

DOSSIER DE CANDIDATURE AUX TROPHEES DE L'ECONOMIE RESPONSABLE

I – PRESENTATION DE L'ENTREPRISE :

Raison sociale : CGI (CGL) – Groupe Société Générale

Statut : Société Anonyme

Date de création de l'entreprise : 1951

Activité : Financement automobile, bateau, regroupement de crédits et recouvrement.

Territoires d'action : France et Europe

Filiales dédiées au Crédit :

- Prioris : filiale développée avec le groupe PGA MOTORS,
- SGB Finance : joint venture développée avec le groupe BENETEAU,
- Sefia : filiale développée avec le groupe EMIL FREY,

Effectif : 800 salariés

Adresse : 69 Avenue de Flandre 59708 Marcq-en-Barœul

Téléphone : 03 20 65 60 23

Site Internet : <http://www.credit-cgi.fr/>

Contacts :

Loïc PINCHART, Responsable Innovation-Communication Interne-RSE, loic.pinchart@credit-cgi.fr
03 59 53 00 73

Marc VALSEMEY, Secrétaire Général, marc.valsemey@credit-cgi.fr, 03 20 45 66 60

Bilan Carbone : non

Bilan Gaz à Effet de Serre* : oui

*Obligatoire pour les entreprises > 500 salariés

Rapport RSE : oui 2014 **En ligne** : non

Prix et nominations :

- 1^{er} prix Innovation Société Générale, catégorie transition digitale (2015)
- Grand prix Société Générale de l'efficacité environnementale, catégorie transport (2014)
- Trophée d'argent Société Générale, catégorie Innovation participative (2012)
- 1^{er} prix challenge IBFS (SG), catégorie RSE santé au travail (2012)
- Finaliste aux championnats de France de l'Innovation (2011)

Certifications : aucunes

Evaluation :

CGI a été audité par l'AFNOR en 2011 dans le cadre de l'évaluation ISO 26000 et a atteint le niveau Progression avec 476 points.

Contexte et activité

1) Quelle est l'activité de l'entreprise et dans quel contexte la démarche RSE s'inscrit-elle (contexte légal, pratiques habituelles du secteur, du territoire, ...) ?

CGI est un établissement financier, filiale du groupe Société Générale.

CGI intervient principalement dans trois domaines : le crédit auto, le crédit bateau et le rachat de crédits. **CGI travaille depuis l'origine, quasi uniquement avec des apporteurs d'affaires.**

Ces derniers sont en contact direct avec le client final pour la négociation du crédit (en BtoBtoC).

Les apporteurs d'affaires sont de deux natures :

- **Les marques partenaires** comme Volvo, KIA, Bénéteau etc. proposant principalement des crédits CGI,
- **Les autres marques** (Renault, Peugeot etc..) possédant leur propre établissement financier mais travaillant avec CGI pour certains dossiers de crédits.

Le client final, est ensuite géré directement par CGI, jusqu'à la fin du contrat.

Indépendamment de la volonté depuis l'origine des dirigeants, une série de facteurs (exigences croissantes des régulateurs nationaux et internationaux, ex : Bâle III, les questionnements multiples des sociétés de cotation extra financière, les attentes de l'opinion publique, etc.) invite les organismes financiers à prendre leur responsabilité du triple point de vue économique, social et environnemental.

Pour cela, CGI assume pleinement sa politique RSE à l'égard de toutes ses parties prenantes dont il s'efforce de concilier au mieux les intérêts. CGI s'appuie notamment sur la politique et les recommandations du Groupe Société Générale qui souhaite se positionner comme un acteur de référence en termes de RSE.

2) Quelles sont les raisons pour lesquelles l'entreprise a initié cette démarche ?

Depuis 1951, la notion de valeur humaine et de développement est liée à l'histoire de CGI. En effet, l'entreprise accorde depuis sa création une grande importance à la formation et au développement de ses salariés.

Par exemple, dans les années 70-80, CGI offrait à ses salariés les plus innovants un voyage d'étude chez des constructeurs automobiles (Toyota au Japon ou encore BMW en Allemagne). En 1979, le directeur fait rédiger un texte très complet sur l'éthique au CGI, ce qui est novateur pour l'époque. Il décide de redistribuer les bénéfices réalisés en agences au sein même de ces agences de façon équitable entre les salariés quel que soit leur niveau hiérarchique.

CGI initie ensuite son premier plan de réduction carbone en 2007.

En novembre 2011, pour illustrer ses 60 années d'engagement, **CGI devient le premier établissement financier français à être audité dans le cadre de l'évaluation ISO 26000 et à obtenir le niveau progression.**

Enjeux et objectifs de la démarche RSE

Les enjeux de la démarche RSE sont identiques aux enjeux de la stratégie commerciale de CGI : assurer la durabilité de l'entreprise en ayant une action positive sur ses clients, sur ses salariés et sur la société.

Les objectifs sont au nombre de trois :

- 1) Simplification de la vie des clients,
- 2) Bien être des salariés au travail,
- 3) Prévention des risques de surendettement.

▪ Responsabilité du fait de la spécificité de l'activité du CGI

CGI, en tant qu'établissement financier, accorde une attention toute particulière à son impact positif sur l'économie réelle, notamment aux avancées de ses partenaires dans la conception de véhicules produisant peu ou pas d'émissions polluantes.

CGI a une démarche éthique forte. Que ce soit au niveau de la protection de ses clients (prévention du surendettement, gestion rigoureuse des réclamations, informations des consommateurs etc.) ou de la lutte anti blanchiment, CGI a mis en place une série de dispositifs qui vont bien au-delà de ce qui est réclamé par les instances (Etat, Autorité de Contrôle Prudentiel, etc.).

▪ Responsabilité en raison de l'influence des activités de CGI

Les établissements financiers ont un impact structurant sur l'organisation et le fonctionnement de la totalité du système productif. Les aspects réglementaires restent omniprésents dans les enjeux de RSE de l'entreprise.

Mission et valeurs

1) Quelles sont votre mission et vos valeurs ?

Le projet d'entreprise « Créons 2020 » initié en 2014 a redéfini de façon très précise la mission de CGI : **« simplifier la vie du client final en lui proposant des financements et des services innovants ».**

Pour redéfinir sa mission, l'entreprise est partie de ses racines et de ses valeurs et de l'étude des transformations qui ont jalonné son existence. Alors que jusqu'à présent la relation directe avec le client final se limitait à la gestion des dossiers, la question s'est alors posée d'explorer de nouvelles voies.

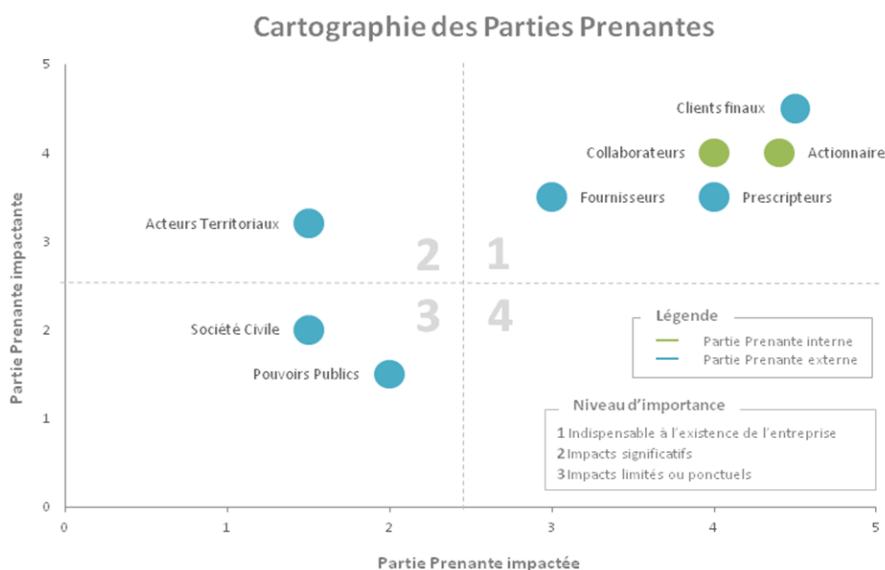
Un projet d'entreprise novateur et structurant est né et vise principalement à ajouter deux dimensions supplémentaires chez CGI : **le client final et le digital.**

Le projet « Créons 2020 » s’articule ainsi autour de quatre valeurs :

- **LA CRÉATIVITÉ** capacité d’adaptation de tous, flexibilité d’esprit qui permet d’innover et de s’améliorer.
- **L’EXPERTISE** savoir-faire, meilleure qualité de service, proximité et fidélité envers les clients et les apporteurs.
- **LA SOLIDARITÉ** travailler les uns avec les autres, esprit d’équipe.
- **L’ENGAGEMENT** envie de gagner ensemble.

Parties prenantes

- **Collaborateur** : Salariés, Instances Représentatives du Personnel, Syndicats
- **Actionnaires** : CGI est détenu à 99,88 % par le Groupe Société Générale.
- **Fournisseurs** : Il existe deux catégories de fournisseurs, les fournisseurs de matière première (ex : distributeurs de papier, de fournitures, etc.) et les fournisseurs de services qui sont principalement les assurances associées aux financements de CGI.
- **Clients : les prescripteurs** concessionnaires auto (toutes marques) ou les marques partenaires (Volvo, Kia, Hyundai, Porsche...) et enfin les courtiers pour le regroupement de crédits.
- **Acteurs Territoriaux** : CCI, Pôle emploi, collectivités territoriales, riverains, établissements d’enseignement : notamment la commune de Marcq-en-Barœul et ses riverains.
- **Société Civile** Médias, ONG, associations, fondations.
- **Pouvoirs Publics** Services de l’Etat, Union Européenne, autorités de régulations et de contrôles.
- **Environnement** : la planète.
- **Consommateurs** : client final.



II – LES DOMAINES D'ENGAGEMENTS DANS LA RSE

1) Gouvernance : Manager son organisation avec transparence

1) Comment votre entreprise intègre la RSE dans sa stratégie ?

La RSE est portée par la direction générale et déclinée au sein de l'entreprise par le responsable RSE, communication interne & Innovation. Un coordinateur « Créons 2020 » a également été nommé pour animer le projet d'entreprise et le faire vivre au quotidien.

CGI s'appuie sur la politique et les recommandations du Groupe Société Générale, pour qui la RSE constitue un réel avantage compétitif et sur laquelle il souhaite se positionner comme un acteur de référence.

Dans un esprit d'amélioration continue, CGI a entamé avec un processus d'évaluation de sa Responsabilité Sociétale et Environnementale. Ainsi en 2011, CGI a obtenu le niveau « progression » suite à son évaluation ISO 26000 et est devenu le premier établissement financier français à entrer dans cette démarche aboutie. Une évaluation de suivi a ensuite été réalisée en 2013 qui a confirmé le niveau d'engagement de CGI. Une réévaluation aura lieu en 2015 avec pour objectif d'atteindre le niveau « confirmé ».

2) Comment votre entreprise implique-t-elle les collaborateurs ou d'autres parties prenantes lors de décisions stratégiques de l'entreprise ?

1- Les Innov'Acteurs : Groupe de **12 collaborateurs volontaires**, issus du siège et des agences qui participent activement à la démarche RSE.

Véritables relais opérationnels dans les différents services et agences, ils ont une double mission : déployer l'innovation participative et la RSE dans leur direction.

→ Résultat 2014

- Challenges internes : plus de **50 innovations proposées**
- Challenge **innovation** du groupe Société Générale : **28** propositions et un grand prix remporté (transition digitale).

2- A travers le projet d'entreprise Créons 2020

- Enquête auprès de l'ensemble des salariés pour mesurer leur niveau d'engagement dans l'entreprise, leur confiance dans l'avenir et leur envie de changement.
- Journée de présentation le 2 octobre 2014 à l'ensemble des salariés.
- Challenge « quick win¹ » : « qu'est-ce que je peux faire pour améliorer et simplifier la vie de mes collègues à court terme ? ».

→ Résultats : Plus de 100 propositions ont ainsi émergés de tous les niveaux hiérarchiques et les propositions sélectionnées ont été immédiatement mises en place.

- Travail en équipe avec les directeurs de département sur la déclinaison des 4 défis identifiés dans le cadre du projet Créons 2020. Les idées des collaborateurs seront mises en application progressivement jusqu'en 2020 et l'état d'avancement des projets sera mesuré avec des indicateurs affichés en permanence dans l'Intranet.

3- Fin 2014, les salariés CGI ont également été sollicités pour choisir la nouvelle adresse mail de CGI.

3) Mesurez-vous les performances RSE de votre entreprise en fonction de vos objectifs ? Et comment ?

Les performances RSE de CGI sont suivies dans un tableau de bord d'indicateurs riches et fourni, répondant notamment aux exigences de la nouvelle loi Grenelle Environnement II (voir annexes). Ils sont sélectionnés de façon à être comparables en interne dans le groupe et en externe. Ils permettront notamment au CGI de piloter sa démarche RSE. CGI participe à la politique RSE de la Société Générale en réalisant un reporting dédié à la RSE grâce à l'outil « Planethic », outil de reporting RSE commun à tout le groupe Société Générale.

¹Jeu qui permet de trouver des solutions rapides et efficaces dans l'entreprise
CANDIDATURE AUX TROPHEES DE L'ECONOMIE RESPONSABLE 2015
CGI - 16/04/2015

4) Quels outils utilisez-vous pour communiquer en interne et en externe ? Comment sensibilisez-vous vos parties prenantes au développement durable ?

La communication interne :

- Intranet : les vues uniques dépassent les 400 par mois sur les articles les plus lus soit 50 % des collaborateurs)
- La bourse aux emplois consultée plus de 2 500 fois par mois
- Sessions E-learning
- Messages multicanaux
- « Innov'Acteurs »
- Actions de sensibilisation auprès des collaborateurs (semaine DD, gestion et la valorisation des déchets, les éco gestes, la mobilité durable, handicap, diversité).

La communication externe :

- Page dédiée à la RSE sur le site Internet
- Rapport RSE 2014

5) Avez-vous une démarche volontaire de partage de la valeur ? Intégrez-vous des critères RSE dans les systèmes de rémunération ?

La direction partage sa vision et les résultats de l'entreprise, chaque trimestre, par une intervention auprès des collaborateurs et en vidéo pour les plus éloignés. Les collaborateurs sont ainsi informés sur l'évolution de l'entreprise, ses enjeux clés et sa démarche RSE.

Les résultats au sens financier du terme sont partagés entre les salariés via le système de participation et d'intéressement. En 2014, plus de deux millions d'euros ont ainsi été redistribués entre les salariés. L'entreprise abonde en plus 50% du montant placé sur **le PEG et/ou le PERCO**². Lorsque le groupe Société Générale propose aux salariés CGI, dans le cadre d'un plan d'actionnariat salarié d'acheter à un tarif préférentiel des actions Société Générale, l'opération est largement suivie. Plus de 8% du capital du Groupe Société Générale est ainsi détenu par les salariés.

2) Droits de l'Homme : Respecter les droits essentiels de la personne

² PEG : Plan d'Epargne Groupe, PERCO : Plan d'Epargne pour la Retraite Collectif

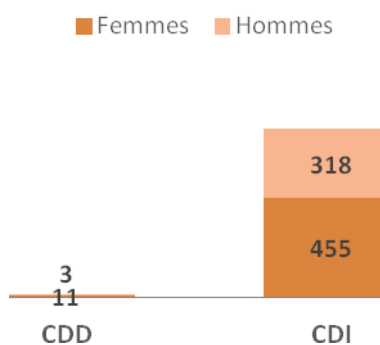
1) Comment votre entreprise favorise-t-elle la Diversité, l'égalité des chances ? (lutte contre les discriminations, égalité homme/femme, personnes en situation de handicap, senior, insertion...)

CGI œuvre en faveur de l'égalité hommes-femmes. Conformément à la loi, un accord d'entreprise relatif à l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes a été signé. Il reprend le principe d'égalité professionnelle, et en particulier l'objectif d'absence de tout écart de rémunération à qualification et responsabilité équivalente, et fixe des objectifs à atteindre.

- ➔ La parité est respectée avec 59 % de femmes dans l'effectif total et 41 % d'hommes en 2014.
- ➔ Les femmes occupent 44 % des postes de cadres dans l'entreprise contre 56 % d'hommes.

○ **Répartition Homme-Femme**

Répartition de l'effectif total par type de contrat et par sexe en 2014



- ⇒ Bilan social obligatoire pour les entreprises > 300 salariés
- ⇒ Accord ou plan d'action égalité Hommes/ Femmes obligatoire pour les entreprises > 50 salariés

○ **Emploi de personnes en situation de handicap**

Depuis plusieurs années, CGI agit en faveur de l'insertion professionnelle des travailleurs handicapés (recrutement, reconnaissance en interne etc.).

Des actions spécifiques ont été mises en place pour le recrutement de travailleurs handicapés

- forums spécialisés,
- utilisation de la sous-traitance en milieu protégé (Elise, Califlor etc.)
- adaptation des postes de travail et des infrastructures pour accueillir les travailleurs en situation de handicap.

➔ CGI compte aujourd'hui près de 20 collaborateurs en situation de handicap dans ses équipes en 2014.

→ Le **taux d'emploi de travailleurs handicapés** au siège et dans les agences de plus de 20 salariés en 2014 est de **4,43 %**.

CGI mise sur la sensibilisation des collaborateurs aux situations de Handicap pour briser les aprioris et informer l'ensemble des collaborateurs sur ce sujet :

- Un e-Learning a été créé afin d'informer l'ensemble des collaborateurs sur les situations de handicap en milieu professionnel. Il se valide avec un quizz final qui favorise son appropriation : « Êtes-vous handicapé ? ».
- Lors de la semaine du handicap 2014, CGI a organisé un atelier interactif permettant de sensibiliser les collaborateurs. Un jeu concours a permis de faire gagner des massages réalisés par un non voyant à des collaborateurs. Cette action a aussi permis d'orienter la communication autour du bien-être.

CGI participe à de nombreux forums d'emploi en région et est en relation direct avec Cap Emploi qui vise à favoriser l'embauche des personnes en situation de handicap.

CGI est membre du Comité de pilotage « diversité » du Groupe Société Générale, du «club des référents» de l'AGEFIPH et du Club ÊTRE³,

→ Ces partenariats permettent notamment de partager les bonnes pratiques internes et d'effectuer un Benchmark national sur les bonnes pratiques favorisant l'accueil des personnes en situation de handicap.

	2012	2013	2014
Taux d'emploi des personnes Reconnus en Qualité de Travailleurs Handicapés (RQTH), y compris intérim et ateliers protégés	3,18	4,54	4,43

Taux légal pour entreprises > 20 salariés : 6% de l'effectif total

Le périmètre concerne le siège et les agences de plus de 20 salariés.

○ **Emploi des jeunes et des seniors**

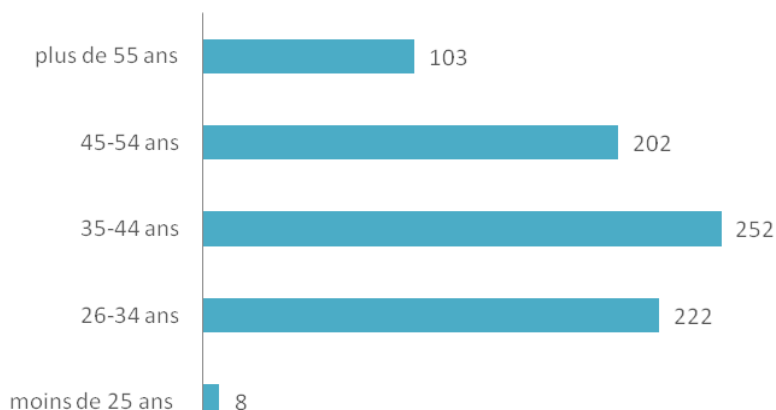
- En 2013, conformément à la loi, un accord intergénérationnel a été signé. Il vise à promouvoir l'insertion professionnelle des jeunes tout en prenant en compte le maintien de l'emploi des seniors.

Pour cela, CGI recrute des jeunes via les contrats de travail en alternance permettant une intégration efficace des jeunes ou en faisant appel à des étudiants en stages.

³ Fondé en 1992 autour de la revue ÊTRE *Handicap Information* avec IBM, Rhône-Poulenc et EDF, le Club Être rassemble aujourd'hui plus de 230 entreprises soucieuses de développer l'information sur leurs actions, en interne comme en externe, sur leurs réussites et leurs difficultés en matière de Handicap.

- Des formations de préparation à la retraite sont proposées pour les salariés partant potentiellement dans les deux ans. CGI a mis en place un dispositif d'information et d'accompagnement mais aussi des dispositifs d'amélioration des conditions de travail et de prévention de la pénibilité.

Répartition de l'effectif par tranche d'âge en 2014



3) Relations/conditions de travail : Valoriser l'Homme.

1) Comment est organisé l'accueil et l'intégration d'un nouveau collaborateur (y compris stagiaires, intérimaires, apprentis...) ?

Un livret d'accueil présentant le Groupe Société Générale, CGI (dates importantes, chiffres clés, activités et organigramme) et l'environnement de travail de CGI (contact clés, informations pratiques, RSE, etc.) est systématiquement remis aux nouveaux arrivants.

Pour faciliter l'intégration des nouveaux salariés, CGI organise des « **Welcome Days** ». Il s'agit d'une formation de deux jours avec visite des locaux. Ce processus d'accueil permet aux nouveaux collaborateurs de mieux connaître CGI en découvrant son histoire, ses valeurs mais également sa stratégie et ses métiers.

2) Comment assurez-vous le développement professionnel de vos collaborateurs ?

- Formation

Chaque année, un Plan de Formation est défini et appliqué pour mettre en œuvre les actions de formation par priorité, répondant aux enjeux stratégiques de l'entreprise et aux besoins des salariés. L'investissement de CGI en matière de formation dépasse le seuil légal depuis plusieurs années (2% de la masse salariale en 2014).

Afin de faciliter la remontée des besoins en formation des collaborateurs, une adresse électronique spécifique à la formation a été mise en place. Elle permet de faire remonter les besoins individuels en

formation des collaborateurs. En 2014, une campagne sur les besoins a été réalisée auprès des managers pour faire remonter les besoins d'ordre collectif.

La formation est perçue comme un moyen d'améliorer la performance et d'accroître l'employabilité des collaborateurs de CGI. De plus, **certaines formations visent à inclure des critères RSE dans leur contenu**. En 2014, des formations telles que l'optimisation de son budget personnel ou encore le parcours efficacité personnelle ont été dispensées.

Certaines formations sont disponibles en e-learning, ce qui permet de diminuer les déplacements et de faciliter la formation pour les collaborateurs travaillant en agences.

En 2014, **718 collaborateurs ont bénéficié d'au moins une formation au CGI, soit 93,13 % de l'effectif total**, ce qui représente en moyenne 17,5 heures de formation par salarié soit 12 556 heures au total.

	2012	2013	2014
% de la masse salariale consacré au plan de formation (indépendamment de l'alternance et du DIF)*	1,99 %	1,86 %	2 %

* taux légal < 10 salariés : 0.40 % de la masse salariale

* taux légal > 10 salariés : 0.90 % de la masse salariale

- Mobilité interne

CGI privilégie avant tout la mobilité interne, les postes à pourvoir sont diffusés prioritairement en interne dans la Bourse Aux Emplois (Intranet mis à jour plusieurs fois par semaine). Tous les postes proposés chez CGI y apparaissent. C'est LA rubrique la plus consultée de tout l'Intranet.

Des **comités mobilité** sont organisés toutes les six semaines avec les managers des différentes entités. L'objectif est de favoriser les possibilités de mobilités transverses (inter-métier) en travaillant sur les compétences et pas uniquement sur l'expérience.

Deux cursus promotionnels permettent en plus aux collaborateurs d'évoluer en interne :

- **Le Cursus Pro** : cursus promotionnel permettant aux candidats d'acquérir une bonne connaissance de l'entreprise et de ses activités commerciales et de bénéficier d'un parcours de développement professionnel et personnel,
- **Le Passeport Cadre** : cursus promotionnel ouvert aux « Assimilés Cadre » souhaitant développer leur connaissance de l'entreprise et évoluer vers des responsabilités d'encadrement.

Une vingtaine de collaborateurs bénéficient de ces deux processus chaque année.

Pour le passeport cadre, chaque candidat reçoit 84 heures de cours et valide 22 e-Learning sur des thématiques variées telles que la RSE, les produits et la stratégie commerciale, la conformité et les risques opérationnels ou encore l'analyse financière. Un examen écrit permet ensuite de valider les acquis. En parallèle de ces formations, les candidats ont réalisé un mémoire sur un sujet de leur choix avec le soutien de leur tuteur et l'ont présenté à l'oral devant le jury composé des membres de la direction.

➔ **En 2014, 78 salariés ont bénéficié d'une mobilité interne et 26 d'une promotion avec changement de coefficient.**

3) Quelle est la politique de votre entreprise en matière de prévention des risques professionnels ?

- Courant 2015, une action de sensibilisation des collaborateurs aux risques routiers sera réalisée avec la création d'un e-learning, qui permettra notamment aux agences de participer à cette action.
- CGI a également sollicité un accompagnement par l'Agence Régionale pour l'Amélioration des Conditions de Travail (ARACT) dans la mise en place d'une démarche de prévention des risques psychosociaux (RPS). Ce partenariat est une opportunité pour CGI de travailler sur l'amélioration des conditions de travail et de qualité de vie au travail. Cette intervention permet de trouver un juste équilibre entre la perception de l'entreprise sur ce sujet et une vision externe.

4) Quels sont vos taux de fréquence et de gravité (Accidents du travail) ?

8 accidents du travail ont été recensés en 2014 dont 2 accidents « de trajet ».
Ils ont donné lieu à 34 jours d'arrêt maladie cumulés pour les 2 accidents de trajet et 114 jours d'arrêt maladie cumulés (dont 91 jours pour le même salarié) pour les accidents de travail.

	2012	2013	2014
Taux de fréquence *	NC	NC	NC
Taux de gravité**	NC	NC	NC

*Taux de fréquence (TF) = (nb des accidents avec arrêt/heures travaillées) x 1 000 000

**Taux de gravité (TG) = (nb des journées perdues par incapacité temporaire/heures travaillées) x 1 000

5) Comment favorisez-vous le dialogue social ?

CGI vise à établir des relations constructives avec ses partenaires sociaux.

Sur l'année 2014, le nombre de réunions organisées avec le Comité d'Entreprise s'est élevé à **quinze** et à **douze** réunions avec les représentants du personnel.

Au cours de l'exercice 2014, **trois accords ont été signés.**

- o Représentation du personnel

	Oui	Non
Avez-vous :		
- des délégués syndicaux ?*	X	
- des délégués du personnel ?**	X	
- un Comité d'Entreprise ?***	X	
- un Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail (CHSCT) ?***	X	

* obligatoire pour entreprise > 50 salariés si présence d'une organisation syndicale

**obligatoire pour entreprise > 11 salariés

***obligatoire pour entreprise > 50 salariés

6) Quels dispositifs ou aménagements avez-vous mis en place pour favoriser le bien-être de vos collaborateurs ? Comment votre entreprise est attentive à l'équilibre vie professionnelle/vie personnelle ?

CGI accorde une place importante au sport :

- CGI a mis en place des douches sur son siège à Marcq-en-Barœul afin d'encourager les collaborateurs à la pratique d'un sport pendant leur pause déjeuner.
- De nombreux événements sportifs sont organisés dans l'année pour permettre aux salariés la pratique d'un sport.

Massage de type Amma assis dispensé par deux collaborateurs du CGI formés à cette technique. Ce massage est conçu et dimensionné pour l'entreprise (une quinzaine de minutes, habillé et en position assise) avec pour objectif la détente et la redynamisation. Il s'agit d'un enchaînement précis de pressions et d'étirements pour soulager les tensions et détendre les épaules, les bras, la tête et la nuque.

« **Life at Work** » programme plus complet de bien-être au travail, initié par le groupe Société Générale, et engagé chez CGI. Une charte va être signée par les dirigeants de CGI pour application de « Life at Work » dans toute l'entreprise, sur des sujets comme la bonne utilisation des mails, l'organisation de réunion etc.

Aménagement de temps de travail, CGI est ouvert aux demandes de ses collaborateurs. **Les temps partiels** dans l'entreprise sont **choisis** par les collaborateurs, afin de leur permettre d'équilibrer vie professionnelle et vie personnelle.

Offre de crèches inter-entreprises : Afin de faciliter la vie des collaborateurs, Dix berceaux sont ainsi réservés dans toute la France, pour des bébés de salariés CGI.

Dispositif complémentaire de garde d'enfants : CGI a également mis en place FLÉXI CRÈCHE, service permettant aux salariés CGI de faire garder ponctuellement leur enfant (de 2,5 mois à 4 ans). Cet accueil permet de répondre à un problème occasionnel de garde et est limité par collaborateur à 5 jours consécutifs et 10 jours par an.

Conformément à la loi, CGI déploie un programme de prévention Santé et Sécurité au Travail, d'autres actions ont également été mises en place :

- campagne de vaccination contre la grippe avec l'intervention de l'Institut Pasteur (prise en charge de la vaccination par l'entreprise),
- sensibilisation sur la prévention et la lutte contre le VIH / SIDA avec le Centre de Prévention Santé de Lille,
- sensibilisation sur le cancer du sein avec la participation de l'Association pour le Dépistage des Cancers dans le département du Nord,
- don du sang auprès des collaborateurs avec intervention de l'Établissement Français du Sang.

7) Comment évaluez-vous la satisfaction de vos employés ?

L'écoute des collaborateurs est une préoccupation majeure de l'équipe dirigeante de CGI. Deux types d'écoute sont notamment réalisés :

- écoute directe au travers d'entretiens individuels (**326 entretiens réalisés en 2014**) et d'enquêtes internes biennales (baromètres sociaux, enquêtes de climat social). Chaque collaborateur a en plus un entretien RH tous les deux ans pour faire un point sur la gestion de sa carrière,
- écoute Indirecte auprès des Instances Représentatives du Personnel.

→ **Chaque salarié a deux entretiens par an avec son manager et un entretien tous les deux ans avec son référent RH.**

→ **En septembre 2014, une enquête d'opinion interne a été réalisée pour donner la parole aux collaborateurs** (taux de participation atteignant 78,5 %). Cette enquête a permis de fait ressortir le sentiment fort d'appartenance des collaborateurs à l'entreprise, avec **87 % des collaborateurs qui s'estiment fier de travailler au sein de CGI.**

→ En 2014, le nombre total de départs représente 57 collaborateurs.

	2013	2014
Départs volontaires	22	22
Démissions	9	13
Départs en retraites	7	5
Mutation	6	4
Départs involontaires	28	28
Licenciements économiques	0	0
Licenciements pour autres causes	13	12
Fins de CDD	14	12
Rupture en période d'essai	1	4
Décès	0	0
Rupture conventionnelles	7	7
TOTAL	57	57

Le taux d'absentéisme est de 9,94.

	2012	2013	2014
Turn Over*	7,1	6,2	7,4
Taux d'absentéisme	9,06	9,94	NC

* (Départs année N + Arrivées année N)/2)/effectif moyen N-1) x100

8) Quelle est votre politique de rémunération ?

La politique de rémunération est à la fois individuelle et collective, elle comprend une rémunération fixe basée sur le travail réalisé, les compétences et le niveau de responsabilité et une rémunération

variable en fonction des performances individuelles réalisées. La politique de rémunération est en adéquation avec l'expérience acquise des collaborateurs et les pratiques observées sur le marché.

De plus, un **accord d'intéressement complète la participation des salariés aux résultats de l'entreprise** (Volume valeur prêtée, taux de risque etc.).

→ Dans le cadre de cette politique, le montant global de l'intéressement, réparti proportionnellement aux salaires, était de 2 054 K€ en 2014.

9) Quel est le rapport d'échelle des salaires (gérant compris) ?

Le rapport d'échelle des salaires en 2014 est de 3,27 pour 3,34 en 2013.

4) Environnement : Préserver la Planète.

1) Quelles sont les ressources utilisées dans votre production ? (matières premières, eau, énergies)

Les activités de CGI entraînent la consommation de papier due à l'impression de documents réglementaires.

Pour cela, CGI a mis en place des actions pour réduire la consommation de papier :

- la diffusion de bonnes pratiques (ne pas imprimer les mails, suppression des imprimantes individuelles, etc.),
- des actions de paramétrage du matériel (recto verso, police à caractère écologique, etc.),
- l'utilisation de papiers issus de forêts durablement gérées (normes FSC³, PEFC⁴, etc.),
- contrôle du papier distribué (le papier blanc n'est pas à disposition comme le papier recyclé, il doit faire l'objet d'une demande spécifique),
- dématérialisation des documents.

2) Comment prenez-vous en compte l'impact de vos activités sur l'environnement ?

Impacts Indirects :

Par son activité de financement automobile CGI est indirectement concerné par les rejets dans l'air. Cependant, **l'entreprise accorde une attention toute particulière aux avancées de ses partenaires dans la conception de véhicules produisant peu ou pas d'émissions polluantes.**

→ En 2014, CGI a signé un partenariat avec le constructeur de véhicules électriques **Tesla** comme **financeur exclusif (pour la France) du premier constructeur de véhicules électriques au monde.**

Impacts directs :

- **Transport**

Le transport est le poste le plus émetteur, afin de réduire les émissions de CO2 liées à ce poste, CGI a mis en place des solutions de déplacements doux à destination des collaborateurs :

- **l'ensemble du parc automobile** (200 véhicules) **a été renouvelé** en prenant en compte les critères de la consommation et le rejet de CO2. En moyenne les véhicules consomment actuellement 103 g de CO2/Km,
- **suivi mensuel des consommations de carburant par agence et par utilisateur de véhicule de fonction.** Les « mauvais » conducteurs sont particulièrement sensibilisés sur leur consommation notamment sur l'éco-conduite,
- **deux véhicules électriques mis à disposition des collaborateurs pour les trajets professionnels,**
- **mise en place d'un parc de Vélos à Assistance Électrique (VAE)** pour le personnel du siège à Marcq-en-Barœul : les vélos ont été attribués par tirage au sort à plusieurs collaborateurs qui les utilisent pour effectuer leurs trajets domicile-travail. En journée, les **vélos sont à disposition de tous les collaborateurs présents au siège.** Chacun peut donc, dans la limite des disponibilités, emprunter un vélo pour se rendre à un rendez-vous professionnel ou pour réaliser une course personnelle.

→ Grâce à la mise en place de ces actions et à une sensibilisation accrue, **CGI a réduit ses émissions de GES liées à ce poste de 25 % par rapport à 2011.**

- **Biodiversité**

CGI installe 3 ruches en avril 2015 sur la pelouse en face de son bâtiment principal (via la société Bee City). L'accueil de ruches permettra notamment de stimuler la cohésion d'équipe autour d'un projet social et environnemental.

- **Gestion des déchets :** Sensibilisation au recyclage auprès des collaborateurs (intranet, affichages, etc.).

->**siège** : tous les postes de travail du siège sont équipés d'une poubelle spécifique au tri des déchets papier mise en place par une entreprise spécialisée. Cette entreprise d'insertion se charge de la collecte, du tri et du recyclage papier. Collecte de bouteilles plastiques, les canettes, les piles et cartouches d'encre usagées

->**agence** : mise en place progressive du tri des papiers en agence : 2 agences Lyon et Marseille via une société spécialisée.

3) Quels sont vos indicateurs de performance environnementale ? Précisez pour chacun l'évolution sur les 3 dernières années

Emissions de GES

Scope 1: 151 T CO₂ en 2014, contre 199 T CO₂ en 2013

Scope 2 : 129 T CO₂ en 2014, contre 131 T CO₂ en 2013

Scope 3 : 956 T CO₂ en 2014 contre 1016 T CO₂ en 2013⁴ Scope = périmètre 1=⁴

Pour mieux connaître ses émissions de Gaz à Effet de Serre (GES) et les réduire, un bilan de GES est réalisé à partir des données recueillies pour l'année 2014 à travers l'outil de reporting « Planethic » piloté par la direction développement durable du Groupe Société Générale.

→ Grâce aux actions mises en place : **les émissions de GES** de CGI ont diminuées de **21 %** par rapport à 2011.

→ En 2013, les émissions de GES de CGI ont diminué de **21 %** par rapport à 2012. Les émissions totales en 2014 sont estimées à 1 245 tonnes de CO₂ soit 1,6 tonne de CO₂ par occupant.

Déchets

→ La production de déchets de CGI est estimée à 163 Tonnes en 2014 (hors agences). La quantité totale de déchets recyclés est quant à elle estimée à 36,81 Tonnes soit 22 % de déchets recyclés pour être valorisés.

Consommation de papier

→ En 2014, la consommation de papier recyclé représente 52,84 tonnes de papier sur les 60,54 tonnes consommée soit 87 % de la consommation totale de papier. La consommation totale de papier a diminuée de 1,2 % par rapport à 2013.

→ La consommation de papier non recyclé représente 7,70 tonnes soit 13 % de la consommation totale de papier.

Consommation d'eau

→ La consommation d'eau mesurée pour le siège est de 6 413 m³ en 2014.

Consommation d'énergie

→ En ce qui concerne la consommation d'électricité, elle a diminuée de 1,22 % et la consommation de gaz de 24,49 % entre 2013 et 2014.

⁴ *Scope 1* (obligatoire) : Somme des émissions directes induites par la combustion d'énergies fossiles (pétrole, gaz, charbon, tourbe..) de ressources possédées ou contrôlées par l'entreprise.

Scope 2 (obligatoire) : Somme des émissions indirectes induites par l'achat ou la production d'électricité.

Scope 3 (testé puis validé comme opérationnel par de grandes entreprises ⁵, mais encore facultatif) : Somme de toutes les autres émissions indirectes (de la chaîne logistique, étendue au transport des biens et des personnes.

5) Bonnes Pratiques d'affaires : Etre acteur loyal et responsable sur les marchés.

1) Qui sont vos fournisseurs ?

Les fournisseurs de CGI peuvent être distingués en deux catégories :

- les fournisseurs de matière première comme par exemple les distributeurs de papier, de fournitures, etc.
- les fournisseurs de services qui sont principalement les assurances associées à nos financements qui sont élaborés dans un esprit gagnant-gagnant.

2) Comment la RSE s'intègre dans votre démarche d'achats et comment auditez-vous vos fournisseurs (audit interne ou externe) et à quelle fréquence ?

En 2010, CGI a mis en place **un questionnaire sur les achats responsables à destination de ses fournisseurs** afin d'obtenir des informations sur leurs pratiques en termes de Responsabilité Sociétale des entreprises.

→ Sur les 24 entreprises interrogées, 20 entreprises présentent des pratiques RSE soit 83 % des fournisseurs.

CGI intègre des critères environnementaux (papier FSC, PEFC, achats de proximités, etc.) et sociaux (achats responsables auprès d'organismes d'insertion de publics éloignés de l'emploi) dans le processus d'achat.

→ Au siège, l'activité de CGI a nécessité en 2014 la collaboration avec 41 fournisseurs, dont 14 sont basés en région Nord-Pas de Calais.

6) Clients et Consommateurs : Respecter leurs intérêts

1) Qui sont vos clients ?

Les prescripteurs: les concessionnaires auto (toutes marques) ou les marques partenaires (Volvo, Kia, Hyundai, Porsche...) et enfin les courtiers pour le regroupement de crédits.

Le client final : le souscripteur du prêt.

New : depuis 2015, dans le cadre de la **stratégie Créons 2020**, CGI a ajouté une dimension importante à sa stratégie commerciale en décidant de **mieux connaître ses clients finaux pour leur apporter un meilleur service.**

2) Comment fidélisez-vous vos clients ?

En 2014, CGI a mis en place un véritable **dispositif de satisfaction client**. Ainsi, à chaque fin de mois, les clients arrivants en fin de contrats (rupture par anticipation et fins de contrats classique) sont interrogés via un questionnaire de satisfaction en ligne. La satisfaction est notamment mesurée par le Net Promoter Score (NPS) qui permet d'avoir une autre vision de l'intérêt porté sur l'offre de produits et de services. Actuellement, le NPS de CGI est de -21 (contre -13 constaté pour les banques françaises).

Depuis 2011 un poste a été créé aux réclamations clients pour redéfinir et mettre en place un processus de traitement des réclamations outillé. Un outil informatique permet une gestion des réclamations sur des processus de traitements uniformisés et tous les trimestres un reporting conformité est réalisé afin d'identifier les problèmes rencontrés et mettre en place des actions correctives.

→ Emergence de nouveaux projets autour du Réseau de Distribution, à destination du client final, tout en préservant la qualité de prestation chez le client prescripteur. Le lancement sera annoncé très prochainement.

Conformément aux recommandations sur le traitement des réclamations clients (2011-R-05 du 15 décembre 2011), CGI a instauré un dispositif de suivi de la satisfaction client. Un canal de communication est défini pour les réclamations clients qui vise à apporter une information claire sur la procédure en cas de réclamation, et ainsi assurer la protection du consommateur.

→ **Le taux de réclamation client est très faible : 0,264 %. LEGAL**

En 2015 CGI a revu et simplifié le barème de frais pour ses clients. Certains frais ont été supprimés et d'autres ont été diminués ou arrondis.

3) Comment vous assurez-vous de l'accessibilité de vos produits et services à tous ?

Accompagnement au Surendettement Depuis 2010, CGI travaille en partenariat avec l'association Crésus. Cette association accueille, informe et conseille les personnes en situation de surendettement. Ce partenariat permet de proposer aux clients de CGI, présentant des signes de fragilité financière, de contacter l'association Crésus de leur région afin de trouver des solutions à leurs difficultés financières, sociales, juridiques, et psychologiques. La mise en relation du client volontaire avec l'association Crésus se traduit par la réalisation d'un bilan budgétaire et social, suivi d'un accompagnement de proximité visant à sauvegarder son équilibre financier.

→ **Depuis le début du partenariat, 674 clients CGI ont suivi un accompagnement spécifique sur le surendettement dont 102 clients en 2014.**

L'inclusion financière est l'offre de services financiers et bancaires de base à faible coût pour des consommateurs en difficulté ou exclus des services traditionnels.

Pour cela, CGI développe en 2015, le projet « **Les financements solidaires de CGI** ». Ce dernier consiste à **donner accès au crédit auto à des personnes qui normalement en seraient exclues dans les règles actuelles**. La cible principale de ce financement auto solidaire concerne les personnes en recherche d'emploi et les étudiants (en alternance et/ou en fin de cycle d'étude). L'objectif du produit de financement est d'être accessible. Ainsi, le montant faible des mensualités permet à l'emprunteur d'assurer le remboursement de son crédit malgré ses capacités financières limitées.

Ce projet est mené en partenariat avec trois associations régionales (Réseau Alliances, ARELI et Auto Solidaire) travaillant avec les personnes ciblées. Ce partenariat permet de mieux cerner les besoins et la mise en relation avec les personnes concernées.

4) Comment prenez-vous en compte la sécurité des utilisateurs dans le choix/développement de vos produits/services ?

Pour respecter les recommandations de la CNIL, la Direction Informatique travaille en étroite collaboration avec le service juridique.

→ Résultats : Création d'un **guide des bonnes pratiques CNIL** à l'usage des chefs de projets (durée de stockage des informations par exemple), d'une **charte des utilisateurs**, et construction d'une Politique de Sécurité des Systèmes Informatiques.

En relation avec le service communication interne, des communiqués sont faits régulièrement pour sensibiliser les collaborateurs aux bonnes pratiques en termes de sécurité.

<p>7) Engagement sociétal : Allier les intérêts de l'entreprise et ceux de la Communauté</p>

1) Comment votre entreprise s'investit-elle dans son environnement territorial (emplois, économie locale, ou autres)?

Le siège social de CGI est installé depuis le début des années 1970 à Marcq-en-Barœul. Aujourd'hui, CGI y emploie plus de 600 collaborateurs.

CGI s'est engagé activement dans la mise en place d'actions sur son territoire notamment par l'emploi. Pour cela, CGI a noué des partenariats locaux ou nationaux avec des organismes spécialisés dans ce domaine comme la Maison de l'Emploi de Marcq-en-Barœul, Pôle Emploi, Emploi et Handicap ou encore avec l'AGEFIPH (Association de Gestion du Fonds pour l'Insertion des Personnes Handicapées).

De manière plus générale, CGI favorise le développement des sous-traitants locaux. Par exemple, grâce à l'activité de CGI, 7 salariés d'Api Restauration (restaurant d'entreprise) et 8 salariés ONET (propreté et service) travaillent à temps plein.

CGI fait travailler, via certaines associations ou ESAT (Établissement et Services d'Aide par le Travail), des personnes jusque-là exclues du marché du travail. C'est le cas par exemple avec l'association Main Forte, société d'insertion professionnelle qui, grâce au ramassage d'articles textiles usagés (collecte «Triboulo»), forme des personnes en difficulté au permis de conduire et au métier de chauffeur routier ainsi qu'avec l'Entreprise Adaptée Cadiflor qui s'occupe de l'entretien des plantes de CGI.

CGI participe à l'élaboration de l'agenda 21 de la commune de Marcq-en-Barœul en participant à des tables rondes en présence d'autres acteurs de l'économie locale. Cette initiative permet la mise en place d'échanges mutuels sur des thématiques RSE avec l'objectif d'initier des actions communes.

Plusieurs initiatives ont été organisées :

- un troc de livres où plus de 400 livres ont été échangés de main en main le temps d'une pause-déjeuner, un menu 100 % Bio a été préparé par le restaurant d'entreprise,

- sous l'égide de Talents & Partage 60 salariés ont participé à un petit déjeuner solidaire et Bio en faveur de l'association Rêves dont le but est de récolter des fonds pour réaliser les rêves des enfants malades,

- une intervention de l'agence spécialisée MIK Partners⁵ sur le thème : « les nouveaux modes de consommation » a été réalisée. Elle s'est terminée avec un quizz, qui a permis à trois participants de remporter un vélo,

Les études montrent que plus de 70% des voitures sont achetées en France avec un financement. Le crédit est donc un soutien indispensable à la consommation et à la croissance économique.

2) Quelles actions sociétales sont mises en place ? Comment impliquez-vous vos collaborateurs dans ces actions ?

- Pédagogie de l'argent et prévention du surendettement

Depuis 2013 CGI participe au projet d'éducation financière initié par la Société Générale. L'objectif du projet éducation financière consiste à transmettre à des jeunes de 16 à 25 ans, en apprentissage dans des lycées professionnels et Centres de Formation des Apprentis (CFA), les bases nécessaires à la compréhension des principales notions et opérations bancaires : la connaissance des différents moyens de paiement, l'établissement d'un budget, la gestion des revenus et des dépenses, l'épargne, l'emprunt, les risques etc. Les interventions s'appuient sur des outils pédagogiques interactifs et ludiques : une présentation interactive avec des films et un jeu de société Dilemme®. Cette organisation permet de favoriser l'échange et d'ouvrir le dialogue entre des professionnels qui partagent leur expérience, des membres de l'association Crésus qui apportent leur savoir-faire en matière de prévention du surendettement et les jeunes. Une quinzaine de volontaires CGI participent à ce projet et contribuent ainsi à sensibiliser les jeunes aux enjeux d'une bonne gestion de leur budget au quotidien.

Les impacts de l'éducation financière sont nombreux, aussi bien pour l'individu pris isolément que pour l'ensemble de la société. Chacun peut ainsi plus facilement optimiser la gestion de ses finances personnelles et anticiper les imprévus.

- Partenariats éducatifs

CGI collabore avec divers établissements de l'éducation (lycées, écoles et universités), sous la forme d'accueil de stagiaires, pour faciliter l'accès au travail des étudiants. Ainsi en 2014, douze jeunes ont bénéficié d'un contrat d'apprentissage ou d'un contrat de professionnalisation au sein de CGI. CGI accueille aussi de nombreux stagiaires de Bac+2 à Bac+5 et jeunes élèves de classe de 3ème dans le cadre de stage de découverte de l'entreprise. De nombreux collaborateurs s'engagent dans des partenariats éducatifs en dispensant des cours ou en étant jury dans des établissements de l'éducation IESEG, SKEMA, IAE, etc.

⁵ MIK Partners : Agence Conseil spécialisée en RSE
CANDIDATURE AUX TROPHEES DE L'ECONOMIE RESPONSABLE 2015
CGI - 16/04/2015

- **Partenariats tournés vers les jeunes talents issus des quartiers défavorisés**

CGI est depuis de nombreuses années partenaire de l'association ARELI EMERGENCE qui favorise la promotion professionnelle et sociale de jeunes potentiels issus de milieux modestes. Ce partenariat est « gagnant-gagnant » puisqu'il permet aux jeunes de bénéficier de conseils utiles pour leur insertion professionnelle grâce à un système de parrainage en entreprise et à CGI de repérer de potentiels talents pour son activité. Ainsi, en 2014 une dizaine de jeunes ont bénéficiés d'un parrain parmi les collaborateurs de CGI.

Depuis mai 2013, CGI a initié en collaboration avec le Réseau Alliances la mise en place de GROUPE DE DYNAMIQUE D'EMBAUCHE (GDE) dont l'objectif est d'aider des jeunes diplômés de Bac+3 et plus, issus de l'immigration ou en difficulté à s'insérer dans le monde professionnel. Les GDE sont perçus comme un véritable projet d'entreprise, c'est dans cette optique qu'ils ont dans un premier temps été réalisés auprès des membres du COMEX (6 collaborateurs du COMEX et 1 collaborateur de la Direction des Ressources Humaines) qui ont épaulés 7 jeunes. Ils ont ensuite été réalisés auprès d'autres collaborateurs en 2014.

- **Mécénat de solidarité**

RÊVES, association nationale qui réalise les rêves d'enfants gravement malades : voyages, cadeaux, etc. Depuis quelques années, CGI organise la « journée Rêves » pour une cinquantaine de ces enfants et leurs familles. En 2014, la journée s'est déroulée au sein de l'école du cirque de Lomme.

LUDOPITAL, association créée afin d'améliorer le séjour des enfants hospitalisés dans plus de 90 services des hôpitaux de la métropole lilloise. Les dons effectués à cette association ont notamment permis de contribuer à la création de deux accueils pour les enfants dans des hôpitaux de la région. Une collecte de jouets est organisée tous les deux ans auprès des collaborateurs de CGI pour être ensuite distribués aux enfants hospitalisés.

LES RESTOS DU COEUR, ayant pour but d'aider et d'apporter une assistance bénévole aux personnes démunies, notamment dans le domaine alimentaire par l'accès à des repas gratuits, et par la participation à leur insertion sociale et économique, ainsi qu'à toute l'action contre la pauvreté sous toutes ses formes. Pour soutenir cette association, CGI organise tous les deux ans une collecte de denrées alimentaires auprès de ses collaborateurs.

- **Mécénat tourné vers les personnes éloignées de l'emploi**

LA FONDATION AJIR qui a pour objectif de développer les activités des associations de la région qui favorisent la réussite professionnelle, la promotion sociale et la citoyenneté « des jeunes motivés » du Nord-Pas de Calais. En apportant son soutien à la Fondation AJIR, CGI souhaite apporter son aide aux jeunes du Nord-Pas de Calais en les aidants à s'insérer dans la vie professionnelle.

III-FACTEURS CLÉS DU SUCCÈS

Qu'est-ce-qui permet la réussite de votre démarche (motivation, implication, moyens humains/matériels/financiers, communication...) ? (les difficultés rencontrées et surmontées peuvent apparaître ici).

La réussite de la démarche actuelle de CGI repose sur plusieurs axes :

- le partage d'informations avec tous collaborateurs,
- la possibilité donnée à chacun de participer aux différentes actions,
- la proximité managériale qui facilite la communication,
- l'implication et mobilisation des équipes avec notamment de nombreuses actions en faveur du territoire, portées par les collaborateurs,
- les moyens financiers avec des budgets dédiés pour la réalisation de projets RSE,
- l'appui du groupe Société Générale,
- les moyens Humains avec un réseau d'Innov'Acteurs en appui de la démarche.

Propos recueillis auprès de
Loïc PINCHART, Responsable
Innovation-Communication Interne-
RSE, et **Marc VALSEMEY**, Secrétaire
Général.

Par **Jacques FLEURETTE** Conseiller
Bonnes Pratiques,
Accompagné de **Charlotte**
CALONNE, **Marie Madeleine**
CARPENTIER et **Julie TIEDREZ** Pôle
Partenariats, Trophées et Bonnes
Pratiques.

Annexes

Principaux indicateurs RSE

Thème	Indicateurs	2013	2014
Effectif	Effectif total (hors contrats professionnelle et apprentissage)	774	787
Répartition des salariés par sexe	Part des femmes dans l'effectif total	60 %	59 %
	Part des hommes dans l'effectif total	40 %	41 %
Répartition des salariés par âge	Effectif total des moins de 25 ans	15	8
	Effectif total des 26-34 ans	239	222
	Effectif total des 35-44 ans	242	252
	Effectif total des 45-54 ans	186	190
	Effectif total des plus de 55 ans	92	103
Embauches	Nombre total d'embauches	41	62
	Nombre de départs volontaires	22	22
Licenciements	Nombre de départs involontaires	28	28
	Nombre de ruptures conventionnelles	7	7
Rémunérations	Salaire brut annuel moyen	NC	36 522
	Rapport d'échelle des salaires	3,34	3,27
	Rapport entre le salaire brut annuel moyen des femmes et celui des hommes	NC	28 %
Organisation du temps de travail	Part de l'effectif à temps partiel	7 %	8 %
Organisation du dialogue social	Nombre de réunions organisées avec le CE	13	15
	Nombre de réunions organisées avec les représentants du personnel	13	12
Bilan des accords collectifs	Nombre d'accords collectifs signés pendant l'année	4	3
Les conditions de santé et sécurité	<i>Voir chapitre dédié</i>	-	-
Le bilan des accords signés	Nombre d'accords collectifs signés pendant l'année	0	0
Les politiques mises en œuvre en matière de formation	<i>Voir chapitre dédié</i>	-	-
Nombre total d'heures de formation	Pourcentage de salariés ayant suivi au moins une formation dans l'année	98,8 %	93,13 %
	Nombre moyen d'heures de formation par salarié	16,3 heures	17,5 heures
	Part de la masse salariale investie dans la formation	1,86 %	2 %
Égalité entre les femmes et les hommes	Part des femmes parmi les cadres	45 %	44 %
Emploi et de l'insertion des personnes handicapées	Taux de personnes handicapées	4,54 %	4,43%
Lutte contre les discriminations	Moyenne d'âge des collaborateurs	41 ans	41 ans
	Moyenne globale de l'ancienneté des collaborateurs	10,3 ans	12,5 ans

Thème	Indicateurs	2013	2014
Mesures de prévention, de recyclage et d'élimination des déchets	Quantité totale de déchets produits	NC	163 T
	Part de déchets recyclés	NC	22 %
La prise en compte des nuisances sonores et de toute forme de pollution propre à l'activité	Non significatif dans l'activité exercée	-	-
La consommation d'eau et l'approvisionnement en eau	Consommation d'eau	5396 m ³	6413 m ³
La consommation des matières premières et les mesures prises pour améliorer l'efficacité dans leur utilisation	Consommation d'eau par occupant	10 m ³ /occ	12 m ³ /occ
	Quantité totale de papier	45,96 T	46,49 T
	Part de papier recyclé	89%	87%
La consommation d'énergie, les mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables	Quantité totale de papier par occupant	0,89	0,87
	Consommation totale d'électricité	2 143 402 kWh	2 117 303 kWh
Les rejets de Gaz à Effet de Serre	Consommation totale de gaz	989 108 kWh	746 842 kWh
	SCOPE 1	199 T CO ₂	151 T CO ₂
	SCOPE 2	131 T CO ₂	129 T CO ₂
	SCOPE 3	1 016 T CO ₂	965 T CO ₂
Les mesures prises pour préserver ou développer la biodiversité	<i>Voir chapitre "CGI Acteur Responsable" partie 3.1.5</i>	-	-