



Rapport de responsabilité d'entreprise

Engagements RSE **2020**



LABRADOR
GROUP

SOMMAIRE

p. **01**

Mot du Président

p. **02**

Qui sommes-nous ?

p. **04**

Notre démarche

p. **07**

Nos enjeux 2020-2021

p. **08**

Focus Covid-19 : impacts, mesures et engagements de l'entreprise

p. **10**

Éthique des affaires : adopter une conduite exemplaire

p. **15**

Collaborateurs : un nouveau modèle à co-construire

p. **21**

Partenaires et clients : mode collaboratif activé

p. **25**

Environnement : limitation de notre empreinte environnementale

p. **30**

Table de concordance



La Transparence c'est la sincérité

L'année 2020 a été un choc pour toutes les entreprises. La nôtre n'a pas été épargnée et nous avons aussi une pensée solidaire pour tous nos clients et partenaires. Comme tous les bouleversements, c'est aussi une période formidable d'opportunités.

L'époque doit être abordée avec modestie. Difficile de tenir des engagements et une feuille de route dans cette période tourmentée où le temps et l'espace se sont réduits au présent et au chacun chez soi. Certains de nos engagements RSE ont dû être repoussés ou repensés. Nous avons dû adapter notre organisation, vite et fort. La rechanger encore, et encore. Répondre à des questions auxquelles nous n'avions pas de réponses. Nous avons aussi vécu et réussi le distanciel qui est à la fois terriblement frustrant pour une entreprise animée par le collectif et l'humain, mais également très intime car la visio montre nos clients et nos équipes chez eux, dans leur intimité. Mais nous avons globalement réussi ce défi humain et organisationnel avec tous et sur tous nos métiers. Cela démontre malgré les obstacles, la résilience et l'adaptabilité de notre modèle.

Ce temps à part, c'est aussi l'opportunité de se réinventer et de recentrer nos engagements sur les priorités du moment :

- Santé et sécurité des équipes évidemment, mais aussi solidarité et force du collectif pour maintenir le lien social qui nous fait tant défaut.
- S'adapter aux aléas du quotidien et à l'incertitude du moyen terme, et pourtant miser sur le futur et accélérer nos projets d'entreprises.
- Créer une valeur unique à une information investisseur et actionnaire qui accélère sa digitalisation

Car notre mission — valoriser l'information d'entreprise aux yeux de tous — est peut-être plus importante que jamais pour recréer une confiance et un dialogue malmené.

Bienvenue chez Labrador, nous ne sommes pas parfaits, mais nous essayons tous les jours.

Bonne lecture,
Laurent Rouyrès
Président

QUI SOMMES-NOUS ?

NOTRE VISION

Une information d'entreprise juste et accessible à tous est un puissant levier de création de confiance pour les entreprises.

NOTRE MISSION

Accompagner les entreprises vers une information plus efficace et plus pédagogique pour leurs parties prenantes.

NOTRE MÉTIER

Architecte de l'information d'entreprise de confiance en France, aux Etats-Unis et demain en Europe.

NOTRE DÉFI

Convaincre les entreprises de l'importance d'avoir une information financière, extra-financière, juridique et éthique transparente et pédagogique.

NOS ACTIVITÉS

Conseil ● Rédaction ● Création ● Édition ● Traduction ● Langage clair

NOS ATOUTS

Une entreprise agile et créatrice de valeurs

18,8 M€

CA* du Groupe en 2020

+7,8%

Évolution du chiffre d'affaires Groupe en 2020

84

Collaborateurs

71%

Femmes
dont 40 % au Comité de Direction
et 88 % de Managers

40

Métiers

5

Événements
de place annuels

Une implantation internationale



Une activité en expansion en 2020

215 URD**

édités

33 Annual
Reports (10-K)

69 proxies***

édités aux États-Unis

80
brochures de
convocation à l'AG

105 URD**

traduits

9 codes de
conduite/éthique

* Chiffre d'affaires. ** Document d'enregistrement universel. ***Équivalent américain de la brochure de convocation

Notre démarche

Depuis sa création, le groupe Labrador a toujours placé l'humain, l'éthique et la transparence au cœur de son projet d'entreprise. Nous accompagnons au quotidien nos clients dans la publication d'une information pédagogique, précise, comparable et responsable. Ainsi, nous créons de la valeur pour les entreprises et pour la société en général.

1. La responsabilité au cœur de nos missions

Chez Labrador, nous pensons que la mission d'une entreprise est unique. Elle est composée de deux volets intimement liés :

- la recherche d'une croissance durable ;
- la contribution aux enjeux sociétaux, économiques et environnementaux qui l'entourent.

C'est pourquoi la démarche RSE, le métier et la stratégie de l'entreprise vont de pair. Notre responsabilité s'incarne par exemple dans la pratique de notre activité tout comme dans les prestations que nous réalisons pour nos clients. Nos clients attendent de nous des prestations de qualité, des conseils

pertinents, ainsi qu'une solide expertise en matière d'information réglementée. Nous accompagnons plus de 250 grands groupes en France et aux États-Unis dans le conseil, la création, l'édition, la rédaction et la traduction en Langage clair de documents financiers, juridiques, éthiques et extra-financiers. Nous répondons aux besoins du marché pour créer de la confiance dans l'économie.

Mais la RSE c'est aussi une volonté interne de développer et d'améliorer en continu notre qualité de vie en entreprise et de nourrir notre sentiment de fierté à en faire partie.

2. Sept valeurs fortes – trois principes fondamentaux

Les valeurs Labrador

HUMANITÉ

L'humain avant tout

ENGAGEMENT

On ne lâche rien

COLLECTIF

Ma réussite passe par celle de tous les autres

CONVICTION

Nos idéaux nous animent

ANTI-CONFORMISME

Bousculer pour réinventer

PERFORMANCE

Mieux, plus haut, plus loin

JOIE DE VIVRE

Joyeusement sérieux, sérieusement joyeux

L'esprit Labrador se fonde sur sept valeurs essentielles. Elles guident le travail et le comportement des collaborateurs aussi bien en interne qu'à l'égard de nos clients, partenaires et fournisseurs. Une concertation collaborative a permis de choisir ces valeurs qui incarnent l'esprit Labrador.

Trois principes fondamentaux, ancrés dans les pratiques de Labrador, complètent ces valeurs.

INTÉGRITÉ

Le fondement de toutes les décisions et actions des collaborateurs. L'intégrité implique la loyauté vis-à-vis du groupe Labrador et la volonté d'agir dans l'intérêt des clients en toute confidentialité.

TRANSPARENCE

Source de confiance entre les collaborateurs et la direction mais aussi avec nos clients, elle implique de donner une information claire, précise, objective et rapide.

GENTILLESSE

C'est une force pour l'entreprise. Labrador traite chaque *Labradorien* avec respect, quelle que soit sa fonction. Nous sommes convaincus que la gentillesse et la bienveillance sont communicatives : elles participent à l'épanouissement de nos salariés, qui la transmettent à nos clients et partenaires, et inversement. Cet état d'esprit augmente la motivation et la réussite, car dans l'échange, chacun s'adresse à la partie positive de l'autre.

3. Le collectif RSE

En 2017, nous avons structuré notre organisation en créant un collectif RSE.

En 2020, 4 collaboratrices volontaires composent ce collectif. Toutes viennent de diverses fonctions et entités du Groupe.

- **Charleyn Pensivy** : Responsable de clientèle (Labrador Language Services)
- **Julia de Queiros** : Responsable études, conseil et transparence / Coordinatrice du projet Liu (Labrador Is Unique)
- **Marie-Olga de Solages** : Responsable communication et marketing (Terre Neuve)
- **Emily Weddington** : Responsable communication et marketing (Labrador USA)

Le collectif a plusieurs missions :

- coordonner et diffuser la démarche à l'extérieur et à l'intérieur de l'entreprise ;
- mettre en place des plans d'actions et des indicateurs ;
- offrir un contact et un point de vue RSE pour les collaborateurs et la Direction ;
- encourager les initiatives sociétales, sociales et environnementales en interne ;
- obtenir des labels et des certifications qui prouvent notre démarche et valorisent la réputation de l'entreprise.

En 2017, le comité a d'abord piloté un travail d'analyse de matérialité et a publié, en janvier 2018, un premier rapport RSE adhérent aux principes du Global Compact.

Il a coordonné les démarches auprès d'EcoVadis et a ainsi obtenu le Label Or.

Il a contribué à la finalisation et à la diffusion de la Charte Éthique du Groupe.

Enfin, il a porté devant la Direction un projet de 11 enjeux RSE propres à l'entreprise à relever d'ici 2020, dont certains ont été repoussés à 2021 compte-tenu du contexte sanitaire.

RÉALISATIONS 2020

Statut GC Advanced du Global Compact des Nations Unies confirmé

NOUS SOUTENONS LE PACTE MONDIAL

Label OR EcoVadis

3^e édition du rapport RSE

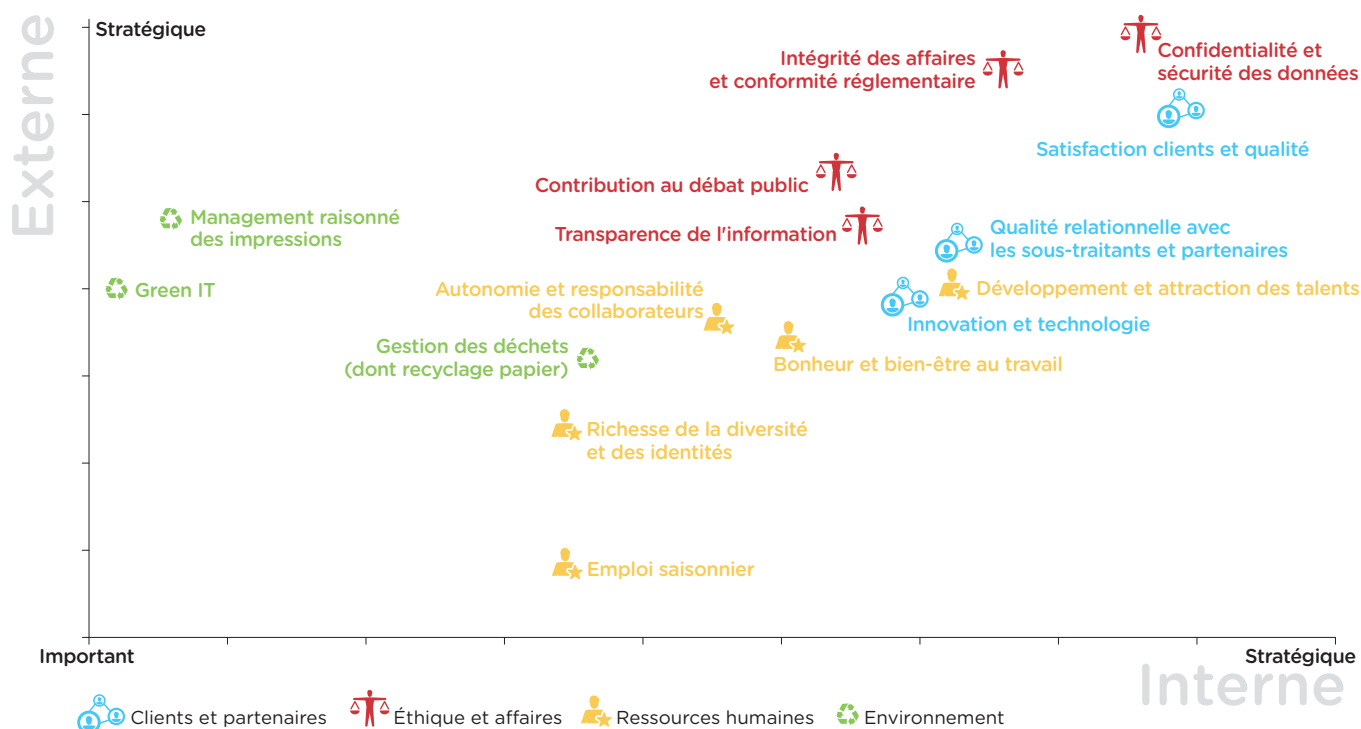
Ce rapport RSE a obtenu une note de clarté de 83 %.
(Source : Plainly)

1 Charte Éthique Groupe

1 Charte Achats Responsables

1 Charte de sécurité sanitaire

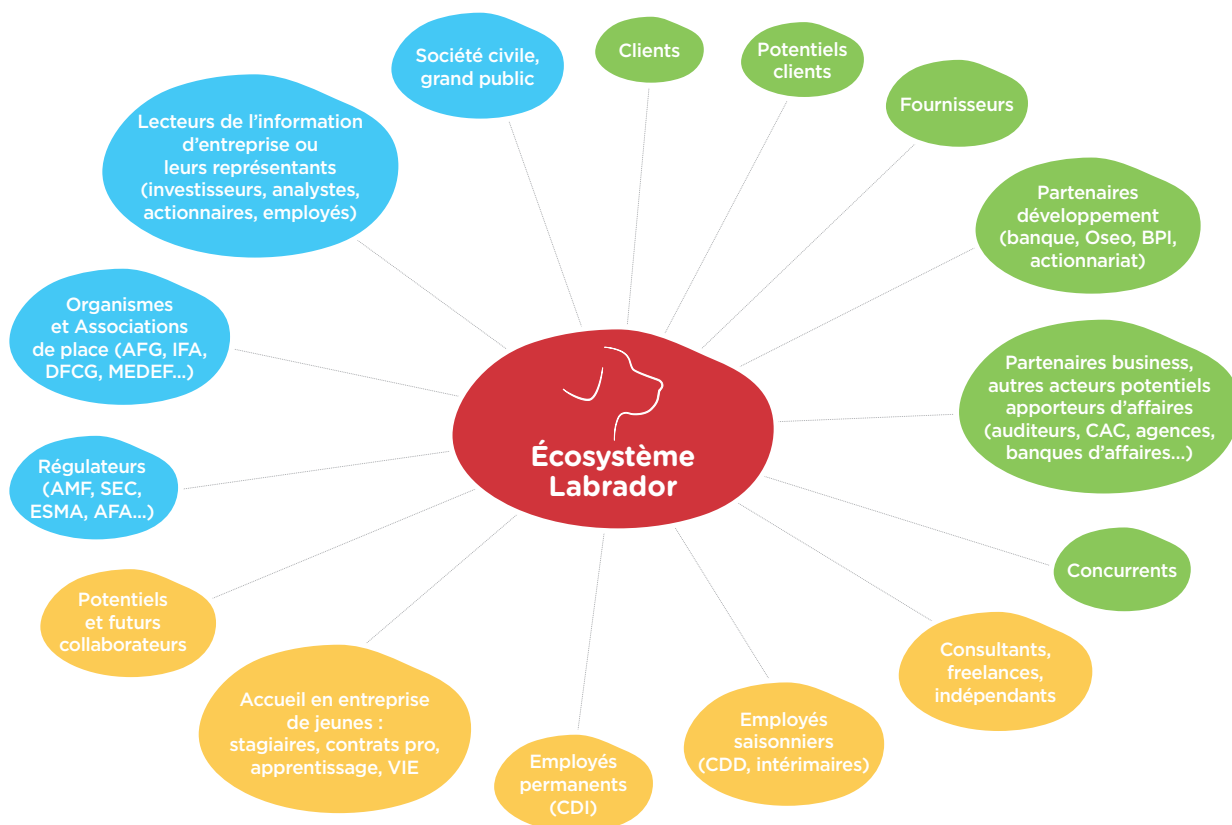
4. La matrice de matérialité



5. À l'écoute de nos parties prenantes

Il est primordial que nous soyons en permanence en interaction avec nos parties prenantes, en France et aux États-Unis. Grâce à ce dialogue et à cette mise en place de projets communs, nous pouvons innover et créer des partenariats productifs et pérennes.

Modes de dialogue avec notre écosystème



● Sphère communauté financière

- Blog sur l'information réglementée
- Publication ou co-publication de *benchmarks* et études
- Organisation d'événements de place
- *User Group* d'Analystes et Gérants
- Participation à des tables rondes, groupes de travail, consultations, interventions en conférence, prises de parole publiques

● Sphère sociale

- Questions réponses mensuels avec la Direction
- Représentants du personnel
- Newsletters « Happy News » et « Traducteurs »
- Mesure du bonheur en entreprise
- Questionnaires de satisfaction, d'étonnement, boîte à idées, livret d'accueil
- Sessions de formation
- Visite d'étudiants, stages découverte...

● Sphère affaires

- Blog sur l'information réglementée
- Publication ou co-publication de *benchmarks* et d'études
- Organisation d'événements de place, de *networking*, de soirées
- Participation à des tables rondes, groupes de travail...
- Enquête satisfaction annuelle
- Charte achats responsables

Collaborateurs

- Entretien d'évaluation annuel ;
- *Newsletter*, Happy News ;
- Réunion mensuelle Q&R — un en France puis un aux US — ;
- Soirées et événements Labrador ;
- Déjeuners en petit comité avec le Président.

Fournisseurs et partenaires

- Enquêtes de satisfaction ;
- Soirée annuelle Labrador ;
- Questionnaires RSE.

Clients

- Événements et conférences :
 - Grands Prix de la Transparence ;
 - Observatoire de la communication réglementée ;
 - Soirée annuelle ;
 - Panorama de la Gouvernance ;
 - Webinaires ;
- Réunions : commerciales, conseil, lancement, briefs, débriefs, etc. ;
- Blog Labrador ;
- Enquêtes de satisfaction.

Organisations professionnelles, pouvoirs publics

- Participation à des commissions/ groupes de travail ;
- Organisation de groupes de travail : *User Group*, Comité scientifique, Comité Multimétiers ;
- Interventions dans des conférences et débats publics (associations Cliff, C3D...) ;
- Entretiens individuels et interviews.

Nos enjeux 2020-2021

| Objectifs de développement durable | Piliers/Engagements | Réalizations 2020 | État d'avancement | |
|----------------------------------------|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|------|
| | | | 2019 | 2020 |
| ● PILIER ÉTHIQUE DES AFFAIRES | | | | |
| 16.a | Sécurité des données | <ul style="list-style-type: none"> former tous les collaborateurs à la cyber sécurité cartographier les zones de risques liés à la sécurité des données par rapport à notre activité | | |
| 1 - 2 - 10 - 4 | Développer l'engagement solidaire de Labrador | <ul style="list-style-type: none"> participer à une journée de solidarité, incluant tous les collaborateurs | | |
| ● PILIER COLLABORATEURS | | | | |
| 4 | La formation | <ul style="list-style-type: none"> investir et développer les talents et l'employabilité de nos collaborateurs | | |
| 3 | Le bien-être | <ul style="list-style-type: none"> faciliter l'accès au télétravail en rédigeant une Charte et en instaurant un plafond de 44 jours annuels de télétravail autorisés (revue en 2020) | | |
| 3-8 | | <ul style="list-style-type: none"> mesurer la satisfaction collaborateur de façon plus transparente, en faisant appel à un prestataire externe (réinternalisé fin 2020) | | |
| ● PILIER CLIENTS ET PARTENAIRES | | | | |
| 8-10 | Un choix responsable de nos fournisseurs | <ul style="list-style-type: none"> inclure un questionnaire RSE stratégique à notre procédure d'appel d'offres s'engager à travailler avec des partenaires ESAT | | |
| ● PILIER ENVIRONNEMENT | | | | |
| 12-9 | Mesurer et sensibiliser aux enjeux du Green IT | <ul style="list-style-type: none"> mesurer l'impact IT de notre activité et mettre en place un programme de sensibilisation externe et interne mesurer et diminuer notre masse annuelle de mails échangés | | |
| | Sensibiliser sur la gestion des déchets | <ul style="list-style-type: none"> Organiser en interne une opération annuelle sur un éco-geste | | |

: Objectifs atteints : Objectifs en cours : Objectifs à lancer

Focus Covid-19 : impacts, mesures et engagements de l'entreprise

Labrador s'engage pour une information d'entreprise sincère. C'est pourquoi vous trouverez dans cette double page une synthèse de ce que le contexte sanitaire et économique a modifié dans les pratiques de l'entreprise.

👉👉 *Il a fallu assurer la continuité de l'activité sans compromis sur la sécurité et tenir nos engagements clients (qualité et délais) tout en basculant toute notre production en 100 % à distance. Un véritable défi que le management et le pôle DSI ont su relever. Paradoxalement, c'est à distance que la solidarité collective et l'engagement individuel unique de chaque Labradorien se sont plus que jamais révélés. Des valeurs qui prennent tout leur sens aujourd'hui et dont nous sommes à la hauteur.* 👉👉

Laurent Rouyrès, Président.

1. La sécurité avant tout

Garantir la sécurité des collaborateurs

Le Groupe a systématiquement anticipé ou suivi avec réactivité les recommandations gouvernementales. Pour limiter les risques de contaminations et clusters, le télétravail a été encouragé ou rendu obligatoire même lorsque les gouvernements ne l'exigeaient pas, et ce quels que soient les métiers du Groupe. Le management est cependant resté à l'écoute de chaque situation individuelle pour adapter au mieux la règle générale. Un planning des plans de continuité de l'activité et des communication effectuées se trouve en page 16.

Suivre l'impact psychologique

Deux enquêtes de satisfaction (103 répondants, collaborateurs permanents et saisonniers) avec des questions spéciales Covid ont été menées. (Résultats en p. 18)

Sans surprise, le manque de lien social a fortement pesé sur le moral des équipes. Mais grâce à une mise en place jugée efficace du télétravail et à une culture de l'autonomie déjà très développée, il a été dans l'ensemble bien vécu. Les situations individuelles ont été prises en compte durant toute cette période par le management, la direction des ressources humaines et les représentants du personnel, que ce soit pour adapter les horaires, autoriser à leur demande quelques collaborateurs en difficulté à revenir travailler sur site ou au contraire à préférer rester en 100 % télétravail durant l'été où un retour progressif sur site était possible. Le programme de convivialité et bien-être, habituellement hebdomadaire et sur site durant la haute saison, a été diminué mais maintenu avec des activités et conférences à distance jusque fin juin (gestion des cycles de sommeil, sophrologie, coffeetime, Do-in, Circuit training). Les sessions mensuelles de Questions Réponses avec la Direction ont été maintenues.

2. Les impacts de la crise sur l'activité

👉👉 *Un immense merci pour le dépôt à la date prévue de notre URD, obtenu grâce à une mobilisation sans précédent et à une dématérialisation de tous les processus organisée de longue date par chacun(e) d'entre vous.* 👉👉

Un client Labrador

Le défi réussi d'une production sécurisée et 100 % à distance

Le métier de Labrador implique une forte saisonnalité. L'agence connaît un pic exceptionnel d'activité de février à mai et les effectifs passent alors d'une soixantaine de collaborateurs à 120. C'est durant cette haute saison critique pour l'entreprise, appelée en interne "mousson", qu'a été annoncé le confinement.

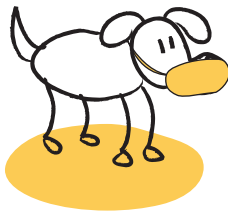
Un pari réussi, alors même que certains de nos partenaires américains et européens (imprimeurs) ont interrompu leurs activités, obligeant Labrador à relocaliser certaines activités de la chaîne de production des documents réglementés.

Réorganisation de l'activité traduction

Le métier de la traduction a été l'activité la plus impactée par la crise. Une réorganisation a été menée durant l'été 2020 afin de préserver l'emploi, adapter la stratégie et le mode de production. Deux départs de collaborateurs ont eu lieu, mais le reste des équipes ont pu évoluer soit sur un nouveau périmètre soit sur un nouveau métier au sein du Groupe a pu évoluer.

UNE OFFRE DE SIGNALÉTIQUE COVID CLÉ EN MAIN ET "NUDGE" POUR FACILITER LE RETOUR EN ENTREPRISE

Un kit signalétique co-conçu avec BVA Nudge Unit a été développé en urgence par Labrador durant l'été. Il permet à toute entreprise de déployer en 48h une signalétique sur site qui favorise l'adoption des bons comportements et redonne confiance aux collaborateurs sur leur lieu de travail.



Covid et démocratie actionnariale, menaces et opportunités

Les Assemblées générales d'actionnaires à huis clos sont du jamais vu. Elles se sont pourtant multipliées durant le printemps, mettant à mal la démocratie actionnariale (voir les interventions média de la F2ic). Pour éclairer ce débat et encourager les bonnes pratiques, Labrador a dans le cadre des Grands Prix de la Transparence :

- intégré à son classement une dizaine de critères publics "spécial AG 2020" ;
- partagé les résultats de cette étude avec la F2ic, la SFAF, l'ANSA et l'AMF ;
- décidé, avec l'accord du Comité scientifique, de maintenir le Grand Prix de la Transparence de la Brochure de convocation, avec un droit de regard du Comité sur la validation des lauréats ;
- travaillé en R&D à une interface digitale pédagogique unique pour les 10K et Proxy américains (lancement en 2021).

Une mise en place chahutée et un potentiel report de la réglementation européenne ESEF

2021 est la première année d'application de la réglementation ESEF. Une échéance à laquelle se préparent activement toutes les sociétés cotées ou émettrices d'obligations en 2020. Labrador accompagne ses clients et plus largement la place pour partager au plus grand nombre une vision éclairée des opportunités qu'apportera cette digitalisation de l'information investisseur. Certains acteurs économiques ont semblé vouloir profiter de ce contexte doublement chahuté — une nouvelle réglementation et une actualité sanitaire et économique anxiogène — à encouragé certains acteurs à jouer de la méconnaissance du sujet et des craintes pour déclencher des décisions d'achats rapides.. Alors même que Labrador propose un accompagnement ESEF de A à Z, son rôle de place et son discours n'a jamais varié « *il est urgent de ne pas se précipiter* ». Il a organisé à cette fin de nombreux événements gratuits et ouverts à tous, sans démarchage commercial (voir encadré, chapitre 1.3). Un relais utile, puisqu'un report optionnel de la mise en place a finalement été annoncé en France en décembre 2020, permettant à chaque société de prendre le temps pour comprendre tous les enjeux du sujet et adapter son accompagnement ESEF à ses besoins réels et futurs.

3. Une nécessaire adaptation des projets

Projets mis en pause ou ajournés

- Certains projets RSE n'ont pas pu voir le jour, faute de moyens logistiques ou financiers ;
- Le partenariat avec Wittyfit sur la satisfaction collaborateurs a été mis en pause pour 2021 ;
- La soirée Labrador et les événements internes 2020 ont été repoussés, puis annulés par sécurité ;
- La cérémonie des Grands Prix de la Transparence n'a pas pu être tenue physiquement, remplacée par une édition online ;
- L'échange de compétences croisées à l'international a été interrompu (VIE aux USA, venue des *Labradoriens* américains à Paris, voyages réguliers de la Direction aux USA) ;
- Le programme bien-être a été moins ambitieux que d'usage.

Nouveaux projets et projets accélérés

- L'évolution de Labrador Language Services a encouragé une réorganisation des pôles développement et marketing, avec une approche Groupe plus intégrée et une orientation client plus forte. La digitalisation de notre métier et de notre offre, déjà lancée en mode projet depuis 3 ans, s'accélère.
- Une réflexion sur l'organisation durable des modes de travail — sur site et télétravail — est en cours. La charte de télétravail doit être révisée à l'aune des nouvelles pratiques qui se sont développées.
- Une prime de mobilité durable est également en cours d'étude, pour favoriser les trajets en transports individuels et durables.
- Un format digital et un partenariat avec la chaîne TV Besmart ont permis aux Grands Prix de la Transparence de se démocratiser et d'ouvrir leur audience à tous.
- La décision d'offrir et de publier officiellement la liste des sociétés ayant reçu un label Transparence a par ailleurs augmenté l'écho des Grands Prix et valorisé les sociétés qui font l'effort d'une communication transparente et sincère, même en temps de crise.
- Cockpit, l'outil de gestion de projet de Labrador mis en place fin 2019, a réussi sa première année de lancement. Il a permis de fluidifier et sécuriser l'ensemble des échanges à distance entre clients et Labrador et de diminuer les échanges e-mails.
- Les Assemblées générales à distance encouragent l'essor de solutions digitales d'information et de dialogue investisseur. Une fonctionnalité d'EOL Nouvelle Génération a été développée en priorité et en avant-première pour offrir une solution clé en main de digitalisation et d'accessibilité de l'information investisseurs dès 2021, en France et aux États Unis.
- De même, la nouvelle version de Plainly a été livrée en décembre 2020. Elle permet à tous les rédacteurs de l'entreprise d'améliorer leurs contenus grâce à une application web accessible depuis un simple navigateur. Elle existe dans une version gratuite accessible à tous (diagnostic) et via un abonnement (aide à la rédaction claire).
- L'Observatoire de l'information d'entreprise a été également digitalisé et démultiplié en 5 webinaires thématiques filmés, rassemblant plus de 150 participants uniques.

Éthique des affaires : adopter une conduite exemplaire

Labrador s'engage à relayer la bonne conduite des entreprises auprès du plus grand nombre. Garantir l'exemplarité dans la conduite de nos affaires représente une condition absolue pour maintenir la confiance de nos clients et partenaires. Pour promouvoir les bonnes pratiques, Labrador a également noué des relations privilégiées avec de nombreux acteurs institutionnels et économiques de la place financière et issus des communautés scientifiques et académiques.

Pour prioriser nos actions, nous avons identifié dans la matrice de matérialité trois thématiques prioritaires en éthique des affaires :

1

**La sécurité
des données**

2

**La transparence
de l'information**

3

**La diffusion des bonnes
pratiques de place**

💡💡 *L'éthique est personnelle : chacun a la sienne. Pourtant l'entreprise doit faire respecter des règles communes là où le moindre écart met l'édifice en danger. Voilà pourquoi la pédagogie est le levier indispensable au juste comportement. Il ne suffit pas de le dire, il faut être certain d'avoir été compris, et mieux encore, de faire adhérer.* 💡💡

Laurent Rouyrès, Président.

1. Sécurité des données

S'engager en matière de cybersécurité

Dans notre métier, nous manipulons tous les jours des données sensibles (financières, juridiques, éthiques, RH...). Elles figurent dans les documents d'informations réglementées ou stratégiques que nous confions nos clients. La sécurité et la confidentialité des données sensibles représentent donc un enjeu éthique majeur pour nos clients comme pour Labrador.

Nous avons donc conçu et appliqué des processus robustes qui sécurisent les flux d'informations dans nos cycles de production. Ils ont été conçus pour que l'innovation et l'ultra sécurité se fassent au service de l'utilisateur final et non à ses dépens, par exemple en sécurisant le travail collaboratif chez nos clients et en interne.



👉 Si nous faisons bien notre boulot, l'utilisateur ne s'aperçoit de rien. La sécurité doit servir la simplicité et la réactivité des échanges dont nous avons besoin dans notre métier.👉

Benoît Rondeau,
Directeur des Systèmes d'information

TESTS DE HACKING

Un cabinet indépendant a réalisé trois tests d'intrusion sur nos plateformes de production collaborative depuis 2015. Menés avec ou sans identifiants utilisateurs (« *grey box* » et « *black box* »), ces tests s'ajoutent aux audits sécurité auxquels nous soumettons régulièrement nos clients français et américains. Même si le match contre les cyber-risques n'est jamais gagné et que nous conservons toute notre vigilance, c'est pour l'instant un 3-0 pour Labrador.

➔ **Preuve de la robustesse de nos procédés : 1 incident déclaré depuis 25 ans, en 2007.**

Nous avons notamment mis en place les dispositifs et investissements suivants :

Sécuriser l'information sensible de nos clients :

- siège parisien : locaux sécurisés, accueil physique personnalisé, accès protégé par deux lecteurs d'empreintes digitales ;
- siège américain : locaux sécurisés, accueil physique personnalisé ;
- plateformes sécurisées d'échange et de production de documents : transport crypté des données, données au repos cryptées ;
- intégration du *Single Sign-On* (SSO) dans notre plateforme de travail collaboratif en ligne (EOL et Cockpit) ;
- un scan de tout document source par l'antivirus Bigg intégré à tous nos outils ;
- serveurs virtuels cryptés individuels pour chaque client ;
- hébergement des données chez un spécialiste de l'infogérance et de la sécurité (serveurs en salle blanche sécurisée, *backups*, etc.) ;
- fibre optique privée (fibre noire) entre le *cloud* externe et le siège ;
- audits sécurité réalisés à la demande de clients par des tiers externes ;
- tout document de travail papier détruit professionnellement avec certificat *Shred-it* ;
- dispositif de restauration de notre production immédiate et sous une demi-journée.

Les + sécurité Labrador

| | Dépôt | Stockage | Edition | Livraison |
|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------|-----------|
| Risque humain | <ul style="list-style-type: none"> • Accès aux locaux par identification empreinte digitale. • NDA signé par tout intervenant. | | | |
| Risque panne électrique / internet | <ul style="list-style-type: none"> • 4 liaisons sur site : Fibre privée (principale), Fibre Orange (secondaire), portail captif Wi-Fi (secondaire), relais 4G. • Redondances des Serveurs. • Accès au réseau interne sécurisé (Ethernet et Wi-Fi) | | | |
| Risque intrusion | <ul style="list-style-type: none"> • Accès SSO • Données chiffrées en transit comme au repos • Hébergement en Datacenter français sur le sol français (IDF et Nord) • Audit annuel de Sécurité : Tests d'intrusion | | | |
| Risque incendie / inondation | <ul style="list-style-type: none"> • PCA en cas de sinistre : 100 % des chargés de production sont équipés d'un ordinateur portable. • <i>Cloud</i> Labrador : accessibilité 99,9 %. | | | |
| Risque stockage / sauvegarde | <ul style="list-style-type: none"> • PCA en cas de sinistre : 100 % des chargés de production sont équipés d'un ordinateur portable. • Données sauvegardées <i>Cloud</i> Labrador : garantie de disponibilité de 99,9 %. • Temps de rétablissement garanti : < 30 minutes (EOL) | | | |

Gérer la confidentialité et les risques d'initiés :

- contrat de confidentialité signé par chaque collaborateur, prestataire et avec le client ;
- chartes informatique et éthique signées par l'ensemble des collaborateurs ;
- liste d'initiés en permanence à disposition du client conformément à la réglementation MAR (règlement européen Abus de marché) ;
- possession d'actions strictement encadrée pour les salariés Labrador ;
- dispositif d'alerte et de *tracking* en cas d'intrusion physique et *data* ;
- collaborateurs formés aux enjeux de sécurité (charte éthique, charte informatique, formation sécurité des données, MOOC cybersécurité) ;
- politique interne et culture de la confidentialité forte.



16%

du chiffre d'affaires investi
dans les outils et
la sécurité des données

Concilier sécurité des données, innovation et simplicité d'usage :

- respect de la loi Informatique et Libertés ;
- aucune donnée personnelle stockée, conformément au règlement général européen sur la protection des données (RGPD) ;
- utilisation d'outils CRM et d'e-marketing professionnels et leaders sur leur marché, octroi de droits d'accès nominatifs et sécurisés aux utilisateurs ;
- nouveauté 2019 : Labrador Cockpit, une interface de pilotage projet unique, collaborative et ultra-sécurisée ;
- formation des contributeurs et hotline technique 24/24 en saison ;
- investissements importants en R&D notamment des partenariats sur les technologies de gestion des données (*data*) qui doivent répondre à tous nos standards de sécurité avant d'être co-développées et co-gérées avec nos experts métiers. En chiffres : 16 % du chiffre d'affaires est investi dans les outils, l'hébergement et la sécurité des données.

Les partenaires historiques de la recherche et développement Labrador

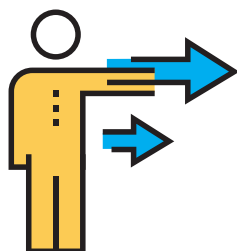
- Éligibilité au Crédit Impôt Recherche depuis 2009.
- La BPI et les banques françaises financent et accompagnent Labrador dans ses projets de R&D à hauteur de 3 millions d'euros en 2019.



Engagement 2020-2022 : Intégrer à notre dispositif éthique un code de déontologie sur l'utilisation du Langage Clair au profit de l'intérêt général et pour le bien commun.

2. Transparence de l'information

Accompagner les émetteurs vers les bonnes pratiques



Le SBF 120 constitue le panel de l'Étude Transparence que nous réalisons depuis 10 ans. Cela représente 7 millions d'employés dans le monde et près de 2 000 milliards de capitalisation boursière.

La Transparence se définit en 4 piliers : Accessibilité, Précision, Comparabilité et Disponibilité de l'information. Ils se vérifient grâce à de très nombreux indicateurs, appelés critères de Transparence. Pris séparément, ils ne sont pas spectaculaires. Ensemble, ils démontrent une véritable volonté d'améliorer la qualité de l'information délivrée et de faciliter la compréhension de l'entreprise. Initiée par certains avant d'être suivie par l'ensemble de la place, cette démarche transforme au fil des années les meilleures pratiques en standards qui s'exportent ensuite bien au-delà du SBF 120.

Et les résultats sont là : 11 ans après la 1^{re} édition de l'Étude Transparence (octobre 2009), l'information est publiée beaucoup plus tôt, elle est plus précise et pédagogique. Tous nos indicateurs montrent des progrès tangibles, même s'il reste du chemin à parcourir en matière de simplicité et de clarté du langage. Cette information de qualité engendre la confiance des marchés, clé de voûte d'une création de valeur durable.

Les Grands Prix de la Transparence s'imposent : classement public, émission TV et intelligence artificielle.



LA TRANSPARENCE EN CHIFFRES

- 1 Comité scientifique composé de 10 personnalités indépendantes issues d'organismes et d'associations qui représentent tous les utilisateurs de l'information ;
- 231 critères publics, objectifs et universels en France ;
- 129 critères aux Etats unis ;
- 4 supports d'information étudiés ;
- 400 sociétés auditées ;
- 15 critères de clarté ;
- + de 44 000 pages scannées par Plainly ;
- + de 78 000 données collectées et analysées en France et aux Etats-Unis ;

Assumer une nécessaire démocratisation

C'est sur le plateau TV de BeSmart dans une émission dédiée qu'ont été dévoilés les résultats des 11^e Grands Prix de la Transparence. Cette édition 100 % digitale ouverte à tous et accessible en replay a été suivie dans les 48h de 3 interviews en direct dans l'émission Smart Bourse. Derrière ce dispositif média ambitieux s'ancre l'impératif de plus en plus clair de démocratiser les Grands Prix. Une volonté qui s'est traduite par une autre initiative inédite : pour tenir compte des défis que rencontrent actuellement les professionnels de l'information investisseurs, le Comité scientifique a décidé d'offrir exceptionnellement le label Transparence à toutes les sociétés éligibles. La liste, et donc le classement complet des sociétés du SBF120 en 4 catégories est devenu public et a été relayé dans les médias. L'objectif reste fidèle à la vision de ces Grands prix : valoriser auprès du plus grand nombre les meilleures pratiques d'un métier de l'ombre.

Le Premier Grand Prix remis par un robot

16 millions. C'est le nombre de mots analysés par Plainly, l'algorithme intelligent de Langage clair, pour passer en revue l'ensemble des URD des 120 plus grandes sociétés cotées françaises et déterminer lequel est le plus clair. La moyenne mesurée du panel (50 % de clarté) et la disparité entre les émetteurs (de 41 % à 67 %) confirment le fort potentiel d'évolution du langage juridique et financier pour le rendre plus clair et performant. En 2021, les documents américains et les codes d'éthique passeront également dans le moteur Plainly. Une technologie très fidèle à l'éthique de ces Grands Prix : objective et universelle, mesurable et publique.

Des pratiques en France qui inspirent également les *Transparency Awards* aux États-Unis, dont la deuxième édition s'est enrichie en 2021 de nouveaux critères et d'un quatrième support audités (*code of Ethics*), portant à 32 000 le nombre de données collectées.

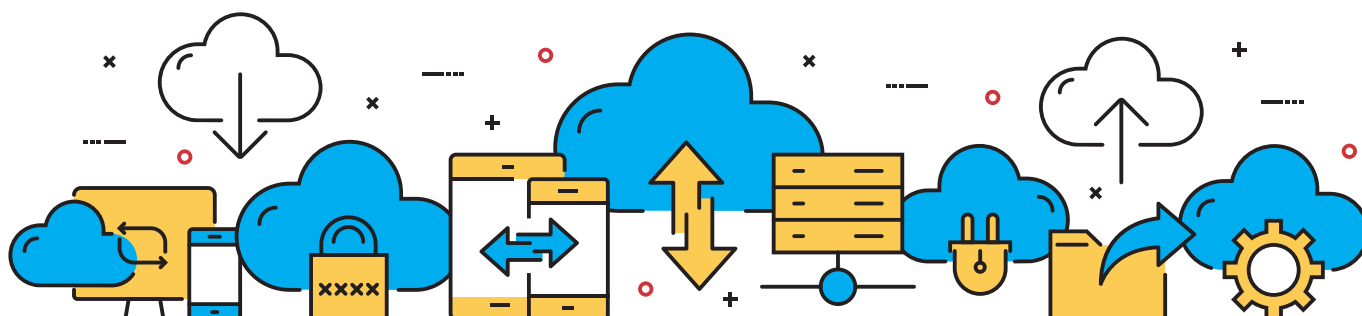


Engagement 2020-2022 : nous souhaitons poursuivre le déploiement des Grands Prix aux États-Unis, en France, et en Europe demain, par une ouverture à de nouveaux panels et secteurs et par une transparence accrue des résultats. Ainsi, nous participons à notre échelle à accélérer l'essor des bonnes pratiques d'information d'entreprise dans le monde.

LABRADOR ET LA DIFFUSION DES BONNES PRATIQUES DE GOUVERNANCE

La gouvernance est aujourd'hui au cœur de l'analyse de la performance des entreprises. Les agences de notation, les analystes ou les actionnaires la scrutent pour demander toujours plus d'informations et de transparence. Or, une bonne gouvernance c'est d'abord une gouvernance claire et comprise de tous. L'action de Labrador dans ce domaine :

- l'étude « **Panorama de la Gouvernance** » avec EY et Ethics and Boards : l'analyse de 220 sociétés de 4 pays européens grâce à 150 critères de gouvernance, validés par un comité scientifique (OCDE, HCGE, Euronext). Les conclusions et les meilleures pratiques sont présentées lors de deux événements réunissant les acteurs de la place financière et lors de rendez-vous individuels gratuits ;
- notre pôle Conseil accompagne nos clients vers les meilleures pratiques de pédagogie de la gouvernance. Il s'appuie sur les nombreux travaux de recherches conduits tout au long de l'année (*benchmarks* France et États-Unis, *User Groups*, critères Transparence, échanges avec des experts, tables-rondes, etc.).



3. Acteur de place engagé

Dans une époque d'inflation des contenus ("infobésité") et de défiance du citoyen, nous avons la conviction qu'une information d'entreprise juste et accessible à tous crée de la confiance. Nous concrétisons cette conviction en tant qu'acteur économique avec nos clients, mais aussi en partageant le fruit de nos recherches avec tous, pour faire bouger les lignes plus vite.

Un blog d'informations au service des bonnes pratiques

Le blog Labrador, c'est un billet hebdomadaire qui traite de l'actualité métier avec :

- des conseils pratiques ;
- un indice chiffré pour comparer les bonnes pratiques ;
- une sélection d'articles de presse et de rendez-vous de place à ne pas manquer.

Chaque semaine, plus de 500 lecteurs lisent le billet (pour 2 000 abonnés actifs), et ce depuis 12 ans en France et 5 ans aux États-Unis. L'abonnement est gratuit et accessible à tous.

NOS PUBLICATIONS

- **60 billets de blog** publiés en France et aux États-Unis
- **Les travaux du User Group** (12 investisseurs et gérants) **et du Comité multi-métiers de l'ESEF**
- **5 éditions du Guide de l'économie comportementale « nudge »** en collaboration avec BVA
- **6 études** publiées par an
- **Les vidéos** des interventions aux Grands Prix de la Transparence

Contribution au débat public

Nous échangeons régulièrement avec plus de 200 acteurs de marché (régulateurs, représentants des grands lecteurs, associations de place, scientifiques, experts, conseils, avocats...). Ensemble, nous construisons et promouvons les meilleures pratiques d'une information d'entreprise de confiance.



Dans ce contexte, nous :

- présentons les résultats de nos travaux sur le Langage clair, la pédagogie et le design de l'information aux régulateurs (au moins 2 fois par an) ;
- co-publions des études sur les bonnes pratiques avec des partenaires (BVA, Equilar, Ethics and Boards, Euronext, EY, Grant Thornton...) ;
- diffusons nos propres études et *benchmarks* gratuitement et à compte d'auteur en France et aux États-Unis ;
- organisons chaque année les Grands Prix de la Transparence ;
- avons développé Plainly, une méthodologie scientifique et un algorithme du Langage clair avec une *start-up* française ;
- participons aux consultations et groupes de travail des associations de place (SFAF, Society for Corporate Governance, Cliff [membre-partenaire], OCDE, MEDEF, ESMA...) ou les organisons (Comité scientifique Transparence, User Group, Comité multimétier) ;
- intervenons et participons régulièrement aux conférences, séminaires et tables rondes des Corporate Secretary et thecorporatetocounsel.net aux États-Unis ;
- effectuons des recherches sur l'« eye-tracking » pour tester en temps réel le comportement de l'œil humain face à une information.

EVÈNEMENTS ET ACTIONS DE PÉDAGOGIE AUTOUR DE L'ARRIVÉE DE L'ESEF

- **Septembre 2019** : Matinale L'ESEF en clair, avec un comité multimétiers indépendant.
 - **Mai 2020** : Consultation publique Labrador/Grant Thornton sur la compréhension des enjeux côté émetteurs.
 - **Mai 2020** : Plénière et 5 ateliers d'informations digitaux rassemblant la quasi totalité des acteurs-experts du sujet — y compris concurrents — organisés avec nos partenaires de place Euronext, le Cliff et l'APDC.
 - **Septembre 2020** : Première étude internationale Labrador/Euronext sur les attentes et pratiques des investisseurs concernant l'ESEF/iXBRL.
 - **Octobre 2020** : Grand Prix de la Transparence, avec une interview croisée sur l'ESEF (Exane/Euronext/Labrador).
 - **Décembre 2020** : Webinaire ESEF avec l'AMF et XBRL Europe, avec annonce du report en exclusivité.
- ... et une dizaine d'interviews sur notre blog d'actualité.

Collaborateurs : un nouveau modèle à co-construire

Pour accompagner notre croissance et notre accélération technologique, nous poursuivons la réorganisation de nos équipes et process. L'enjeu est de taille : conserver l'ambiance de travail positive, bienveillante et propice à la performance qui a fait la réputation de Labrador et gagner en simplicité.

1. Présentation du groupe Labrador et ses collaborateurs

84

Collaborateurs*
dont 74 en France

L'effectif total moyen se compose de **32 %** de personnes en contrat à durée déterminée. Cette proportion importante s'explique par la saisonnalité de l'activité : le groupe Labrador réalise environ 54 % de son chiffre d'affaires annuel en 3 mois seulement (75,5 % en 6 mois). Chaque année, de nombreuses personnes viennent renforcer nos équipes de production pour nous permettre de répondre à cette augmentation d'activité.

En 2020, l'effectif moyen mensuel du Groupe a augmenté d'environ **6,6 %** par rapport à l'exercice précédent. Cette hausse s'explique par le renforcement des effectifs dans les équipes de production et l'allongement de la saison de production en raison de la survenue de la pandémie de Covid-19.

Les femmes représentent 70 % des effectifs du groupe. Cependant, ce ratio hommes/femmes est plus équilibré aux États-Unis où nous comptons 50 % de femmes et 50 % d'hommes.

La répartition des managers est proportionnelle à la répartition par genre. En effet, 88 % des managers sont des femmes. En revanche, la proportion d'hommes ayant un poste managérial (23,5 %) est équivalente à celle des femmes (23,4 %). Concernant la direction, elle se compose à 40 % de femmes.

Les expertises métiers présentes au sein de l'agence nécessitent un personnel qualifié. Cela se traduit par un taux de personnel cadre de 94 %.

La tranche d'âge des 40-45 ans est toujours la plus représentée. On note que la représentation des *Labradoriens* de moins de 40 ans (34%) est devenue inférieure à celle des plus de 45 ans (44%), situation qui s'est inversée par rapport à 2017.

L'âge moyen est de 42,74 ans, en sensible évolution par rapport à 2019 (41,36).

L'évolution de l'ancienneté moyenne (6 ans) au niveau Groupe reste stable malgré une forte augmentation aux États-Unis et une légère baisse en France.

42,7 ans

âge moyen

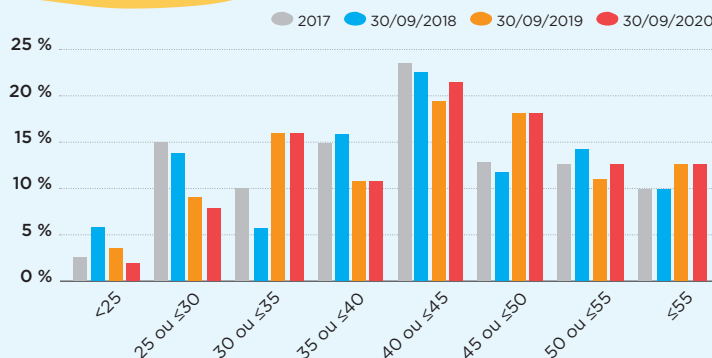
6 ans

d'ancienneté
en moyenne

10

nationalités

PYRAMIDE DES ÂGES



3%

des salariés
du Groupe travaillent
à temps partiel

Il s'agit de femmes qui ont sollicité, ponctuellement ou non, une adaptation de leur temps de travail pour le conjuguer à leur vie de famille. Jusqu'à aujourd'hui, toutes les demandes de passage à temps partiel ont été acceptées.

DES BIENFAITS DE LA DIVERSITÉ

Nous sommes convaincus que la diversité des âges, des parcours, des nationalités est une source d'enrichissement social et de performance économique. Nous encourageons tous les talents et veillons à n'appliquer aucune discrimination, qu'elle soit basée sur le sexe, le handicap, l'âge, l'orientation sexuelle, la religion ou les opinions politiques. Ces principes sont développés dans notre charte éthique.

SÉCURITÉ ET SANTÉ : PRÉVENIR

L'activité de Labrador ne présente pas de risques majeurs pour la santé et la sécurité des collaborateurs. Nos efforts portent en priorité sur la prévention des risques psychosociaux, comme la gestion du stress. Toutefois, ont été mis en place :

- une charte de sécurité sanitaire (nouveau)
- une signalétique Covid sur site (nouveau)
- un protocole d'entretien et désinfection des locaux renforcé (nouveau)
- des dispositifs de prévention sanitaire (niveaux 1, 2 et 3) et leurs équipements
- des lecteurs d'empreintes digitales à l'entrée du bâtiment et à l'entrée des bureaux ;
- un sas d'accueil des invités en journée, de la télésurveillance et une protection par alarme en soirée ;
- des équipements anti-incendie aux normes, révisés chaque année au mois de juillet ;
- un service de taxis pour les salariés qui quittent les bureaux tard le soir ;
- une formation aux premiers secours suivie par 30 collaborateurs ces deux dernières années. ;
- un défibrillateur ;
- des couvertures santé et prévoyance d'entreprise pour tous les salariés permanents et saisonniers, prises en charge à 50 % (santé) et 100 % (prévoyance) par Labrador.

Malgré une légère hausse du taux d'absentéisme pour maladie (5,74 % en 2020 vs 5,5 % en 2019), la situation s'est globalement améliorée. En effet, en faisant abstraction des congés maternité et parentaux le taux d'absentéisme pour maladie est de 3,64 % versus 5,3 % sur l'exercice précédent. Par chance, l'entreprise a été très peu touchée par des absences maladie liée à la Covid-19, grâce à la mise en place rapide de dispositifs sanitaires sur site et du travail à distance (deux points jugés très efficaces dans les enquêtes collaborateurs, cf. page 18).

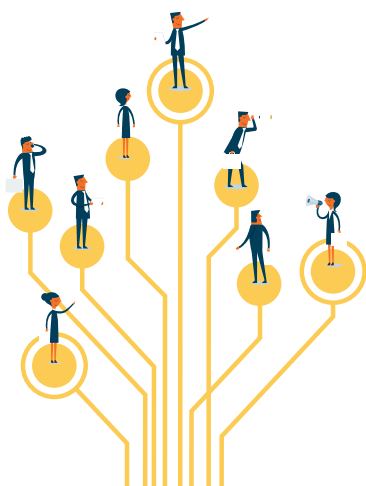
FOCUS COVID-19 : DES PLANS DE PRÉVENTION SUR SITE À LA BASCULE EN 100 % TÉLÉTRAVAIL

- **6/03** : Communication interne - Mise en place de mesures préventives sur site (Niveau 1 France et États-Unis)
- **13/03** : Communication interne - Dispositif de prévention sanitaire renforcé (Niveau 2)
- **Mars** : Kit Masque+gel hydroalcoolique fourni à tous les collaborateurs en présentiel
- **17/03** : Message du Président, 100 % de nos effectifs passés en télétravail + message clients
- **23/03** : Message de la DRH, notice d'accès à la téléconsultation médicale
- **05/05** : Message de la Direction des Opérations : maintien du télétravail jusqu'à nouvel ordre
- **19/06** : Message de la DRH - création d'une Charte de sécurité sanitaire Covid-19
- **Juin** : Réorganisation des espaces, signalétiques et jauge de présence à Paris
- **23/09** : Communication interne - Modalités de retour progressif sur site à Paris
- **13/10** : Communication CHSCT - Précisions sur le retour sur site en France (adapté)
- **29/10** : Communication interne - Retour au 100 % télétravail (adapté)
- **Depuis mars** : Équipes américaines en 100 % télétravail

2. Les ressources humaines au cœur d'une stratégie de croissance

Le groupe Labrador a lancé en 2017 un plan stratégique de développement à horizon 2022. Une stratégie de croissance ne pouvant se limiter à un simple objectif de résultats comptables, elle s'accompagne d'une politique RH ambitieuse et adaptée.

Mieux organiser nos ressources humaines pour préparer la croissance



Depuis 2018, nous avons profondément réorganisé la structure de l'entreprise pour répondre à trois enjeux :

- 1) se doter d'une organisation qui puisse **soutenir la croissance** et **adresser des enjeux technologiques importants** ;
- 2) **renforcer le rôle de proximité et la professionnalisation du management** ;
- 3) **accompagner et préparer tous nos collaborateurs** à ce changement de dimension.

Nous avons donc mené plusieurs chantiers structurels depuis 2018, qui se sont poursuivis en 2020 malgré le contexte :

- **L'intégration rapide et pérenne de nouveaux collaborateurs**, avec un programme d'onboarding.
- **Une formalisation des compétences et des fiches de poste de chaque collaborateur**, pour clarifier les champs de responsabilités et rééquilibrer la charge de travail par métier. Certains métiers ont ainsi évolué.
- **Le lancement de programmes de formation** pour enrichir notre capital humain et anticiper l'évolution de nos métiers.

Grâce à ces trois initiatives, nous pouvons mieux répondre à des problématiques telles que le surmenage, la valorisation des qualifications des collaborateurs et la communication entre les équipes. Nous sommes, en 2020, toujours dans une dynamique de mise en place qui s'accélérera probablement en 2021/2022.

Formation et valorisation des compétences



Labrador s'efforce de valoriser les compétences de ses collaborateurs et de les développer au travers des initiatives suivantes :

- un entretien individuel annuel qui permet de faire le point sur le travail accompli par le collaborateur grâce à une grille d'évaluation commune à tous ;
- la mise en place d'objectifs collectifs (30 %) et individuels (70 %) récompensés par des primes ;
- la garantie d'une progression continue de ses qualifications ;
- un programme collaboratif de formations internes, lancé en 2018 et qui compte aujourd'hui une quinzaine de modules ;
- un programme de coaching des équipes commerciales et relation clientèle pour les accompagner dans leurs activités commerciales ;
- des formations dispensées aux managers pour les accompagner dans leurs fonctions managériales ;
- un programme de formation des CDD dès leur arrivée, pendant la « mousson » (pic d'activité saisonnier).

979,2 heures

de formation dispensées
au total en France

0,73%

taux de formation

11 heures

de formation en moyenne
par collaborateur

FOCUS SUR LE PLAN DE FORMATION

Les diverses urgences de la situation sanitaire en 2020 ne nous ont pas permis de travailler sur le sujet de la formation à hauteur de nos ambitions. Les temps de formation affichent donc un net recul : seules 979 Heures de formation ont été dispensées, soit 11,7h par salarié en moyenne. Nous visons une nette progression de ce chiffre dans les années à venir.

Les modules de formations internes sont dispensés pour et par les collaborateurs et souvent ouvertes à tous, avec pour objectif de :

- donner à chacun un socle de connaissances métier communes ;
- rendre chaque *Labradorien* acteur de son développement et ainsi cultiver et enrichir notre capital humain ;
- créer une émulation entre les *Labradoriens* pour partager leurs savoirs ;
- anticiper l'évolution de nos métiers.

Ces formations portent sur des thèmes variés comme : "Labrador, sa vision et ses marques", "Mieux parler de notre engagement RSE", "la Transparence", "Actualités de gouvernance", "notre offre Langage clair", "Le prélèvement à la source", etc.

En dehors de ces modules, plusieurs séances de coaching ont été dispensées aux équipes commerciales et relation clientèle ou responsables de production pour les accompagner dans leurs rôles d'ambassadeurs internes. Des formations spécifiques sont programmées pour la fin d'année 2020, comme "Comment manager à distance" ou "Social selling".

Par ailleurs, chaque année un programme de formation est dispensé aux collaborateurs qui nous rejoignent pour le pic d'activité. Ces collaborateurs sont formés à nos outils, nos process et notre culture d'entreprise.

4 QUESTIONS

à Claire Joppin,
Responsable de Production

Tu as participé à une formation à distance... sur le management à distance. Qu'est-ce que tu as le plus apprécié ?

Le format assez moderne, qui permettait la mise en pratique de l'aspect théorique avec des modules à compléter. Même en distanciel, l'interaction avec la formatrice et les jeux de rôles ont permis de mieux appréhender la façon de communiquer en situation de management à distance.

Avais-tu ressenti des difficultés de management et de gestion de l'humain durant le confinement ?

Oui, surtout en plein rush malgré les 2 mois que nous avons passés avec les équipes de chargés de projet avant le confinement.

En quoi penses-tu que cette formation va t'aider dans ta mission et ton quotidien ?

Cela a apporté quelques clés pour aller plus à l'essentiel dans les échanges et la transmission des informations, aussi bien dans une situation particulière comme aujourd'hui que dans un quotidien en présentiel.

Est-ce que tu penses que Labrador t'apporte le soutien nécessaire dans ta mission au travers de ces programmes de formations ?

Cette formation a montré le soutien attendu quant aux besoins d'accompagnement sur l'encadrement en situation de télétravail.

Lutte contre le surmenage et la surcharge de travail



En 2019, nous avons lancé une charte de télétravail pour faciliter et formaliser l'accès à cette pratique, en autorisant 44 jours de télétravail par an, validés par les élus du Comité Social et Économique. Les pratiques de télétravail ayant évolué avec la Covid-19, elle sera révisée en 2021 par leurs soins.

Le parc informatique a été renouvelé en 2019 pour équiper davantage de collaborateurs en ordinateurs portables. L'investissement en 2019 s'est élevé à 30 000 euros. Cette démarche s'est poursuivie en 2020, où l'investissement s'est élevé à 15 000 euros. Nous espérons ainsi apporter plus de flexibilité aux collaborateurs quant à l'organisation de leur temps de travail.

En effet, l'équilibre vie professionnelle / vie personnelle est une problématique souvent abordée par les collaborateurs lors des enquêtes de satisfaction. Les soldes non pris de congés et les heures supplémentaires sont donc également un point d'attention du management de proximité, qui pilote désormais ce sujet avec des indicateurs de suivis individuels, hebdomadaires et partagés avec la DRH. Ils complètent une pratique répandue d'octroi de jours de récupération liée à nos caractéristiques métiers (forte disponibilité, rushes, saisonnalité...)

TRANSFORMER LES ENQUÊTES DE SATISFACTION EN MOTEUR DE SOLUTIONS

Après avoir mesuré le bien-être à l'aide de partenaires *start-up* externes (Supermood en 2015 et 2016, puis la plateforme Wittyfit en 2019 et 2020), Labrador prévoit d'internaliser de nouveau la mesure de la satisfaction collaborateur en 2021 (comme en 2017 et 2018). Si notre ambition reste d'actionner ce baromètre interne, le projet d'un accompagnement externe professionnel a été mis en pause. Toutefois, la dynamique est maintenue :

- Baromètre annuel 2020 auprès de l'ensemble de ses salariés permanents en France et aux États-Unis (janvier 2021) complété d'un sondage similaire simplifié auprès des salariés saisonniers (juin 2020).
- La méthodologie et les questions étaient identiques à l'année précédente, complétées de 3 à 5 questions Covid-19.
- La satisfaction collaborateur est mesurée par 5 catégories et le stress via des indicateurs de charge de travail et d'autonomie.
- Avec 53 répondants, le taux de participation est de près de 100 % (vs 75 % en 2019).
- La moyenne du groupe est assez stable, avec un indicateur "Satisfaction au travail" à 6,8/10 et à 6,9/10 pour l'indicateur "Stress". Même si nous visons mieux, cela est considéré comme un résultat satisfaisant par notre ancien partenaire Wittyfit.

RÉSULTATS DES ENQUÊTES SATISFACTION 2020 - FOCUS SUR L'IMPACT DE LA COVID-19

7,7*/10
Procédures et mesures d'hygiène

8,3*/10
Niveau d'information

6,5/10
Animation et liens sociaux et humains maintenus

7,7/10
Prise en compte et adaptation aux situations individuelles

9,1* et 8,4/10
Bonne gestion de la mise en place du travail à distance

5,4/10
Mon quotidien et/ou ma charge de travail est resté identique ou s'est légèrement amélioré

6,5/10
Mon degré d'autonomie s'est plutôt développé

* Public saisonnier interrogé en mai 2020.

3. Bien-être et convivialité sont présents au quotidien



L'esprit Labrador en trois lettres : Liu (Labrador is unique)

Le bien-être et l'épanouissement des collaborateurs font partie de nos enjeux prioritaires. Ils régissent nos interactions et s'incarnent dans nos valeurs (le collectif, l'anticonformisme et la joie de vivre). La démarche Liu, lancée en 2015, reflète bien cet état d'esprit. Ce projet collaboratif vise à apporter un souffle de bien-être et une touche de convivialité dans le quotidien des collaborateurs à travers les initiatives suivantes :

- **des massages shiatsu** tous les mercredis pendant le pic d'activité* ;
- **des séances de sophrologie** pour réduire le stress* ;
- une mise à disposition de **meubles ergonomiques** ;
- une mise à disposition de **deux cuisines équipées et d'une terrasse arborée** ;
- **des ateliers pour apprendre à mieux maîtriser son stress et ses émotions** ou encore à mieux gérer son temps et ses priorités* ;
- **des fruits et des chouquettes livrés** à l'agence chaque semaine pendant le pic d'activité ;
- **du thé et du café à volonté** à disposition des collaborateurs ;
- **une newsletter mensuelle et collaborative** en France et aux Etats-Unis (Happy News) ;
- **un événement de convivialité chaque mois** (Galette des rois, Chandeleur, Saint Patrick, soirée de Noël, soirée de fin d'année, etc.) ;
- **un événement de team building annuel** ;
- **une plateforme collaborative (Windoo).**

En 2020, une partie de ces initiatives ont été annulées ou reportées, remplacées par quelques animations à distance (blindtest, do-in, circuit training...).

Liu, vecteur de solidarité

Le collectif RSE s'est donné pour mission de promouvoir davantage la philosophie portée par le projet Liu. Les collaborateurs sont invités à partager leurs initiatives sociales.

- **2018 : récolte de dons dans le cadre de Movember**** porté par Thomas. Opération « **Secret Santa** » au profit des personnes sans-abri portée par Marie-Olga.
- **2019 : petit-déjeuner solidaire de Noël** en partenariat avec l'association Entourage et collecte pour 120 cafés suspendus offerts aux plus démunis. Passage au journal de 20h de TF1 pour cette opération (action de sensibilisation publique), porté par Marie-Olga.
- **2020 : distribution aux Restos du cœur de 2 500 cookies Laura Todd** à l'annonce du confinement, porté par les directions des deux entreprises. Programme de sensibilisation et **défi collectif dons du sang, de plaquette, plasma et moelle osseuse**, porté par Eva.
- Le partenariat que nous avons depuis plusieurs années avec l'association 100 chances 100 Emplois d'insertion professionnelle de jeunes en difficulté n'a pas été renouvelé en 2020, le collaborateur porteur de projet ayant quitté l'entreprise.

* À noter : le dispositif « activité bien-être » lors du pic d'activité (massage, sophrologie, gestion du stress, etc.) s'élève à 5 500 euros pour 3 mois et est ouvert à tous (hors dispositif « animations plaisir » : paniers de fruits, chouquettes, événements et soirées).

** Movember : mouvement mondial visant à sensibiliser l'opinion publique et à lever des fonds pour la recherche dans les maladies masculines telles que le cancer de la prostate.

👉👉 *Ce format est une opportunité très intéressante, l'occasion d'un échange constructif et en toute liberté, entre la direction et les collaborateurs* 📍📍

Charleyn, Responsable de clientèle

Le dialogue sous toutes ses formes

La proximité et l'échange font partie de la culture Labrador. Nous encourageons donc le dialogue sous toutes ses formes, lors de rencontres formelles et informelles organisées au cours de l'année parmi lesquelles :

- un **Q&R tous les deux mois** — un en France puis un aux US — (session de questions/ réponses libres entre les collaborateurs et la direction, organisé en France et aux États-Unis) ;
- **des activités et des événements mensuels renforçant la cohésion des équipes** (journée d'équipe, apéro de fin de saison, apéros d'équipe réguliers, etc.) ;
- la publication d'**une newsletter mensuelle collaborative (Happy News)** ;
- la présence de **deux représentants du personnel** à l'écoute des équipes de Labrador Paris.

En 2019/2020, des déjeuners informels ont également été organisés entre nos collaborateurs et le président de Labrador, avec comme objectif de favoriser encore davantage le dialogue. Chaque collaborateur a été invité à échanger avec le président de manière informelle sur la stratégie de Labrador, son présent et son avenir, avec cinq à six autres collaborateurs ayant la même ancienneté.

4 QUESTIONS

à **Benoît Rondeau**,

Directeur des Systèmes d'information, sur les déjeuners avec le Président

Qu'as-tu pensé de cette initiative ?

J'ai trouvé l'initiative excellente, le dialogue n'est jamais meilleur que lorsqu'il est à l'initiative du boss lui-même !

Est-ce-que tu as aimé l'ambiance ?

L'ambiance d'un « déjeuner de famille », culturellement c'est nous, c'est français. C'est là qu'on se dit souvent les choses.

As-tu trouvé cela utile ?

Ce type de rendez-vous, annuel, ritualisé, est utile dès lors que ce qui y est dit se transforme en actions positives au bénéfice de tous, c'est-à-dire de l'entreprise.

Est-ce-que tu t'es senti à l'aise ?

Oui, merci ! Mais pas autant que la prochaine fois ;-)

Partenaires et clients : mode collaboratif activé

Labrador travaille quotidiennement avec les entreprises cotées qui doivent répondre aux exigences réglementaires du marché. Une politique RSE efficace et opérationnelle permet d'entretenir la relation de confiance qui nous lie à nos clients et fournisseurs.

Partager les mêmes problématiques de développement durable que nos partenaires crée un langage et un engagement commun autour des mêmes valeurs :

1

La satisfaction client

2

L'innovation constante

3

Des partenariats durables

1. La satisfaction client, quête d'amélioration continue

Taux de satisfaction client



7,82/10

7,7/10 en 2019



7,66/10

7,5/10 en 2019

Labrador US

9,56/10

9,3/10 en 2019

Valoriser l'information financière, juridique et extra-financière des émetteurs, voici l'obsession de Labrador depuis plus de 25 ans. Sur le terrain, cela signifie faciliter la vie de nos clients :

- par une gestion de projet externalisée et un traitement professionnel de leur information sensible ;
- par une triple expertise unique : information réglementée, design de l'information, langage clair et traduction ;
- par la veille, l'anticipation et le partage des meilleures pratiques futures.

Comment se passe un dossier Labrador ?

- Identification des besoins clients, benchmark et amélioration fond et forme des documents grâce au Pôle Conseil ;
- Un trinôme d'expert, équipe dédiée tout au long de la production des documents (conseil en design et langage, responsable production, chargé de projets) ;
- Synergie entre Labrador Information Design pour la mise en page et Labrador Language Services pour la traduction professionnelle et la rédaction en Langage clair des documents ;
- Questionnaire et débriefing post-production dans le but d'optimiser les processus et documents l'année suivante.

Le questionnaire mesurant la satisfaction de nos clients est réalisé par un organisme tiers, la Junior Entreprise ESSEC. Les réponses transmises par nos clients servent à la fois de baromètre annuel de la satisfaction client et de base de réflexion et d'échanges pour améliorer notre performance. Ces résultats permettent aussi de déterminer le montant de la prime collective, versée en fin d'exercice à tous les collaborateurs de notre groupe sur le critère « Qualité ».

Alors que le taux de satisfaction client aux Etats-Unis est toujours aussi bon (plus de 9 clients sur 10 nous recommandent), le taux de satisfaction client 2019 en France n'était pas à la hauteur de l'exigence et de la qualité que Labrador incarne depuis 25 ans sur le marché. Un plan d'action a été immédiatement mis en place pour limiter et corriger l'impact côté client durant la période de production de leurs documents, et *a posteriori* pour utiliser ce marqueur comme une opportunité de réinventer les standards de qualité Labrador :

- Réajustement des équipes (départs, nouveaux recrutements, formations d'accompagnement et renforcement des processus d'encadrement des nouvelles équipes, pour atteindre les standards de nos équipes seniors).
- 3 engagements qualité nouveaux et ambitieux en matière de Transparence : une météo qualité diffusée en temps réel sur tous les projets en cours dans l'agence, une interface de pilotage projet *online* partagée avec nos clients (Cockpit, voir ci-dessous), toute correction d'auteur non ou mal intégrée par Labrador fait l'objet de pénalités auto-administrées dès la première année.

Ces mesures ont commencé à porter leurs fruits dès 2020 puisqu'on constate une légère augmentation du taux de satisfaction chez toutes les entités du Groupe malgré les spécificités du contexte. Ces efforts doivent se poursuivre pour l'année 2021.

2. L'innovation au service de l'information d'entreprise

📍📍 *Notre métier est très récurrent. Pourtant notre réussite tient à notre capacité à toujours innover. Pour certains c'est déroutant, pour nous c'est grisant.* 📍📍

Laurent Rouyrès, Président de Labrador

Inventer la production de demain



+ de 55 000
pages traitées
par EOL en 2020
+22 % vs 2019

Amélioration continue de la performance

Depuis plus de 25 ans, nous nous mettons à la place des lecteurs pour concevoir des documents réglementés avec une ergonomie performante et le respect des 4 piliers de la Transparence. Côté émetteurs, notre recherche de performance fut tout aussi exigeante : le nombre de pages des documents a pu être réduit d'environ 20 % et le cycle de production « classique » des documents a été raccourci et sécurisé. Désormais, les équipes produisent ce document en 3 à 4 semaines en moyenne, contre 8 à 9 semaines auparavant. Les lexiques et mémoires de traduction ont rationalisé et harmonisé les traductions qui sortent désormais en même temps que leur version originale. Nos travaux actuels sur le Langage clair continueront d'améliorer la qualité, les délais et les coûts de traduction.

Produire en ligne : Labrador EOL et Cockpit

Penser la production de demain fait donc partie intégrante des priorités du groupe Labrador. Fruit de 9 ans de R&D, notre plateforme Edit OnLine (EOL) a inventé un nouveau mode de production — ultrasécurisé, collaboratif et en ligne — qui reste encore aujourd'hui inégalé. Concrètement, c'est 47 % de temps gagné en moyenne (étude satisfaction 2018). Un temps précieux qui peut désormais être consacré à l'amélioration de la qualité de l'information ou à la relation investisseurs et actionnaires.

En 2019, Labrador Exchange, notre plateforme de dépôt sécurisée, est devenue Labrador Cockpit : une interface de pilotage projet unique, collaborative et ultra-sécurisée. Le client et son équipe Labrador partagent la même vision de l'avancée de leurs projets en temps réel, en toute transparence et dans un environnement de travail *online* 100 % sécurisé. C'est le fruit de :

- 7 mois de R&D ;
- 8 experts métiers Labrador dédiés à 50 % sur ce projet pendant 6 mois ;
- 220 jours de développement, et
- 90 jours d'UX/UI Design.

Réinventer les standards de nos métiers

👉👉 Notre laboratoire d'innovation interne est assez unique car il s'appuie sur la rigueur scientifique et un rêve un peu fou. Labrador Maverick veut inventer et prouver comment améliorer la performance de l'information d'entreprise, dans tous les domaines et au service de l'intérêt général. 👉👉

Eva Bastide, Secrétaire Générale

Chiffres clés Plainly

+300

utilisateurs professionnels

200 000

pages analysées

50,46 %

note moyenne



En parallèle de ces innovations côté outils de production, le premier laboratoire de recherche en information d'entreprise est né. Labrador Maverick est chargé d'inventer les nouveaux standards de l'information et de les partager au plus grand nombre. Cette cellule d'innovation du groupe anime donc une communauté d'experts ouverte et assez éclectique : des sciences de l'information aux neurosciences en passant par la linguistique. Le fruit de ces recherches est intégré dans la Méthode Labrador et diffusé au marché via des études et publications. Labrador Maverick teste également les innovations et nouvelles technologies transposables à nos métiers, ou les co-développe lorsqu'elles n'existent pas.

Les travaux et innovations « Maverick » en 2020

Comprendre les besoins investisseur pour bâtir l'URD digital idéal

Les conclusions de l'étude Labrador/Euronext sur les usages et attentes des investisseurs envers l'ESEF sont claires : les pratiques quotidiennes de collecte de ces *data-crunchers* ont très peu évolué. Elles sont chronophages et à risques. La digitalisation de l'information investisseurs qu'initie en Europe la réglementation ESEF va bouleverser ces pratiques d'un autre temps. Nous avons donc réunis graphistes, développeurs, experts du HTML et du XBRL et investisseurs autour d'ateliers pour co-crée l'URD digital qui créerait pour eux le plus de valeur. Et décliner cela pour les documents *Proxy Statement* et *10-K* aux USA. Parce que cette transformation digitale doit améliorer la comparabilité appelée par les investisseurs, nous l'avons pensé comme un modèle standard et automatisé. Une fonctionnalité intégrée à notre plateforme EOL Nouvelle Génération, mais également ouverte aux autres modes de production de ces documents, car cette transformation digitale prendra plusieurs années. Développement en cours, sortie prévue en 2021 !

Plainly, un algorithme gratuit pour mesurer scientifiquement la clarté de n'importe quel texte

Le Langage clair, ou *Plain Language* dans les pays anglo-saxons, est une méthode scientifique qui supprime la pollution textuelle des rédactions professionnelles. Elle insufflé une vraie révolution aux textes financiers et juridiques rédigés chaque année par des experts. Mais pour que ce soit le plus grand nombre qui adopte ce progrès, il faut pouvoir le mesurer et le démontrer. Nous avons donc défini en 2018 une équation de la clarté d'un texte composée de 18 critères objectifs, en nous appuyant sur l'ensemble des recherches académiques dans ce domaine. En 2019, nous avons développé avec une *start-up* française spécialisée en intelligence artificielle et en sémantique un algorithme qui automatise 15 de ces 18 critères. *Plainly* est né. Ce service en ligne gratuit pour toutes les entreprises délivre en 3 clics une note de clarté à n'importe quel texte.

Notre objectif pour 2020 était de prouver l'efficacité concrète du Langage clair au travers d'une étude scientifique à large échelle.

Nous l'avons fait, en France et aux Etats-Unis, en collaboration avec BVA via deux publications :

- « L'efficacité du Langage clair prouvée par les chiffres » - Janvier 2020, et
- « The effectiveness of plain language proven by data » - July 2020.

Mais la grande révolution de 2020 c'est la nouvelle version de *Plainly* déployée en octobre 2020. Notre outil de diagnostic de clarté est désormais couplé à un outil d'aide à la rédaction claire. Dans un environnement bureautique familier, nos clients peuvent améliorer la clarté de leurs textes professionnels en toute autonomie, grâce aux indications et suggestions de *Plainly*.

3. Le partenariat durable au cœur de nos relations



130
indépendants
dans les métiers
de l'édition

419
traducteurs

Nos fournisseurs et partenaires sont un maillon de la chaîne de valeur indispensable pour garantir sérénité et fluidité dans le déroulement des différentes productions.

Il est essentiel pour le groupe Labrador de partager une vision et un avenir communs avec ses différents prestataires : travailler dans un environnement stimulant, disposer de compétences adéquates et être rémunérés de manière juste.

Pour entretenir une relation pérenne, nous prenons les initiatives suivantes :

Garantir l'exigence et l'objectivité dans la sélection de nos partenaires

- Formaliser des appels d'offres obligatoires pour les fournisseurs dont le chiffre d'affaires confié est supérieur à 50 000 euros, renouvelable tous les deux ans et intégrant les aspects financiers, technologiques et éthiques.
- Sélectionner des partenaires *freelances* par un processus de *live tests*, assurer un suivi et une analyse annuelle chiffrée de la performance individuelle.

Depuis 2019, Labrador fait travailler des salariés issus d'un ESAT ⁽¹⁾, afin d'accompagner les travailleurs handicapés dans l'emploi.

Sensibiliser et impliquer nos fournisseurs sur les enjeux métiers d'avenir

- Informer grâce à une *newsletter* d'information semestrielle « BeLABT » à destination du club des traducteurs *freelance*.
- Développer les expertises et les compétences de notre écosystème : programme de formation et de mise à niveau annuel, en présentiel ou à distance, des partenaires *freelance* graphistes, traducteurs, conseils et rédacteurs.

En 2020, nous avons mené quatre formations en ligne interactives pour nos traducteurs sur les thématiques suivantes : utilisation de nos outils technologiques, le Langage clair, la relecture et le contrôle qualité.

Et pour l'avenir ?

- Mettre en place une procédure d'achats responsables plus performante au sein de l'entreprise.
- Soutenir nos prestataires vers une politique RSE plus forte, plus engagée : avec modestie et à petits pas. Labrador a la volonté de travailler auprès de ses fournisseurs pour une politique RSE à l'unisson.
- La première étape de cet engagement consiste à réaliser un questionnaire d'évaluation de la démarche RSE de nos fournisseurs.
- Une fois ces questionnaires réalisés et restitués, nous pourrions nous inscrire dans une démarche mutuelle de perfectionnement de notre responsabilité sociétale.

CHIFFRES CLÉS PARTENAIRES ET FOURNISSEURS LABRADOR

- **500 partenaires actifs en France**, dont **36** représentent plus de 50 % de nos achats
- **10 fournisseurs locaux** aux États-Unis
- **50 jours de délai moyen en 2019 pour le paiement** de nos fournisseurs en France et aux États-Unis : (contre 60 jours de délai moyen de paiement par nos clients)
- **5 personnes responsables** du sourcing, de la qualité et des achats.

(1) Établissement et service d'aide par le travail réservé aux personnes en situation de handicap et visant leur insertion ou réinsertion sociale et professionnelle.

Environnement : limitation de notre empreinte

L'environnement est l'enjeu du 21^{ème} siècle. Malgré une empreinte environnementale modeste (taille de l'entreprise et activité tertiaire), Labrador place cet aspect sociétal au cœur de ses priorités. En pratique, il s'agit de repenser les habitudes et les façons de travailler tout au long de la chaîne de production : de la conception d'une maquette à la livraison finale des documents.

Pour contribuer à la préservation de notre environnement, Labrador travaille aussi bien en interne qu'en externe. Nous articulons nos actions autour de différents pans :

1

Créer une informatique plus verte

2

Consommer justement nos différentes ressources

3

Donner une impulsion nouvelle aux éco-gestes et éco-initiatives en interne

1. Le numérique responsable (*Green IT*) : un enjeu majeur

Comme l'indique notre matrice en page 5, le *Green IT*⁽¹⁾ représente un enjeu environnemental majeur pour notre activité et mérite toute notre attention. La mise en place d'actions concrètes contribue à rendre notre informatique et son utilisation plus économe et écologique.

Le *Green IT* mesure les nuisances et les conséquences environnementales de chaque équipement informatique durant toute sa durée de vie (fabrication, utilisation et fin de vie). Mesurer et maîtriser le *Green IT* passe donc par deux aspects primordiaux :

- une gestion raisonnée de notre parc informatique et bureautique ;
- des outils mis à disposition des clients et collaborateurs, notamment pour limiter les échanges de courriels, et l'utilisation raisonnée de serveurs.

Une gestion raisonnée de notre parc informatique et bureautique

15 000 €
investis dans
le renouvellement
du parc informatique

Nos principaux équipements énergivores chez Labrador sont les équipements informatiques et les serveurs utilisés pour le fonctionnement de notre activité. Labrador renouvelle régulièrement son parc informatique pour disposer de machines et d'outils avec une empreinte environnementale plus limitée que le matériel utilisé précédemment. Mais ce n'est pas tout. La mise en place de nouveaux usages et la pratique d'éco-gestes IT contribuent aussi à réduire notre consommation énergétique au quotidien :

- Messagerie professionnelle et Drive (serveur collectif partagé) des *Labradoriens* hébergés sur le *cloud* public de Google dans des centres de données verts (qui ré-exploitent la chaleur des serveurs) ;
- Veille automatique configurée par défaut lors de l'installation des postes de travail (15 minutes pour un poste fixe, 5 minutes pour un portable, 30 secondes pour un téléphone) ;
- Parc d'imprimantes en France intégralement renouvelé en 2016 avec veille automatique programmée ;
- Scanners configurés pour générer des PDF optimisés/compressés prêts à l'envoi par e-mail (une pièce jointe moins lourde est une pièce jointe moins polluante) ;
- Communication et pédagogie auprès des équipes : rubrique Eco-Liu dans la *newsletter* interne, bonnes pratiques dans le guide d'accueil...

(1) *L'informatique durable, ou informatique verte* (en anglais *green computing*, ou *green information technology* et son abréviation *green IT*), est un concept qui vise à réduire l'empreinte écologique, économique, et sociale des technologies de l'information et de la communication (TIC).

LA SOBRIÉTÉ NUMÉRIQUE À L'HONNEUR

3 QUESTIONS

à **Frédéric Bordage**, spécialiste français du numérique responsable et intervenant aux Grands Prix de la Transparence 2019

Expliquez-nous le *Green IT* en langage clair ?

Le numérique responsable c'est la rencontre entre le numérique et le développement durable. On cherche à réduire des impacts (environnementaux, sociaux, économiques) et à créer de la valeur sur les mêmes axes. Plusieurs démarches permettent d'atteindre ces objectifs, notamment :

- le *Green IT*, qui concerne le système d'information de l'entreprise. Il est du ressort de la DSI et vise à réduire des impacts ;
- la conception responsable de service numérique, qui s'effectue au niveau des services numériques de l'entreprise. Elle est pilotée par les *product owners*, et vise à la fois à réduire les impacts et à créer de la valeur.

Pourquoi était-ce important pour vous de sensibiliser les directions financières et juridiques des grands groupes français à la sobriété numérique ?

L'empreinte de l'univers numérique va tripler entre 2010 et 2025. En 2020, cet univers numérique a déjà autant d'impact qu'un pays grand comme 3 fois la France. Nous pouvons agir au sein des entreprises pour réduire l'empreinte environnementale tout en créant de la valeur. Ne pas agir revient à passer à côté d'une source majeure d'innovation produit et de gains de productivité pour les utilisateurs et pour la France.

Quel rapport entre sobriété numérique et Transparence de l'information réglementée ?

Chaque clic et information inutile sur le web ont un impact dans le monde réel. En plus d'augmenter inutilement la charge mentale des utilisateurs, l'infobésité se traduit par des tonnes de gaz à effet de serre émises inutilement, des milliers de litres d'eau potable qui aurait pu servir ailleurs, etc. L'entreprise qui crée ce gras numérique et informationnel dégrade la portée de ses messages aussi sûrement qu'elle augmente son empreinte environnementale.

L'année 2020 a marqué l'explosion de vidéos conférences internes et clients. Nous avons veillé à ce que leur empreinte environnementale reste modérée :

- nous utilisons l'outil Google meet. « *Google neutralise toutes les émissions de carbone produites depuis notre fondation en 1998. Depuis 2017, nous compensons également 100 % de notre consommation électrique en achetant l'équivalent en énergie renouvelable, y compris l'électricité utilisée pour alimenter Google Cloud. Notre objectif est désormais de fonctionner à l'énergie propre, 24h/24, 7j/7 dans toutes les régions d'ici 2030.* » Site Google.
- des bonnes pratiques de webconférence ont été partagées (ouverture de caméra au début et à la fin de la réunion pour se saluer, puis débrancher la caméra ou rejoindre par téléphone, utilisation du tchat...).

La technologie au service du *Green IT*

Les habitudes de travail sont de plus en plus collaboratives et permettent, ensemble, de rendre un environnement de travail moins gourmand en énergie. Des solutions de plateformes collaboratives et sécurisées remplacent les échanges mails avec pièce jointe, plus énergivores. Elles limitent également la nécessité d'imprimer durant les phases de relecture et de correction.

- Plateforme de suivi de projets, de dépôts de documents (Labrador Cockpit) ;
- Plateforme de constitution et corrections de documents mis en page (EOL, voir p. 22) ;
- Plateforme de gestion collective pour les projets de traduction (Labrador Translations Online, LTO) ;
- Étude comparée de l'impact énergétique d'un document consulté sur papier et sur PDF, publiée sur notre blog ;
- Plainly, outil d'aide à la réécriture en langage clair et nos recherches en ergonomie de lecture print et web. Résultat : réduction des temps de recherche et de lecture sur Web et sur écran (15 informations trouvées en 4 min. 50 secondes en 2019 contre 22 min. en 2010).

En outre, depuis 2011, nous avons progressivement transféré les données stockées sur nos serveurs physiques et notre centrale téléphonique dans le *cloud* de Google, pour des raisons de sécurité et d'écologie.

Le *cloud* permet une disponibilité des données 24h/24, dans un espace sécurisé, et une automatisation de la veille des serveurs lorsqu'ils ne sont pas sollicités. Nous avons sélectionné Google car c'est la seule entreprise qui, depuis 2017, affiche un bilan carbone neutre.

Nous conservons uniquement le cœur de réseau en nos locaux, comme le Wi-Fi ou le réseau filaire par exemple. Ce sont des matériels peu énergivores.

Nos objectifs :

- Mesurer l'impact IT de notre activité et mettre en place un programme de sensibilisation externe et interne pour être dans une démarche de *Green IT* toujours plus forte ;
- Évaluer et diminuer notre masse annuelle de mails échangés/stockés : il s'agit ici d'aider à changer de comportement lors du traitement d'un e-mail. Par exemple, ne pas envoyer une même pièce jointe à plusieurs collaborateurs s'ils n'en ont pas réellement besoin, ne pas conserver des e-mails inutiles, ne pas répondre à tous si cela n'est pas nécessaire... Toutes ces petites habitudes peuvent contribuer à réduire le stockage d'informations sur des serveurs gourmands en énergie.

2. Une consommation raisonnée de nos ressources

Penser la consommation papier à l'intérieur et à l'extérieur de l'agence

560 000
feuilles recyclées

250 ARBRES PLANTÉS

En 2019, nous avons planté 250 arbres à Laulne dans la Manche en partenariat avec Reforest'Action, une entreprise Certifiée B Corp. Créée en 2010, sa mission première est de sensibiliser et d'agir pour les forêts.

Notre expertise métier, combinée aux habitudes de travail, faisait du papier l'un des postes les plus lourds quant à la répartition et à la consommation de nos ressources.

L'urgence climatique et la transformation numérique des entreprises a conduit Labrador à œuvrer pour la réduction de **la consommation de papier de nos clients** (diminution du nombre de pages, d'exemplaires, version pdf...), et plus largement, pour le recyclage systématique de ce dernier. Même si la production a augmenté, car nous avons remporté de nouveaux projets qui nécessitent une quantité d'impression plus importante, les impressions pour les documents historiques de Labrador diminuent.

Labrador choisit également ses partenaires imprimeurs au plus proche des lieux de livraison pour minimiser l'impact des transports sur l'empreinte environnementale. Que ce soit en interne ou pour nos clients, nous avons mis en œuvre une politique d'achats responsables portant sur des papiers recyclés ou issus de forêts gérées durablement (labellisés PEFC ou FSC).

La consommation de papier est toutefois inévitable pour satisfaire aux besoins d'impression de nos clients émetteurs. Afin de contribuer à compenser ceux-ci, nous avons choisi de mener une action de reforestation en France. En 2019, nous avons planté 250 arbres à Laulne dans la Manche en partenariat avec Reforest'Action, une entreprise Certifiée B Corp. Créée en 2010, sa mission première est de sensibiliser et d'agir pour les forêts. Cette action initiée en 2019 n'a pas été renouvelée en 2020 mais elle reste à l'étude pour les années suivantes, notamment dans une démarche de compensation carbone.

Les bénéfices générés par cette campagne sont les suivants :

- CLIMAT : 38 tonnes de CO₂ stockées
- BIODIVERSITÉ : 750 abris pour animaux créés
- SANTE : 1 000 mois d'oxygène générés
- EMPLOI : 250 heures de travail créées

Première source d'utilisation de papier en interne : la production des documents clients

Depuis 2016, Labrador a fait l'acquisition d'imprimantes « intelligentes ». Au lieu d'imprimer automatiquement, le salarié utilise un code personnel devant l'imprimante pour imprimer ses documents. Bénéfice : seuls les éléments strictement nécessaires sont imprimés, et un suivi, individuel et collectif, définit notre consommation annuelle.

Nous privilégions également l'impression recto/verso et en noir et blanc en l'installant par défaut sur tous les postes de travail, lors des phases d'intégration des corrections des clients, par exemple.

De plus, le choix de plus en plus fréquent des émetteurs d'utiliser la plateforme EOL pour produire leurs documents financiers a eu un impact fort sur le taux d'impression.

Deuxième source d'utilisation de papier : les études réalisées et publiées par Labrador

Une enquête approfondie menée en amont a permis de rationaliser notre consommation. Lors de chaque demande client, la mise à disposition d'une version numérique est privilégiée.

La consommation de papier (production et études) sur l'année 2019-2020 a fortement baissé par rapport à l'année précédente (-33 %), en raison de la production en distanciel et de l'augmentation de la proportion du télétravail lors du confinement du printemps 2020.

| Consommation de papier (en tonnes) | 2019-2020 | 2018-2019 | 2017-2018 | Évolution |
|-------------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|------------------|
| Consommation papier (production et études) | 1,97 | 2,96 | 4,38 | - 55,22 % |
| Consommation papier (cahier des charges client) | XXX,XX | 171,78 | 168,00 | + 49,34 % |
| TOTAL | XXX,XX | 174,74 | 172,38 | + 46,35 % |

L'eau et l'électricité

La consommation d'eau n'est pas un enjeu significatif pour Labrador mais elle est tout de même surveillée de près. Elle est suivie dans le cadre d'une démarche environnementale globale à travers plusieurs initiatives :

- Privilégier les choix d'équipements économiseurs d'eau et non polluants dans l'agence ;
- Suivre annuellement la consommation d'eau ;
- Installer des robinets mitigeurs sur l'ensemble des points d'eau de l'agence.

Concernant l'électricité, voici une évolution de notre consommation d'électricité depuis 2017 :

| Consommation électricité* (en Kwh) | 2019-2020 | 2018-2019 | 2017-2018 | Évolution |
|------------------------------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| Labrador | 5 559 | 8 407 | 9 484 | - 24,1 % |
| Groupe LR | 50 401 | 53 836 | 58 072 | - 21,8 % |
| TOTAL | 55 960 | 62 243 | 67 556 | - 22,1% |

* Hors USA

Bien que la consommation d'électricité du Groupe soit en constante diminution depuis 2017, la baisse de consommation de l'année 2020 (-10 % vs 2019) s'explique en partie par l'adoption du télétravail depuis le mois de mars 2020.

En France, le Groupe opte de plus en plus pour une lumière indirecte collective pour améliorer le confort de travail. Cela évite une multiplication de petites lampes de bureau ou de lampadaires halogènes, souvent plus consommateurs d'énergie.

Une climatisation/chauffage réversible installée à l'étage sous les toits permet de réduire l'usage de chauffages d'appoint et de ventilateurs individuels utilisés précédemment.

Nous avons également remplacé les anciennes fenêtres en bois par des fenêtres à double vitrage. Cela réduit ainsi les dépenses énergétiques et offre une meilleure isolation thermique.

Des portes palières ont été installées sur deux niveaux afin de maîtriser les aléas de température liés à une configuration très ouverte des locaux.

L'empreinte carbone

En France, la grande majorité des salariés utilise les transports en commun, même dans le cas d'un déplacement pour un rendez-vous à l'extérieur. Si nécessaire, ils disposent d'un abonnement taxi pour faciliter les déplacements lors des rendez-vous clients. Nous avons choisi pour cela un partenaire qui partage nos valeurs en termes de respect de l'environnement et s'est engagé à devenir Net Zéro Carbone à horizon 2030 avec une flotte zéro émission. En outre, les salariés sont encouragés à partager les taxis dans la mesure du possible.

Lorsqu'ils vont à la rencontre de nos clients en France métropolitaine, les collaborateurs favorisent le train, un mode de transport bien moins polluant que l'avion.

Aux États-Unis, les déplacements en avion sont réduits au strict minimum. La vidéoconférence et les conférences téléphoniques sont privilégiées la plupart du temps, une pratique qui a été généralisée à l'ensemble du Groupe en 2020 en raison de la pandémie de Covid-19 et des restrictions de déplacement.

Les conséquences du confinement et de la pandémie de Covid-19 (télétravail et rendez-vous clients en visioconférence) ont fortement impacté notre empreinte carbone.

Nous avons entrepris une estimation de notre bilan carbone à partir des déplacements des collaborateurs :

| | km/an 2020 | CO ₂ 2020 | km/an 2019 | CO ₂ 2019 | km/an 2018 | CO ₂ 2018 | Évolution |
|----------------------|---------------|------------------------------------|---------------|-------------------------------------|---------------|-------------------------------------|------------------|
| Déplacements voiture | 3 411 | 764 kg eq. CO ₂ | 7 475 | 1 674 kg eq. CO ₂ | 13 000 | 2 912 kg eq. CO ₂ | - 73,76 % |
| Taxis | 14 648 | 1 650 kg eq. CO ₂ | 22 944 | 2 584 kg eq. CO ₂ | 25 130 | 4 332 kg eq. CO ₂ | - 41,71 % |
| Déplacements avion | | | | | | | |
| • A-R Paris/Atlanta | 0 | 0 kg eq. CO ₂ | 49 329 | 10 447 kg eq. CO ₂ | 42 354 | 8 970 kg eq. CO ₂ | - 100 % |
| TOTAL | 18 059 | 2 414 kg eq. CO₂ | 79 748 | 14 705 kg eq. CO₂ | 80 484 | 16 214 kg eq. CO₂ | - 77,56 % |

3. Promotion de notre responsabilité environnementale



Nous avons vu qu'une action technique ou une innovation est souvent nécessaire pour pouvoir maîtriser de façon optimale notre empreinte sur l'environnement.

Toutefois, il est essentiel de communiquer auprès des équipes et de mener régulièrement des campagnes de sensibilisation aux éco-gestes. Plus que de simples conseils et bonnes pratiques, promouvoir la responsabilité environnementale permet à chacun de s'engager et d'initier une démarche responsable à son échelle, dans les tâches quotidiennes.

Voici quelques exemples d'actions que le groupe a menées pour partager une démarche de recyclage de nos déchets avec l'ensemble des collaborateurs :

- **Matériel électronique :** le matériel en fin de vie est systématiquement recyclé ou donné.
- **Papier :** engagé à préserver la confidentialité des informations sensibles confiées par ses clients, Labrador a transformé cette obligation en opportunité pour l'environnement. À Paris, à chaque étage, des consoles de recyclage recueillent le papier usagé qui est ensuite recyclé par notre partenaire Shred-it.
- **Consommables :**
 - les cartouches d'encre sont remises une fois par mois à un spécialiste du recyclage ;
 - un collecteur est mis à disposition à l'agence pour les piles, ampoules et autres batteries ;
 - des produits d'entretien biologiques sont fournis à l'agent de nettoyage chargé de l'entretien de nos locaux.
- **Lumière et chaleur :** les collaborateurs sont régulièrement invités et sensibilisés au fait de ne pas allumer de lumière inutilement et de bien vouloir éteindre ou baisser les radiateurs lorsqu'ils quittent leur poste en fin de journée.
- **Newsletter collaborateurs :** une note mensuelle informe les salariés d'un éco-geste ou d'une attitude verte qui permet de préserver notre environnement.



Objectif 2020-2022 : promouvoir, au travers du collectif RSE, une opération annuelle pour réaliser un éco-geste.

Un questionnaire « Les *Labradoriens* s'engagent » a été réalisé en septembre 2019 pour sonder l'ensemble des collaborateurs sur leurs envies de démarche collective. Les tendances qui ressortent :

- une envie d'engagement régulier et inscrit sur le long terme,
- un lien avec nos valeurs,
- un engagement axé sur une thématique environnementale.

Cette première étape va permettre au collectif RSE de faire des propositions de partenariats durables donnant l'opportunité à l'ensemble des *Labradoriens* de s'engager collectivement.

Table de concordance

| Table de concordance Pacte mondial | Thématiques traitées dans le rapport | Documents disponibles | Pages |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|----------------|
| Critère 1 : intégration des 10 principes dans les fonctions stratégiques et les unités opérationnelles | Présentation du collectif RSE | | 5 |
| Critère 2 : Mise en œuvre des 10 principes dans la chaîne de valeur | Création de partenariats durables avec nos fournisseurs Objectif : soutien de nos prestataires vers une politique RSE engagée | Charte achats responsables | 24 |
| DROITS DE L'HOMME | | | |
| Critère 3 : Engagements, stratégies ou politiques dans le domaine des Droits de l'Homme | Communication externe (<i>blog/Observatoires Labrador</i>) | Charte éthique Charte achats responsables | 6, 12, 14 |
| Critère 4 : Systèmes de management en place pour intégrer les principes des Droits de l'Homme | Maîtrise des risques Engagement social | Charte éthique Charte achats responsables | 5, 11, 15, 19 |
| Critère 5 : Mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés aux Droits de l'Homme | Système d'alerte éthique | Charte éthique | 5 |
| DROIT DU TRAVAIL | | | |
| Critère 6 : Engagements, stratégies ou politiques dans le domaine des normes du travail | Diversité Dialogue avec les collaborateurs | Charte éthique | 6, 15, 20 |
| Critère 7 : Systèmes de management en place pour intégrer les principes relatifs au travail | Formation et valorisation des compétences Direction des Ressources Humaines Délégués du Personnel Mesure de satisfaction des collaborateurs | Charte éthique | 16, 17, 18, 20 |
| Critère 8 : Mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés aux normes du travail | Évaluations Valorisation de la performance Questionnaires satisfaction | Charte éthique Charte achats responsables | 17, 18 |
| ENVIRONNEMENT | | | |
| Critère 9 : Engagements, stratégies ou politiques dans le domaine du respect de l'environnement | Environnement <i>Green IT</i> | | 25 à 29 |
| Critère 10 : Systèmes de management en place pour intégrer les principes relatifs à la gestion de l'environnement | Relations parties prenantes Sensibilisation des collaborateurs <i>Green IT</i> | | 25 à 29 |
| Critère 11 : Mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés à la gestion de l'environnement | <i>Green IT</i> Promotion des éco-gestes Tri et recyclage des déchets Empreinte carbone | | 25 à 29 |

| Table de concordance Pacte mondial | Thématiques traitées dans le rapport | Documents disponibles | Pages |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| ANTI-CORRUPTION | | | |
| Critère 12 : Engagements, stratégies ou politiques dans le domaine de l'anti-corruption | Promotion de la transparence et de l'éthique dans les affaires | Charte éthique Grands Prix de la Transparence Charte achats responsables | 12, 13, 14 |
| Critère 13 : Systèmes de management en place pour intégrer les principes relatifs à la lutte contre la corruption | Signature de la charte éthique par les collaborateurs Sensibilisation des parties prenantes | Charte éthique Grands Prix de la Transparence Charte achats responsables | 10 à 14 |
| Critère 14 : Mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés à l'anti-corruption | Système d'alerte éthique | Charte éthique | 5 |
| SOUTIEN AUX OBJECTIFS PLUS LARGES DES NATIONS UNIES | | | |
| Critère 15 : Contributions du cœur de métier aux objectifs et problématiques plus larges de l'ONU | Engagement pour la Transparence Promotion des bonnes pratiques dans la communication financière contre la corruption | Charte éthique Grands Prix de la Transparence Charte achats responsables | 10 à 14 |
| Critère 16 : Investissements stratégiques sociaux et de philanthropie | Soutien à des associations Liu | | 19 |
| Critère 17 : Prise de position en engagement en matière de politique publique | Acteur de place engagé | | 14 |
| Critère 18 : Partenariats et action collective | Engagement au Global Compact Publication d'études Objectif : action collective | | 5, 7, 14 |
| GOVERNANCE ET LEADERSHIP DE LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES (RSE) | | | |
| Critère 19 : Engagement du Président et de la Direction | Lettre du Président | | 1 |
| Critère 20 : Adoption par le Conseil d'administration et la surveillance | Présentation du collectif RSE | | 5 |
| Critère 21 : Implication des parties prenantes | Dialogue avec les parties prenantes Suivi de satisfaction collaborateurs Objectif : enquête fournisseurs | | 6, 18, 20, 24 |



Dernière mise à jour février 2020

Nous remercions les nombreux contributeurs de ce document.

Rendez-vous l'année prochaine !



LABRADOR
GROUP

Contact : rse@labrador-company.com