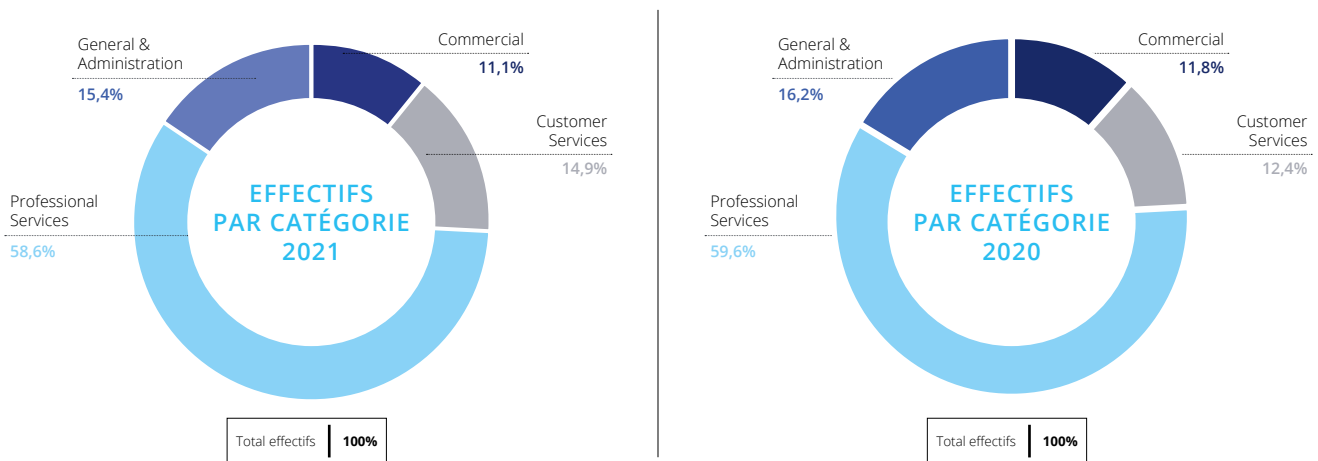


6.1.3. Autres indicateurs clés

Les femmes représentent 29,4% de l'effectif moyen 2021 contre 27,8% en 2020.

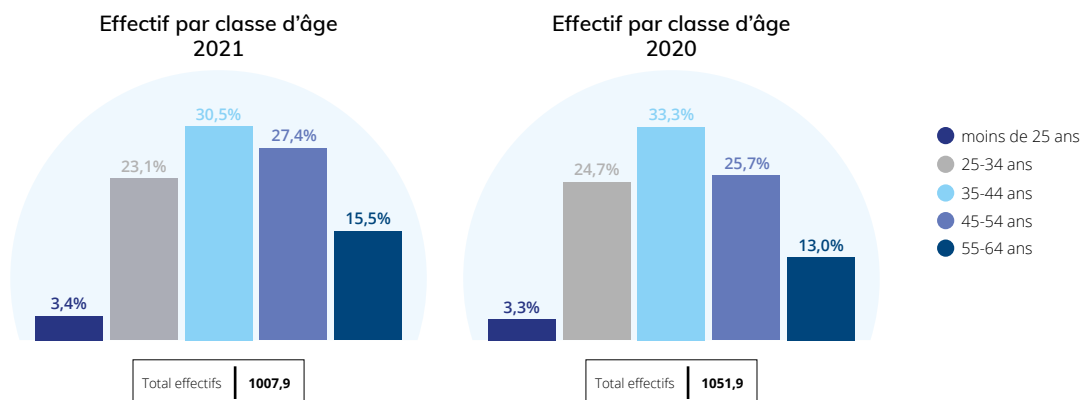
Le Groupe retrouve ainsi un pourcentage plus traditionnellement observé les années pré-crise sanitaire (29,9% en 2019 et 29,0% en 2018) sans toutefois parvenir à franchir le seuil de 30%.

La répartition de l'effectif par catégorie reste assez stable entre 2021 et 2020.



De même, la répartition par classe d'âge reste stable entre ces deux exercices avec cependant une progression de catégorie +55 ans qui représente dorénavant 15,5% des effectifs du Groupe contre 13,0% en 2020, témoignant d'une politique en faveur des séniors.

L'âge moyen dans le Groupe est de 42,3 ans.



6.2 L'ATTRACTIVITÉ DU GROUPE

6.2.1. La marque Employeur

Développer sa marque employeur est une ambition clairement affichée par Prodware dans sa stratégie 2021-2025 avec un credo « The Place to Be and to Work With ».

Aussi le Groupe s'attache au travers de divers leviers à communiquer sur ses différentes actions ainsi que ceux de ses collaborateurs.

En 2021, Prodware a ainsi publié près de 3 000 publications pour l'ensemble du groupe, tous réseaux confondus.

Par ailleurs, tout au long de l'année, de nombreux talents au sein du Groupe, se sont engagés partout en Europe dans de nombreux médias pour partager leur expérience et vision de leur métier lors d'articles de presse et tribunes. Plus de 60 articles sont ainsi parus pour la seule année 2021 dans presse française et internationale, contribuant ainsi à faire rayonner la marque Prodware.



6.2.2. Attirer les meilleurs talents

6.2.2.1. Processus de recrutement

Pour parvenir à attirer de nouveaux talents, le Groupe se fonde sur un process structuré qui respecte la valeur intangible de non-discrimination dans tous les domaines.

Les postes à pourvoir font l'objet d'une communication sur l'intranet afin de valoriser la mobilité interne. Ainsi, sur le périmètre France, 26 personnes ont bénéficié de mobilité durant l'année 2021.

Les canaux traditionnels d'embauches sont par ailleurs utilisés tels que les plateformes de recrutement spécialisées ou les réseaux sociaux professionnels où certaines offres d'emploi dans les domaines les plus recherchés sont mises en avant.

Le Groupe diffuse de même ses offres d'emploi via le site internet de chaque pays en promouvant notamment les valeurs de la société et les portraits de différents collaborateurs au parcours représentatif au sein du Groupe. Lesquels parcours sont de même relayés sur les réseaux sociaux.

Prodware promeut aussi une démarche de cooptation. En effet, la cooptation est non seulement un outil performant pour attirer les talents mais est aussi un outil de fidélisation dans la mesure où le cooptant et le cooptés se sentent encore plus investis dans l'entreprise.

A titre d'illustration, sur le seul périmètre France, 15 recrutements ont été opérés via ce biais, soit près de 19% des recrutements de l'année.

Au total, dans le Groupe c'est près de 9% des recrutements qui ont été réalisés du fait de la cooptation.

6.2.2.2. Recrutements totaux

Après une année 2020 en repli en termes de recrutements, le Groupe a repris sa dynamique en totalisant **272 embauches**, principalement en Espagne, en France et en Tchèque-Géorgie.

La France retrouve une place centrale en tant qu'employeur dans le Groupe en totalisant 29,0% des embauches contre 22,4% l'an passé. De fait, l'international totalise cette année 71,0% des embauches contre 77,6% l'an passé.



6.2.2.3. Autres indicateurs en matière de recrutement

Les embauches 2021 reflètent aussi la dynamique observée l'an dernier en faveur des recrutements les plus dédiés vers l'opérationnel. Les embauches se sont concentrées sur la **catégorie Professional Services (61,8%)** et **Customer Services (19,5%)**. La répartition entre catégories reste globalement stable par rapport à 2020.

L'année 2021 retrouve un pourcentage d'**embauches féminines de 28,3%** contre 25,9% en 2020, plus en ligne avec les pourcentages traditionnellement observés avant la crise sanitaire : 33,7% en 2019.

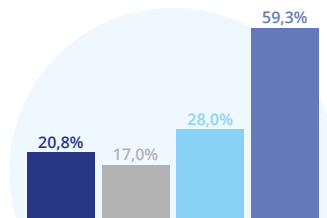
La dynamique des embauches féminines en 2021 dans la catégorie Professionnel Services doit être soulignée. Ces embauches totalisent 61,0% des recrutements féminins durant l'année et 28% des embauches de cette catégorie, soit en nette progression par rapport à 2020 dans une catégorie traditionnellement à forte majorité masculine. De fait, les proportions d'embauches de femmes dans les autres catégories marquent le pas.

Notons en outre que dans la catégorie 25-34 ans, la proportion des femmes embauchées est supérieure à 32%, reflétant une tendance à la féminisation de la profession.

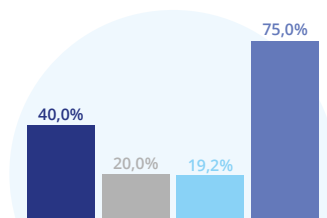
En termes d'**âge**, la population des 25- 44 ans représente la majorité des embauches (63,3% contre 66,4% en 2019) avec cependant une progression notable dans la catégorie des seniors (6,6% contre 4,3% en 2020). La proportion d'embauche des jeunes de moins de 25 ans reste stable.

L'**âge moyen des recrutements dans le Groupe est de 36,7 ans** et est assez homogène à travers les différents pays du Groupe, ce qui va dans le sens d'un rajeunissement des effectifs.

Embauches des femmes par catégorie 2021



Embauches des femmes par catégorie 2020



- Commercial
- Customer services
- Professional services
- General & administration



6.2.2.4. Parcours d'intégration

Une fois recrutés, les nouveaux collaborateurs font partie dans la plupart des pays d'un parcours dédié pour faciliter leur intégration dans l'entreprise. En France, une journée d'intégration est animée par le service RH et rassemble l'ensemble des nouveaux collaborateurs des derniers mois. Un parrain/marraine est nommé pour accompagner ces nouveaux venus pendant les premiers mois. En 2021, 5 sessions se sont tenues.

6.2.3. Développer les talents

6.2.3.1. Le bien-être au travail

a. Le télétravail

Compte tenu du contexte sanitaire, une charte a été signée en France permettant le télétravail pour tous les collaborateurs le souhaitant à raison de 2 jours par semaine (hors périodes de confinement).

Au sein des pays, les situations à cet égard sont assez diverses, notamment en fonction des restrictions sanitaires.

b. Les outils collaboratifs adaptés au monde d'aujourd'hui

La crise sanitaire a bouleversé les usages des outils collaboratifs qui sont devenus le quotidien des professionnels du Groupe, en télétravail ou non. Le Groupe a poursuivi les formations consacrées à l'outil Microsoft 365 au sein des collaborateurs (Yammer, One drive etc).

En dépit des efforts initiés, le nombre de mails échangés continue de s'accroître nécessitant une capacité de stockage accrue (cf. section environnement).

c. Management de proximité

Afin de développer l'esprit d'entreprise et le lien social, Prodware organise régulièrement différents événements en interne (petits déjeuners en agence, réunions de fin d'année) auxquels s'ajoute les réunions annuelles par division ou pour l'ensemble du Groupe.

Le 'kick off' annuel s'est tenu ainsi pour la première fois en début 2021 sous un format inédit en numérique, qui a rassemblé plus de 1 000 participants à travers tous les pays du Groupe.



Le Groupe renforce aussi la communication grâce à des newsletters et podcasts Groupe ainsi que des calls d'actualité mensuels, notamment pour maintenir le lien durant les périodes de confinement qui ont perduré en 2021.

d. Une enquête auprès de tous nos collaborateurs

Pour la troisième année consécutive, une enquête d'opinion a été lancée auprès de l'ensemble des collaborateurs du Groupe pour mesurer l'adéquation de leurs attentes avec la conduite du Groupe : les thèmes se concentrent sur la perception du collaborateur sur sa situation personnelle, ses relations avec son manager, le Groupe etc.

Le taux de participation de 63% est en nette progression par rapport à 2020 (54%) ainsi que l'indice de satisfaction (le Net Promoter Score), reflétant les actions menées pour être à l'écoute des attentes des collaborateurs.

e. L'équilibre vie professionnelle/vie personnelle

Les temps partiels continuent d'être plébiscités ; ils représentent 9,72% contre 8,56% de l'effectif en 2020.

Cette variation résulte de la progression d'hommes en temps partiel (36,7% des temps partiels contre 30,0% l'an passé).

6.2.3.2. La formation et le de partage de connaissances

Au titre de 2021, ce sont 23 245 heures de formations qui ont été dispensées par le Groupe, représentant un nombre moyen de 23,06 heures par collaborateur, plus en adéquation avec les métriques pré-crise sanitaire au sein du Groupe.

Groupe RSE - Formation	2021	2020	2021 (publié)	2020 (publié)
Total heures de formation	23 245	17 606	25 363	27 565
Effectif moyen	1 008	1 052	1 114	1 128
Nombre d'heures par collaborateur	23,06	16,74	22,76	24,44

Le Groupe a par ailleurs poursuivi le déploiement initié fin 2020 de la plateforme 'JUNO' de formation et de partage de connaissances.

Cette plateforme fournit automatiquement un catalogue de formations, adapté à chaque collaborateur (cours en ligne ou externes, podcasts etc.) et accompagne les collaborateurs dans leur parcours de développement : techniques, soft skills... en lien avec les besoins de la société et des collaborateurs.

Elle e a été déployée en 2021 dans 2 pays et doit être étendue en 2022 sur l'ensemble des pays.

6.2.3.3. Le suivi des talents

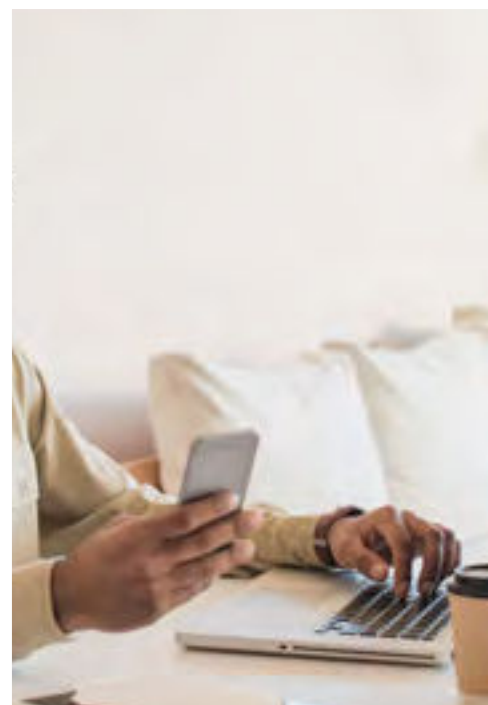
Le suivi de carrière des collaborateurs fait l'objet d'un process structuré au niveau du Groupe.

Un entretien annuel est au minimum formalisé avec chaque collaborateur.

En 2021, en France 85% des entretiens ont été réalisés permettant d'identifier pour chaque collaborateur les réalisations de l'année, les zones d'amélioration, les formations souhaitées ou nécessaires etc.

Des 'Performance Reviews' sont organisés entre les Ressources Humaines et les managers de division permettant de mettre en place, division par division, un plan d'amélioration de la performance pour les collaborateurs aux réalisations insuffisantes, un mécanisme de rétention pour les 'top performers', un plan de recrutement pour cette division le cas échéant etc.

Dans l'intervalle, le Groupe s'efforce de renforcer le suivi individuel par le management de proximité durant l'année. Ce management par des 'Team Leaders' permet d'assister le personnel dans le cadre de missions ou de problématiques diverses.



6.3 FIDÉLISATION DES SALARIÉS

6.3.1. Ancienneté moyenne

L'ancienneté moyenne ressort à 7,63 ans pour les hommes et 7,77 ans pour les femmes, en très légère baisse par rapport à 2020 (7,94 ans et 8,16 ans respectivement).

Quasiment tous les pays enregistrent une légère baisse de l'ancienneté, du fait d'un turnover plus élevé après l'année 2020 marquée par un certain immobilisme dû à la crise.

Les tendances traditionnelles au sein du Groupe restent inchangées avec une ancienneté moyenne la plus élevée au sein du Groupe pour la France (10,9 ans) suivie de l'Allemagne (7,2 ans) et de la Belgique (6,7 ans).

6.3.2. Absentéisme

L'absentéisme au sein du Groupe est resté très homogène par rapport à 2020. Notamment les absences pour maladie, malgré la persistance du covid, n'ont pas augmenté, probablement du fait des mesures de distanciation et de télétravail.

Absentéisme	2021	2020	2019
Total jours d'absence (jours ouvrés)	9537	9 213	10 897,00
Taux d'absentéisme	4,20%	4,3%	5,10%
dont absences pour maladie	3,00%	2,9%	3,7%
dont absences pour accident du travail	0,1%	0,1%	2,9%
dont congés parentaux	0,1%	0,3%	0,30%

6.3.3. Turnover

Le turnover de l'exercice ressort à **26,4%** contre 19,03% en 2020 et 23,9% en 2019, soit un taux plus en ligne avec la situation pré crise sanitaire.

Les catégories Professional services et Commercial services enregistrent des fortes progressions dans un marché en tension au sein de ces populations.

Hormis la catégorie moins de 25 ans, toutes les catégories ont vu leur turnover augmenter, avec une progression de plus de 10% pour les tranches d'âge 25-44 ans.

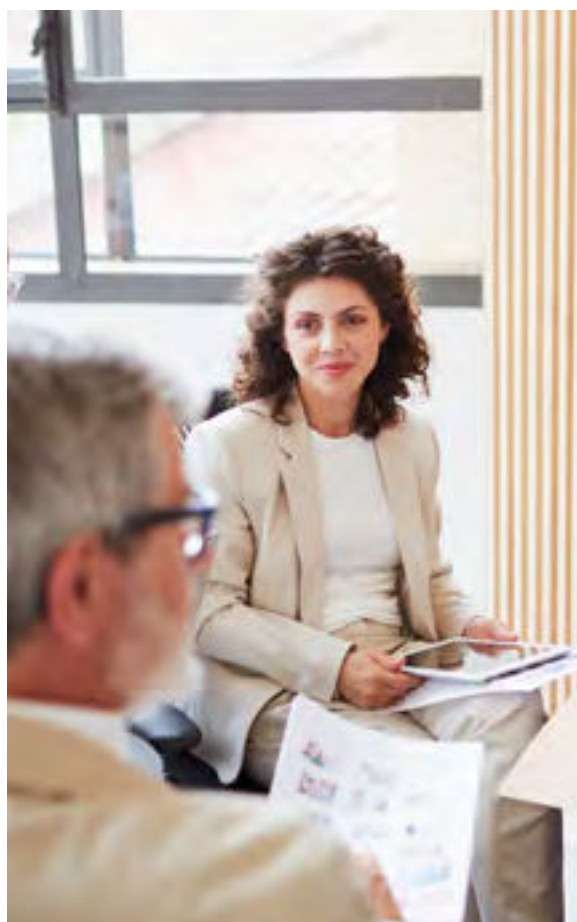
Le turnover est quasi stable en France mais enregistre un bond significatif à l'international.

6.3.4. Rémunération Hommes/ Femmes

Les ratios de rémunérations entre les femmes et les hommes sont analysés en rapportant le salaire moyen des femmes par rapport à la moyenne des salaires de leurs collègues masculins.

Le ratio ressort en 2021 au niveau du Groupe à **0,77** en légère progression par rapport à 2020 (0.74).

Ce pourcentage reste quasi équivalent dans tous les pays par rapport à 2020 ; hormis au UK et au Luxembourg liés à une variation ponctuelle de personnel féminin au sein d'effectifs réduits.



7 | L'activité du groupe ancrée dans le respect de l'environnement

Prodware exerce une activité tertiaire dont l'impact sur l'environnement, bien que non nul, est relativement faible.

Pour autant, le Groupe cherche dans une démarche d'amélioration à intégrer les problématiques environnementales dans sa gestion au quotidien.

Le périmètre du Groupe RSE dispose uniquement de bureaux en zone urbanisée dont il n'est pas propriétaire et n'est donc pas concernée ni par la thématique « utilisation durable des sols », ni par celle relative à la biodiversité. L'eau est utilisée pour l'usage sanitaire uniquement et sa consommation, intégrée dans les charges locatives, bien que non mesurable, est non significative.

Par ailleurs, le périmètre RSE n'est pas concerné par la problématique de lutte contre le gaspillage alimentaire car ne disposant pas de restaurant d'entreprise. Le groupe ne génère aucune nuisance sonore.



7.1. BILAN CARBONE

Le Groupe a réalisé en 2021 son bilan de gaz à effet de serre sur les périmètres suivants :

- › Pays concernés : Allemagne, Angleterre, Espagne, France, Pays Bas, République Tchèque et Georgie ;
- › Scopes : il couvre pour la première année le scope 3

Au terme de ce premier bilan, il ressort ainsi que :

- › L'intensité carbone par collaborateur pour les scopes 1 et 2 est de 1.3 TequCO₂.

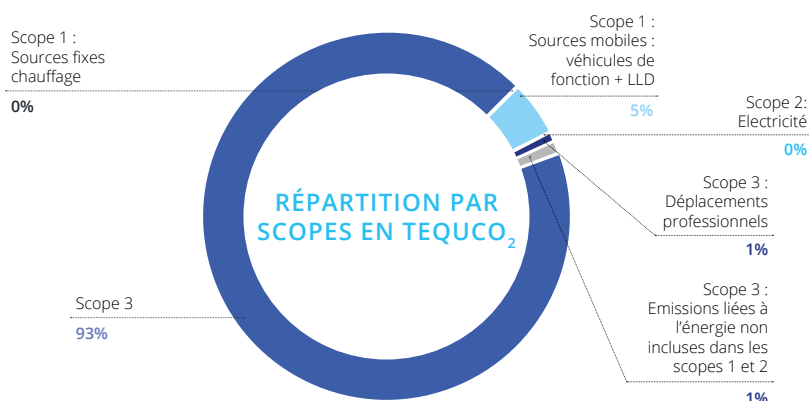
Il est principalement impacté par les déplacements de véhicules en France, Pays Bas et Allemagne ;

- › Le scope 3, qui représente 93% des émissions CO₂ du Groupe, est significativement impacté auprès de fournisseurs tels que Microsoft ou Sage. L'intensité CO₂ de ces achats sera affinée lors des prochains bilans étant précisé que ces fournisseurs s'inscrivent dans une démarche de neutralité carbone à plus ou moins court terme ;

Ceci n'exclut pas une démarche de sélection du Groupe de certains de ses fournisseurs selon leur responsabilité environnementale.



Pour les années qui viennent, le Groupe Prodware souhaite s'inscrire dans une trajectoire de réduction de CO₂ par collaborateur pour les scopes 1 et 2 de 3% par an.





7.2. OUTILS COLLABORATIFS

Comme indiqué ci-dessus, le Groupe a accentué l'usage et la formation des outils collaboratifs et enregistré une progression remarquable depuis le début la crise sanitaire.

Les effets bénéfiques des outils collaboratifs sur les déplacements ne sont pas à démontrer. Néanmoins, leur impact environnemental (CO₂) n'est pas neutre.

Ainsi dès 2021, le Groupe a initié une démarche volontaire et novatrice d'information - pour chaque collaborateur - de l'impact CO₂ résultant de l'utilisation de ses outils collaboratifs Microsoft.

Avec une comparaison, à titre d'exemple, d'un déplacement avion sur une longue distance.

Cet équivalent CO₂ est calculé selon la taille de la boîte mail de ce dernier, de l'utilisation de visio-conférence etc. avec des recommandations associées.

A compter de 2022, un message sera adressé tous les semestres, avec un comparatif précédent pour aider le collaborateur à prendre conscience de ses actions correctives.

L'outil de signature électronique DocuSign est de plus en plus usité par les collaborateurs du Groupe. Sur la même période que l'an passé, une progression de 42% des 'enveloppes signées' a été enregistrée.

7.3. ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Prodware est soumis aux exigences de la directive sur les Déchets des Equipements Electriques et Electroniques et leur recyclage (DEEE).

Les sociétés du Groupe ont mis en place une politique de reclassement du matériel informatique. Après quelques années d'utilisation et s'il est encore viable, le matériel professionnel est systématiquement proposé aux salariés pour un montant symbolique. De même, dans les phases de renouvellement des téléphones portables, les anciens téléphones sont systématiquement proposés aux collaborateurs pour un prix modique.

7.4. DÉCHETS DE BUREAUX

Comme toutes les sociétés de services, les déchets de bureaux (papiers) sont les autres sources de déchets générés par le Groupe.

Afin de contrôler et limiter les impressions papiers, Prodware SA a installé dès 2019 un parc de copieurs permettant l'impression de documents uniquement à partir d'un badge et après validation du collaborateur près du copieur, ceci afin à supprimer les impressions répétitives à distance.

Ces copieurs devraient être étendus dans les autres pays du Groupe.

Prodware France a de même mis en place des poubelles à tri dans certaines agences.

Aussi, dans une démarche plus large que l'usage strictement professionnel, un coffre-fort électronique a été offert à tous les collaborateurs en France afin de les inciter à réduire leurs impressions papier de tout ordre.

7.5. DES OBJECTIFS EN FAVEUR DE L'ENVIRONNEMENT

REDUIRE NOTRE EMPREINTE CO ₂	Axes d'améliorations	Objectifs
S'inscrire dans une trajectoire de réduction l'intensité en TequCO ₂ par collaborateur	<ul style="list-style-type: none"> › Politique mobilité Groupe › Achats locations de véhicules électriques ou hybrides dans le Groupe › Fournisseurs 'responsables' 	<ul style="list-style-type: none"> › Réduction de 3% par an du TequCO₂ par collaborateur
OBJECTIFS CAPITAL HUMAIN	Axes d'améliorations	Objectifs
S'inscrire dans une démarche d'égalité	<ul style="list-style-type: none"> › Ecart de rémunération de salaires Hommes /Femmes (périmètre RSE) › Proportion de femmes dans les recrutements Groupe 	<ul style="list-style-type: none"> › Réduction de l'écart de 1 point par an › Augmentation de 1 point par an
OUTILS COLLABORATIFS	Axes d'améliorations	Objectifs
Développement des outils collaboratifs et optimisation de la gestion de la donnée	<ul style="list-style-type: none"> › Effet bénéfique des outils collaboratifs sur les déplacements mais augmentation significative du nombre de mails/collaborateur nécessitant une capacité de stockage accrue avec un impact environnemental (CO₂) non neutre 	<ul style="list-style-type: none"> › Mise en œuvre en 2021 d'une campagne de sensibilisation dans tous les pays du Groupe pour limiter l'envoi de mails en favorisant l'intranet /messaging instantanées ainsi que sur une politique archivage/ nettoyage des boites mails › Un suivi de consommation de chaque collaborateur sera adressé semestriellement
ACHATS SI RESPONSABLES	Axes d'améliorations	Objectifs
Achats raisonnés	<ul style="list-style-type: none"> › Politique d'achats d'ordinateurs moins énergivores malgré une demande d'ordinateurs plus performants › Achats d'ordinateurs reconditionnés › Cessions d'ordinateurs après 4 ans aux collaborateurs 	<ul style="list-style-type: none"> › Sur 2022 & 2023 à périmètre constant, achat d'ordinateurs générant une réduction d'au moins 10% kg/CO₂ (par rapport à 2021) › (sur populations ciblées dans un premier temps)
GESTES ECO CITOYENS	Axes d'améliorations	Objectifs
Tri poubelles	<ul style="list-style-type: none"> › Dans toutes les agences en France et dans le Groupe 	<ul style="list-style-type: none"> › 2023 au plus tard

8 | Prodware - un acteur engagé dans la société

8.1. L'ESCALATOR AU SERVICE DES JEUNES ENTREPRENEURS

Prodware s'est donc logiquement associé à l'incubateur lancé par Maurice Lévy, Président du Comité de Surveillance de Publicis Groupe, aux côtés de plusieurs entreprises telles que LVMH, TotalEnergies, Microsoft, Orange, Huawei.

L'Escalator a pour ambition de favoriser l'ascenseur social et l'aide aux jeunes qui veulent lancer leur start up. Il s'adresse ainsi à des jeunes n'ayant pas les moyens ou les réseaux pour initier ou réaliser leurs projets dans un univers qui est celui du numérique.



L'Escalator fournit :

- › un hébergement dans nos locaux
- › la mise à disposition d'équipements informatiques & audiovisuels
- › des formations adaptées
- › l'accès au réseau de partenaires, experts et mentors qui soutiennent L'Escalator.

Après un an d'existence, de nombreux projets se sont largement concrétisés, des solutions plus matures et plus fiables pour la majorité des startups, des premiers contrats commerciaux signés pour certains, des marques d'intérêts de soutiens capitalistiques pour d'autres...

Une seconde campagne a démarré début 2022 à laquelle participe bien sûr Prodware, en totale adéquation avec l'ADN du Groupe en faveur de l'initiative et de l'innovation.

8.2. AUTRES ASPECTS SOCIÉTAUX

8.2.1. Développer et promouvoir des pratiques éthiques des affaires

Dans le cadre de la réglementation Loi Sapin 2, Prodware a adopté le Code de Conduite anti-corruption Middledenext qui se réfère à la Convention des Nations Unies contre la corruption.

Ce code de conduite anticorruption définit les principes et règles fondamentaux en matière de corruption et de trafic d'influence concernant les sujets suivants :

- › Règles spécifiques aux agents publics,
- › Cadeaux et invitations,
- › Dons à des organisations caritatives ou politiques,
- › Mécénat, sponsoring,
- › Paiements de facilitation,

- › Surveillance des tiers,
- › Conflits d'intérêts,
- › Enregistrements comptables et contrôles internes.

Le Groupe s'attache à lutter contre toutes les formes de corruption.







8.2.2. Règlement général sur la protection des données (RGPD)

Prodware a à cœur la protection de la vie privée de ses collaborateurs et de ses partenaires et s'engage dans la démarche de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données.

8.2.3. Autres enjeux

- › Respect des droits de l'Homme : l'adhésion du Groupe au Pacte Mondial de l'ONU renouvelé chaque année traduit son engagement en faveur des Droits de l'Homme et des conventions de l'Organisation Internationale du Travail ;
- › La lutte contre l'évasion fiscale : le groupe souhaite que sa politique fiscale s'inscrive pleinement dans sa stratégie de responsabilité d'entreprise ;
- › Engagements sociétaux en faveur du Développement Durable :

Catégorie	% de chaque catégorie dans l'effectif
Lutte contre le gaspillage alimentaire	Non applicable
Lutte contre la précarité alimentaire	Non applicable
Respect du bien-être animal	Non applicable
Alimentation, responsable, équitable et durable	Non applicable
Mesures prises en faveur des personnes handicapées	Le groupe applique la réglementation en faveur des personnes en situation de handicap
Le sport et la culture	Enjeu non stratégique pour le Groupe

prodware[®]