

Prioriser les enjeux

Notre approche

En 2018, nous avons mis à jour notre matrice de matérialité en impliquant nos parties prenantes internes et externes dans un processus d'engagement que nous avons fait évoluer au cours des dernières années. En ligne avec le cadre de référence <IR> publié par l'IIRC (International Integrated Reporting Council), nos enjeux essentiels sont les enjeux économiques,

sociaux et environnementaux qui impactent notre capacité à créer de la valeur de façon pérenne. Ils sont déterminés en fonction de leur incidence sur la stratégie, la gouvernance, la performance et les perspectives du Groupe. Notre démarche d'actualisation de la matrice est scindée en cinq étapes principales.

1. Une analyse approfondie de notre marché

- Nous avons renouvelé et étendu notre liste des enjeux matériels potentiels établie en 2017. Pour ce faire, nous avons analysé les bonnes pratiques sectorielles (publications de nos pairs) et les cadres de référence de reporting (comprenant l'International Integrated Reporting Council (IIRC), la Global Reporting Initiative (GRI) et le Sustainability Accounting Standards Board (SASB)). Nous avons ensuite étudié leur alignement avec les Objectifs de Développement Durable (ODD) définis par l'ONU.

2. Une définition partagée de chaque enjeu

- Les résultats ont été partagés au sein d'un comité de pilotage, composé de cadres dirigeants du Groupe. Ce comité a validé les définitions de chacun des enjeux, puis la méthodologie proposée pour les hiérarchiser. Nous avons également veillé à leur cohérence avec la cartographie des risques critiques du Groupe.

3. Des entretiens indépendants avec nos parties prenantes externes

- Nous avons recueilli les points de vue de nos parties prenantes externes au cours d'entretiens avec un ensemble représentatif de clients, investisseurs et analystes, partenaires commerciaux, ONG et membres de la société civile. Ces entretiens ont été menés par un organisme externe avec des questions sur les 23 enjeux identifiés afin de hiérarchiser leurs attentes dans le cadre de leurs relations avec Capgemini.

4. Le recueil d'un large panel de points de vue internes

- Nous avons recueilli l'opinion de plus de 1 000 collaborateurs représentatifs de la diversité du Groupe à l'aide d'une enquête web, et avons agrégé les points de vue des membres du comité de pilotage en leur envoyant un questionnaire détaillé par mail. Les résultats nous ont permis de hiérarchiser les 23 enjeux en fonction de leur impact potentiel sur la capacité de Capgemini à créer et protéger de la valeur à moyen-long terme.

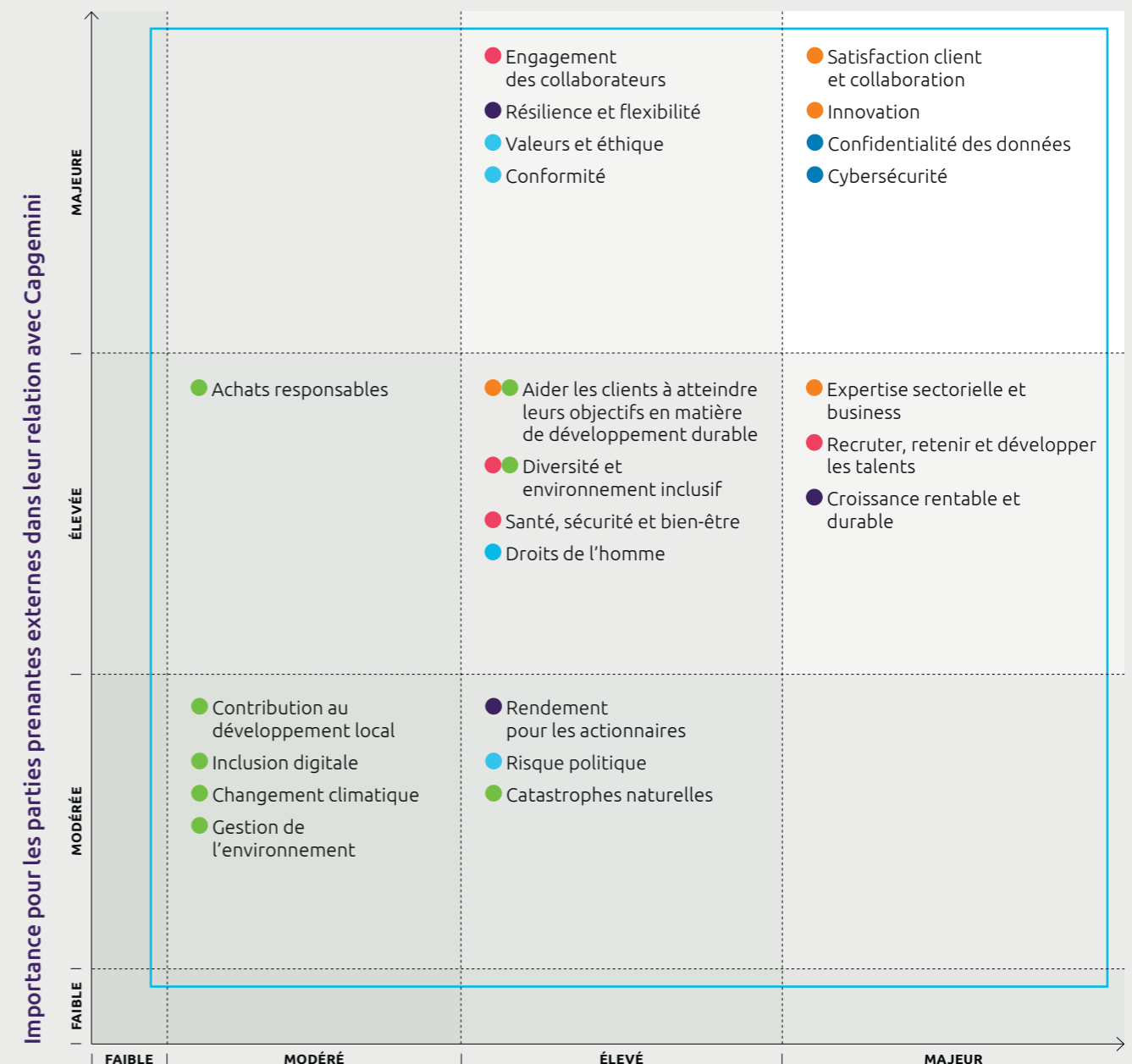
5. La validation des résultats et les prochaines étapes

- Les résultats de cette étude de matérialité ont été validés par le comité de pilotage et constituent une contribution majeure aux réflexions du Groupe. Nous mettrons régulièrement à jour notre analyse de matérialité en mobilisant nos parties prenantes via nos différents médias. Notre objectif est de nous assurer de l'alignement entre leurs attentes et notre priorisation des enjeux matériels pour la création de valeur à moyen-long terme.

Comme attendu et souhaitable, la hiérarchie des enjeux au sein de la matrice de matérialité démontre un niveau élevé d'alignement entre les points de vue des parties prenantes externes et internes recueillis indépendamment. Elle souligne l'importance donnée par nos parties prenantes aux enjeux ayant des impacts à sur notre business : l'innovation, la satisfaction et collaboration clients, la confidentialité des données et la cybersécurité. L'année prochaine, nous porterons une attention particulière sur les enjeux ayant un impact sur le plus long terme pour l'avenir de Capgemini et sur le rôle que peut jouer notre Groupe pour la société.

Matrice de matérialité

- CLIENTS** ● Être le partenaire de référence de nos clients
- TALENTS** ● S'engager pour nos collaborateurs
- CROISSANCE** ● Générer une croissance rentable et durable
- DATA** ● Renforcer la cybersécurité et la protection des données
- ÉTHIQUE** ● Être intransigeant sur l'éthique et la conformité
- SOCIÉTÉ** ● Être une entreprise responsable



Impact sur la capacité de Capgemini à créer et protéger de la valeur selon les parties prenantes internes