

RAPPORT INTÉGRÉ 2017





— Notre premier Rapport Intégré

Nous publions pour la première fois un Rapport Intégré digital et imprimé s'inspirant du Cadre de référence <IR> publié par l'IIRC (*International Integrated Reporting Council*).

Ce document s'adresse à toutes nos parties prenantes et présente notre Groupe : une entreprise qui accompagne la transformation des business models de ses clients grâce au levier de la technologie, un leader responsable dont l'expertise a des effets externes positifs.

Confiants en notre avenir, nous considérons que les performances financières et non financières sont toutes deux essentielles pour une création de valeur durable et partagée.

N'hésitez pas à nous faire part de vos commentaires en nous envoyant un message à l'adresse suivante : integratedreporting@capgemini.com

Paul Hermelin
Président-directeur général

Hubert Giraud
Gestion et transformation des
Ressources Humaines

Christine Hodgson
Responsabilité Sociale et
Environnementale

Rosemary Stark
Ventes

Sur la couverture
Mathieu Merlet Briand
Our cloud, are in the #air, 3/6, 2017
Collages d'impressions micro-perforées sur miroirs,
115 × 5 × 109 cm

Mathieu Merlet Briand est un jeune artiste français. Son travail transcrite avec pertinence les nouveaux enjeux de l'ère post-digitale. Après avoir appris à coder, il se rapproche d'ingénieurs et développe ses propres outils de programmation sous forme d'algorithmes. Il condense des milliers de données collectées sur internet à partir de mots-clés pour créer des compilations d'images qui forment des « abstractions ». Il interroge, avec ses œuvres, notre usage d'internet, du big data et du cloud, des thématiques au cœur des enjeux de Capgemini.

Cette œuvre s'inscrit dans une série de six pièces conçue pour l'exposition « Environnement », à Paris en 2017. Le mot « air » a été recherché sur les moteurs de recherche de Google Images, Instagram, Tumblr et Pinterest. À l'issue de cette requête, par le recyclage et la compilation de milliers de fragments d'images, l'artiste évoque le stockage de données dans le cloud. Cette série propose ainsi une traduction de ce nouvel « air » contemporain qui nous environne.



— Restez connecté

Découvrez la version digitale de nos rapports 2017 :
reports.capgemini.com/2017/fr



Le **Rapport Annuel** met en évidence notre ambition, notre stratégie et les principales activités de l'année. Il présente des interviews et les grandes transformations intervenues dans nos domaines d'activités.



Le **Rapport Intégré** décrit comment la stratégie, la gouvernance et l'organisation du Groupe créent durablement de la valeur pour Capgemini et ses parties prenantes.



Le **Document de Référence** fournit aux analystes financiers, aux investisseurs institutionnels et aux actionnaires individuels des informations juridiques, économiques, financières et comptables exhaustives.

Autres ressources

Notre site : capgemini.com/fr-fr

La section Investisseurs : investisseurs.capgemini.com

La section Carrières : capgemini.com/fr-fr/carrieres

Nos actualités : capgemini.com/fr-fr/a-la-une

La page RSE : capgemini.com/fr-fr/responsibilite-sociale



— Sommaire

QUI NOUS SOMMES

— 6-7 —
Capgemini en bref

— 8-11 —
Conversation avec Paul Hermelin

— 12-13 —
Évolutions sectorielles et nos priorités

— 14-15 —
Modèle de création de valeur

— 16-17 —
Gouvernance

— 18-19 —
Temps forts et chiffres clés 2017

NOS ENJEUX ESSENTIELS

— 20-21 —
Écosystème et matérialité

— 22-25 —
Être le partenaire de référence de nos clients

— 26-29 —
S'engager pour nos collaborateurs

— 30-31 —
Renforcer la cybersécurité et la protection des données

— 32-33 —
Être intransigeant sur l'éthique et la conformité

— 34-37 —
Contribuer à un monde meilleur

CONTACTS

— 38-39 —
Notre réseau



Pour Capgemini, ce sont les hommes et les femmes qui donnent toute sa valeur à la technologie.

Nous accompagnons nos clients dans la réalisation de leurs ambitions, de la définition de leur stratégie à la mise en œuvre de leurs opérations.

Un Groupe international, entrepreneurial et multiculturel



200 000
collaborateurs dans plus de

40
pays, avec plus de

120
nationalités représentées

À la pointe de l'innovation pour nos clients



Nous accélérons l'innovation chez nos clients avec notre réseau **Applied Innovation Exchange**, composé de 16 centres répartis dans le monde entier.



Nous mettons à profit un **écosystème international de partenaires**, incluant des acteurs technologiques de premier rang et des startups spécialisées.



Nous publions des études de référence sur les dernières tendances digitales, notamment au travers du **Digital Transformation Institute**, notre réseau de centres de recherche dédiés en Inde, au Royaume-Uni et aux États-Unis.



Nos clients peuvent échanger avec plus de 1 000 experts de Capgemini qui partagent des informations et conseils via notre plateforme en ligne **Expert Connect**.

Des expertises de pointe en conseil, services technologiques et transformation digitale

Nos principales offres de services

- Conseil en Stratégie, Innovation et Transformation Digitale •
- *Digital Manufacturing* • Expérience Client Digitale •
- *Insights & Data* • Services d'Ingénierie •
- *Cloud Choice* • Services d'Infrastructure •
- Développement et Maintenance des applications •
- *Testing* • Automatisation •
- Process métiers et Plateformes •
- Cybersécurité •

Une forte expertise sectorielle avec des offres spécialisées

- Biens de consommation, Commerce, Distribution et Transport •
- Énergie, *Utilities* et Chimie •
- Industrie, Automobile et Sciences de la vie •
- Services financiers •
- Secteur public •
- Télécommunications, Médias et Divertissement •

Une performance solide et durable

Résultats 2017

12,8 Md € de chiffre d'affaires **11,7 %** de marge opérationnelle

1,1 Md € de free cash flow

Architectes d'Avenirs Positifs

- **Diversité** • Stimuler la diversité sous toutes ses formes et agir pour l'inclusion.
- **Inclusion digitale** • Mettre à profit nos compétences pour relever les défis de l'automatisation et de la révolution digitale de nos sociétés.
- **Responsabilité environnementale** • Réduire notre impact environnemental, nous préparer au défi climatique et accompagner nos clients sur leurs enjeux de durabilité.

Nos 7 valeurs d'origine

Honnêteté



Audace



Confiance



Liberté



Plaisir



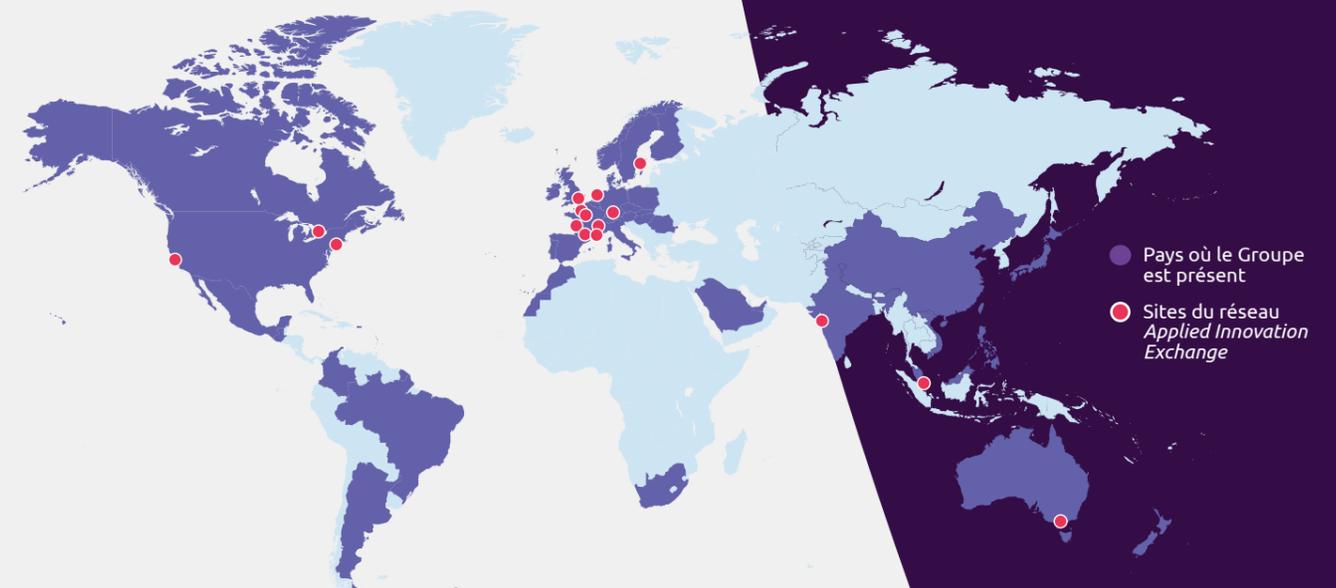
Simplicité



Solidarité



au cœur de toutes nos actions



* L'homme est vital, le résultat capital



Claire Sauvanaud, responsable du compte AXA — Aparna Herur, architecte solution senior — Ville Kurki, responsable des ventes d'Idean & Paul Hermelin, Président-directeur général

— Conversation avec Paul Hermelin

Trois collaborateurs de Capgemini issus du monde entier ont échangé avec Paul Hermelin, Président-directeur général, sur la création de valeur et la mobilisation du Groupe autour de ses valeurs fondamentales.



Claire Sauvanaud › Le rythme du changement s'est accéléré et certains secteurs connaissent de profondes transformations. Les télécoms et la grande distribution investissent les services financiers et l'économie de services partagés s'étend. Comment maintenir la pertinence des offres de Capgemini et continuer à insuffler l'innovation chez nos clients ?

Paul Hermelin › Claire, vous avez tout à fait raison. Historiquement, les clients évoluaient dans un cadre bien défini. Aujourd'hui, ils veulent combiner fiabilité (toujours) et innovation. L'innovation vient des partenaires technologiques, mais peut aussi émaner des startups, vous mentionnez les services financiers ou la blockchain. En tant que

Groupe, nous devons intégrer toutes les innovations et les incorporer à nos offres de solutions et plateformes. Et je pense que c'est justement ce qui motive nos collaborateurs : être le point de jonction entre fiabilité et innovation.

Aparna Herur › Paul, vous avez toujours dit que notre spécificité tenait à notre culture entrepreneuriale. Avec l'augmentation du nombre de startups partout dans le monde et l'arrivée de jeunes diplômés aux attentes très différentes, comment maintenir notre attractivité dans la course aux talents ?

Paul Hermelin › C'est une question plus compliquée. J'admire les jeunes qui veulent créer leur propre entreprise, alors pourquoi les inciter à débiter leur carrière avec nous ? Tout d'abord, nous sommes fiers d'accomplir des missions complexes pour des clients exigeants, et il y a toujours des leçons à retenir de telles expériences. Donc, en venant chez nous, ils rejoindront une entreprise ayant une forte tradition d'exécution et d'innovation, et ils apprendront beaucoup. Certains collaborateurs poursuivront leur carrière ailleurs : nous devons rester en contact et entretenir des liens avec eux au sein de notre réseau d'alumni. Mais le Groupe doit, avant tout, être un lieu d'apprentissage dédié à l'accomplissement de missions complexes et enrichissantes.



« Nous devons intégrer toutes les innovations et les incorporer à nos offres de solutions et plateformes. Et je pense que c'est justement ce qui motive nos collaborateurs : être le point de jonction entre fiabilité et innovation. »

Paul Hermelin
Président-directeur général

Ville Kurki › Comment préserver la culture Capgemini et ce qui nous fédère au service d'une même ambition partout dans le monde ?



Ville Kurki, responsable des ventes d'Idean

Paul Hermelin › Tout d'abord, Capgemini a toujours accepté la diversité culturelle puisqu'elle reflète les valeurs qui nous unissent. Historiquement, nous avons des experts en technologie et des consultants. Maintenant, nous avons, entre autres, des profils créatifs (comme vous) et des *data scientists*. Ce qui doit tous vous réunir : c'est la passion du client et la mobilisation autour de nos valeurs. Cela doit être notre raison d'être. Il s'agit de l'avenir de notre Groupe et la valeur que nous souhaitons apporter à nos clients.

intégrée au Groupe. C'est un formidable apport culturel, et même multiculturel. Nous devons être prêts à accepter les différences culturelles puisque nous avons un slogan fédérateur : servir le client dans le respect de nos valeurs. C'est ce que nous avons appliqué tout au long de nos 40 à 50 ans d'acquisitions. C'est ce qui rend notre Groupe unique.

Ville Kurki › Nous nous sommes récemment développés avec de nombreuses acquisitions, notamment celle d'Idean, qui m'a amené à rejoindre le groupe Capgemini. Comment vont évoluer ces opérations et quelles sont les prochaines étapes de création de valeur pour nos clients et collaborateurs ?

Claire Sauvanaud › Les clients, collaborateurs et partenaires qui évoluent dans notre écosystème nous demandent d'agir et de penser de manière responsable. Comment répondre à cette attente ?

Paul Hermelin › Les offres de notre portefeuille doivent évoluer très vite. Certaines innovations émergeront en interne et nous devons aussi nous préparer à accueillir des innovations externes. Certaines viendront de startups qui resteront des partenaires, d'autres émaneront d'acquisitions. Idean offre un exemple d'une nouvelle culture

Paul Hermelin › La responsabilité sociale et environnementale est souvent sous-estimée. Notre Groupe fait partie d'un écosystème global qu'il doit prendre en compte. Notre effectif est de 200 000 personnes, mais savez-vous que l'an dernier, nous avons recruté 52 000 nouveaux collaborateurs ? Nous continuons donc à nous renouveler. De nouvelles personnes arrivent et d'autres partent. Nos équipes sont le reflet de la société et nous devons démontrer la pertinence de notre création de valeur. C'est pourquoi nous avons complètement redéfini nos objectifs sociaux. Ils sont axés naturellement sur la diversité, le développement durable

Regardez l'interview : reports.capgemini.com/2017/fr

Claire Sauvanaud, responsable du compte AXA



Aparna Herur, architecte solution senior



et sur un dernier aspect (pas forcément encore compréhensible de tous) que nous appelons l'inclusion digitale.

Aparna Herur › Paul, depuis le lancement de la nouvelle stratégie de responsabilité sociale et environnementale de Capgemini en 2017, notre mission RSE est d'être des Architectes d'Avenirs Positifs. Qu'est-ce que cela signifie exactement ?

Paul Hermelin › Architectes d'Avenirs Positifs regroupe trois principes. Tout d'abord, la diversité qui correspond, au-delà de la parité hommes/femmes, à la richesse des origines de nos collaborateurs et à la pluridisciplinarité de nos talents.

Ensuite le développement durable. L'informatique, avec nos serveurs et ordinateurs, influe sur le réchauffement climatique. Il est de notre responsabilité d'atténuer les conséquences de ce réchauffement avec des modes de gestion adaptés.

Enfin, l'inclusion digitale. C'est un concept souvent perçu négativement car il est associé à la fracture numérique. Comment la surmonter, comment aider les personnes les moins éduquées de notre société à exploiter tout le potentiel offert par les nouvelles technologies ? Tel est le sujet que nous prenons à bras le corps pour embarquer tout le monde dans la transformation numérique.

Vous incarnez trois dimensions de nos enjeux : le client, les collaborateurs et la transformation digitale. Trois grands défis qui contribuent de plus en plus à la création de valeur complexe que le Groupe veut atteindre et maîtriser. C'est ce que nous traduisons désormais dans ce nouveau Rapport Intégré.

« Historiquement, nous avons des experts en technologie et des consultants. Maintenant, nous avons, entre autres, des profils créatifs et des *data scientists*. Ce qui doit tous vous réunir : c'est la passion du client et la mobilisation autour de nos valeurs. »

Paul Hermelin
Président-directeur général



— Réussir dans un marché en pleine accélération

Les entreprises de conseil et de services informatiques accompagnent leurs clients dans l'optimisation de leur IT, de leur organisation et de leurs processus. L'objectif : leur permettre d'atteindre rapidement une performance accrue.

COMPÉTITIVITÉ ET INNOVATION

— La compétitivité, ainsi que l'innovation digitale et informatique, sont deux leviers essentiels pour nos clients. Architectures client-serveur, logiciels SaaS et plus récemment applications mobiles, big data et cloud : ces transformations technologiques parmi d'autres ont fortement impacté le business model de nos clients. Pour les accompagner de manière efficace, nous devons nous adapter et nous renouveler en permanence, ce qui rend notre métier passionnant.

Historiquement, les entreprises sollicitent des prestataires de conseil et services informatiques pour deux raisons :

- d'abord, un objectif d'efficacité, de qualité et de réduction des coûts, notamment grâce à l'externalisation ;
- ensuite, pour leur capacité à innover et aider leurs clients à faire de même.

Afin de répondre à ces besoins, les spécialistes du conseil et des services informatiques ont automatisé une partie de leur offre et ainsi gagné en productivité tout en maîtrisant rigoureusement leurs coûts.

Par ailleurs, ils ont développé une véritable expertise pour aider leurs clients à optimiser les différentes ruptures technologiques telles que l'Intelligence Artificielle, l'analyse intelligente des données, le cloud et la blockchain.

TRANSFORMATION DIGITALE

— La transformation digitale est une préoccupation quotidienne des entreprises. Pour accélérer leur croissance de manière durable et atteindre de nou-

veaux niveaux d'efficacité, de flexibilité et de vitesse, elles s'appuient sur deux leviers : les technologies numériques et l'analyse intelligente des données.

Tous les secteurs investissent aujourd'hui dans l'intelligence digitale afin de mieux caractériser leur activité et anticiper les comportements de leurs clients et prospects. Ces outils digitaux très innovants permettent de créer de nouvelles solutions qui améliorent l'expérience client et toute la chaîne de valeur de l'entreprise. Les entreprises sont ainsi prêtes à relever le défi de la nouvelle révolution industrielle et du cloud.

DES TECHNOLOGIES D'INFORMATION AU CŒUR DE L'ENTREPRISE

— L'IT, notamment portée par l'émergence du cloud et de l'automatisation, soutient désormais toutes les activités de l'entreprise.

Les Directions des systèmes d'information étaient historiquement nos interlocuteurs uniques. Aujourd'hui, un marché plus large s'ouvre à nous avec de nouveaux prescripteurs et acheteurs :

- les directions marketing en charge de l'expérience client ;
- les directions opérationnelles via l'informatisation des produits et services ;
- et les directions industrielles, grâce à l'émergence du modèle de production Industrie 4.0.



— Capgemini, un Leader pour Leaders

Grâce à son expertise, le Groupe a tous les atouts pour relever les défis du marché et aider ses clients à se transformer.

LA PASSION DES CLIENTS

— Nous aidons nos clients à atteindre leurs objectifs de performance et innovons sans cesse pour eux et avec eux. Nous sommes convaincus qu'une transformation ne doit pas être digitale par principe mais doit répondre à des besoins métiers identifiés, et valoriser au mieux les nouvelles technologies tout en veillant à un retour sur investissement optimal.

Nous mettons à disposition de nos clients tous nos savoir-faire en matière d'innovation, de conseil, d'intégration de systèmes et de mise en œuvre de leurs opérations pour réussir leur transformation.

Partenaire stratégique et de long terme de nos clients, nous savons qu'une compréhension fine de leurs spécificités sectorielles est cruciale. C'est pourquoi nous investissons et renforçons nos expertises sur nos secteurs prioritaires.

UN PORTEFEUILLE RENFORCÉ ET UNE PRÉSENCE MONDIALE

— Notre priorité actuelle est de renforcer nos offres Digital et Cloud puisqu'elles impactent fortement nos clients d'un point de vue technologique et métier. Notre stratégie d'acquisitions ciblées accélère la transformation de notre portefeuille d'offres et le renforcement de nos compétences.

Nos investissements se poursuivent en matière de cybersécurité, nos offres orientées sur la sécurisation de l'infrastructure et des systèmes demeurant toujours aussi attractives.

Nous enrichissons notre portefeuille en étroite collaboration avec nos partenaires stratégiques pour anticiper les évolutions du marché.

L'Intelligence Artificielle reste l'une de nos priorités. Nous développons et déployons des solutions d'IA et d'apprentissage automatique pour nos clients, notamment dans les grandes banques d'investissement, l'automobile, la grande consommation et la distribution. Pour consolider notre

avance, nous investissons également dans notre propre plateforme d'IA. Notre force repose aussi sur une communauté solide de plus de 10 000 collaborateurs compétents en IA et automatisation, appelée à grandir.

Enfin, nous renforçons notre présence en Amérique du Nord, premier marché mondial par la taille et l'un des plus innovants, tout en poursuivant notre croissance en Europe, notre marché historique. Nous maintenons également nos ambitions d'expansion dans le reste du monde, notamment en Asie Pacifique et en Amérique Latine qui connaissent une forte croissance.

DES TALENTS À L'ESPRIT ENTREPRENEUR

— L'esprit de conquête et la passion de l'entrepreneuriat au service de nos clients ont toujours été essentiels pour nos équipes. En 2017, nous avons réalisé un investissement sans précédent en augmentant le budget de formation de 34 %. Résultat : 2,2 millions d'heures de formation supplémentaires. Nous continuerons à investir dans nos collaborateurs, à attirer et retenir les meilleurs, en offrant des opportunités de leadership aux talents divers et émergents.

UN ENGAGEMENT RESPONSABLE

— La responsabilité sociale et environnementale est un déterminant dans toutes nos prises de décision. Notre stratégie RSE repose sur trois piliers :

- la diversité : développer un vivier de talents diversifiés et un environnement de travail épanouissant ;
- l'inclusion digitale : aider chacun à tirer les bénéfices de la révolution digitale et de l'automatisation ;
- la responsabilité environnementale : réduire notre empreinte carbone et accompagner nos clients dans cette démarche.

— Capgemini, profondément humain et innovant

— MODÈLE DE CRÉATION DE VALEUR —

Capitalisant sur nos experts, notre excellence opérationnelle, notre capacité à innover et nos partenariats de qualité, nous fournissons à nos clients des solutions métiers et technologiques pertinentes. Cette valeur tangible ainsi créée bénéficie à toutes nos parties prenantes et contribue à pérenniser la performance de nos clients.

Nous mobilisons nos ressources¹



Humaines

200 000 collaborateurs de talent dans + de 40 pays



Sociales & Sociétales

Un écosystème mondial d'alliances technologiques et académiques



Industrielles

- Modèle de production mondialisé
- Outil mondial de gestion des ressources
- Système mondial de gestion de la qualité



Intellectuelles

- Innovations issues de partenariats stratégiques et émergents
- Approche *Collaborative Business Experience™* pour travailler avec nos clients



Financières

- 1,1 Md € de *free cash flow*
- 238 M € investis pour quatre acquisitions dans le digital et l'innovation
- Un bilan solide avec un endettement net faible (1,2 Md €)

Nous créons de la valeur

En construisant sur nos sept valeurs fondatrices et sur notre culture entrepreneuriale :

Nous attirons **les meilleurs talents** et leur offrons des perspectives de progression inspirantes. Nous développons leur expertise à l'aide de méthodes collaboratives et de partage des savoir-faire.

Nous adaptons sans cesse **notre organisation** vers plus d'**agilité**, de **décentralisation** et de **compétitivité**, pour améliorer notre efficacité.

Nous proposons une **prestation compétitive**, homogène et efficace, à tout moment et partout dans le monde.

Nous **innovons** au quotidien au sein de notre plateforme *Applied Innovation Exchange* et notre think tank interne : le *Digital Transformation Institute*.

Nous **nouons** les partenariats stratégiques et innovants les plus pertinents.

Nous sommes **passionnés par nos clients**. Nous bâtissons avec eux des relations de long terme empreintes de confiance et de respect mutuel.

Nous délivrons de la valeur

En travaillant pour et en étroite collaboration avec nos clients :

Nous accompagnons nos clients dans l'**innovation et l'amélioration de leur position concurrentielle**.

Nous proposons une **offre complète de services et d'expertises**, de la définition de leur stratégie à la mise en œuvre de leurs opérations.

Nous développons et délivrons **des solutions intégrant le meilleur des technologies disponibles** pour accompagner nos clients dans leurs transformations métiers.

Nous disposons d'une **forte expertise dans de nombreux secteurs d'activité** nous permettant d'adapter nos recommandations aux enjeux spécifiques de nos clients.

Nous partageons la valeur¹



Collaborateurs

- + de 52 000 recrutements, dont 40 % de jeunes diplômés
- 8,7 millions d'heures de formation auprès de + de 96 % des collaborateurs



Clients

- Nous accompagnons 73 % des 2 000 plus grandes entreprises au sein du classement Forbes Global
- Nos 10 premiers clients représentent 15 % de notre chiffre d'affaires
- 95 % du chiffre d'affaires est réalisé avec des clients récurrents
- 4,2 sur 5 : niveau de satisfaction client obtenu à partir d'évaluations régulières par rapport aux attentes clients définies contractuellement



Fournisseurs et partenaires

Nous réalisons plus de 50 % de nos ventes en coopération avec nos partenaires



Actionnaires

- 23,4 % de hausse du prix de l'action
- 438 M € distribués aux actionnaires : 262 M € de dividendes, 176 M € de rachat d'actions



Société civile

- 3,4 M € sont consacrés à des initiatives ayant un impact social
- 15 % de réduction de l'empreinte carbone par collaborateur par rapport à 2015

Utilisant nos savoir-faire, nous créons de la valeur sur le long terme pour toutes

les parties prenantes et les communautés dans lesquelles nous opérons.

¹ Chiffres de 2017

— Une gouvernance équilibrée

Les instances de gouvernance assument la direction du Groupe. Elles supervisent son fonctionnement et la conduite des opérations afin de promouvoir une création de valeur durable pour ses actionnaires et l'ensemble de ses parties prenantes.

INSTANCES DE GOUVERNANCE



Direction du Groupe

Instance	Description
Direction Générale	Composée du Président-directeur général et des deux Directeurs généraux délégués.
Comité de Direction Générale	Prépare les grandes orientations et les dossiers soumis pour décision au Comité Exécutif et veille à leur application par les grandes unités opérationnelles.
Comité Exécutif	Aide à la définition des orientations du Groupe et instruit les décisions concernant l'organisation opérationnelle du Groupe, le choix des offres prioritaires, les règles et l'organisation de la production.

COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

— La gouvernance de Capgemini bénéficie d'un Conseil d'Administration actif et assidu, indépendant dans sa composition et collégial dans son fonctionnement. Il est composé de personnalités à la fois diverses et complémentaires professionnellement, dans la fidélité à l'histoire et aux valeurs du Groupe.



Paul Hermelin
Président-directeur général



Pierre Pringuet
Administrateur Référent,
Président du Comité Éthique et Gouvernance

« Capgemini bénéficie d'une gouvernance équilibrée et efficace, adaptée aux spécificités et aux défis actuels du Groupe. »

NB : Information à jour au 31 décembre 2017.

¹ Les administrateurs représentant les salariés et les salariés actionnaires ne sont pas pris en compte pour le calcul du taux d'indépendance, conformément au Code AFEP-MEDEF.

² Quatorze administrateurs sont élus par les actionnaires ; les deux administrateurs représentant les salariés sont désignés dans le cadre du dispositif de représentation des salariés.

³ Les deux administrateurs représentant les salariés ne sont pas pris en compte pour le calcul de ce pourcentage, conformément à l'article L.225-27 du Code de commerce.

RENOUVELLEMENT DU CONSEIL

— Depuis 2012, huit nouveaux administrateurs ont rejoint le Conseil, représentant 50 % de ses membres au 31 décembre 2017.

Profil des nouveaux administrateurs



ACTIVITÉS DU CONSEIL AU COURS DE L'EXERCICE 2017



— Temps forts et chiffres clés 2017

En 2017, nous avons enrichi les services que nous offrons à nos clients, l'expérience de nos collaborateurs et celle des communautés au sein desquelles nous travaillons. Voici quelques-uns des temps forts de cette année :



Des projets majeurs, digitaux et transformationnels

Captero est devenu un fournisseur stratégique de McDonald's pour l'élaboration, le déploiement et la maintenance des technologies dans ses restaurants et sur le digital. McDonald's a lancé une stratégie ambitieuse de transformation axée sur le digital et a choisi Captero pour l'aider à innover et améliorer son expérience client. Nous aiderons McDonald's à déployer des innovations profondes pour rendre l'expérience client toujours plus facile et personnalisée.

Tout nouvel acteur sur le marché du paiement mobile, Orange Bank a développé une plateforme en partenariat avec Captero. Une collaboration essentielle pour réussir le lancement de son offre.

Confortant sa collaboration de plus de 30 ans avec Zurich Insurance Group, Captero a réalisé récemment deux projets : la refonte complète du système de déclaration des sinistres au Mexique et l'amélioration du traitement des réclamations directes de clients en Allemagne.



DE NOUVELLES ACQUISITIONS POUR UNE OFFRE ÉLARGIE

En 2017, nous avons continué d'enrichir notre éventail de services dans les domaines du numérique et de l'innovation, avec l'acquisition de Itelios, Idean, TCube et LyonsCG.



MoveFifty : Captero célèbre ses 50 ans

En cinq décennies, Captero est passé d'une petite entreprise française à un leader mondial. Pour célébrer notre 50^e anniversaire, nos collaborateurs ont participé dans 43 pays à MoveFifty – campagne RSE incarnant nos valeurs d'audace, de solidarité et de plaisir. Le résultat ? 415 696 km parcourus dans le monde entier, 100 000 € collectés pour l'éducation et plus de 298 000 partages, likes et retweets sur les réseaux sociaux.



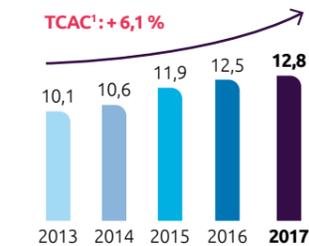
One Planet Academy

En partenariat avec WWF en Inde, Captero a conçu et développé One Planet Academy, première plateforme digitale à offrir aux étudiants et professeurs indiens un contenu interactif et pédagogique inédit dédié au développement durable et à l'environnement. La plateforme est déjà utilisée dans 3 600 écoles par plus de 500 000 élèves. En savoir plus : academy.wwfindia.org

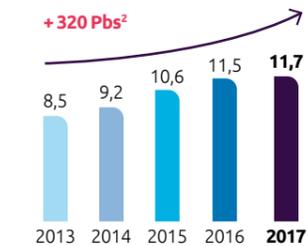


DEPUIS CINQ ANS, NOTRE PERFORMANCE FINANCIÈRE EST SOLIDE ET SOUTENUE

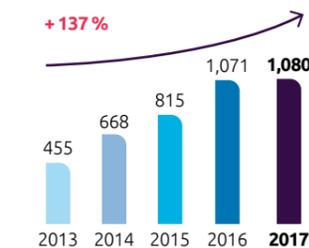
Chiffre d'affaires
En milliards d'euros



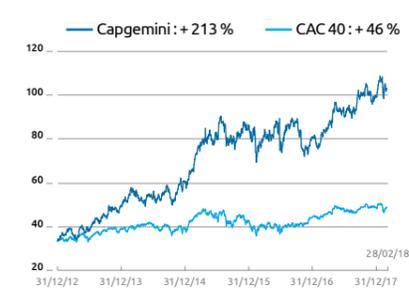
Marge opérationnelle
%



Free cash flow organique
En millions d'euros

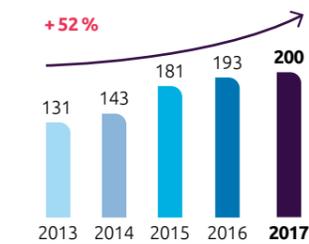


Cours de l'action Captero
En euros, comparé au CAC 40



NOUS AVONS RENFORCÉ NOTRE PLUS BEL ATOUT : NOS ÉQUIPES

Évolution des effectifs
En milliers d'employés



Parité
%

31,4% de femmes salariées + 1,1 pt depuis 2016

20% de femmes dans nos comités de direction + 5 pts depuis 2016

Salariés actionnaires

38 490 salariés sont actionnaires

NOUS AVONS ATTEINT CETTE CROISSANCE DANS LE RESPECT DE NOS VALEURS ET EN SUIVANT UNE DÉMARCHE RESPONSABLE

Réduction des gaz à effet de serre



Nous sommes reconnus et récompensés pour notre comportement éthique.



¹TCAC : Taux de Croissance Annuel Composé
²Pbs : Points de base



— Engager un dialogue pertinent avec toutes nos parties prenantes

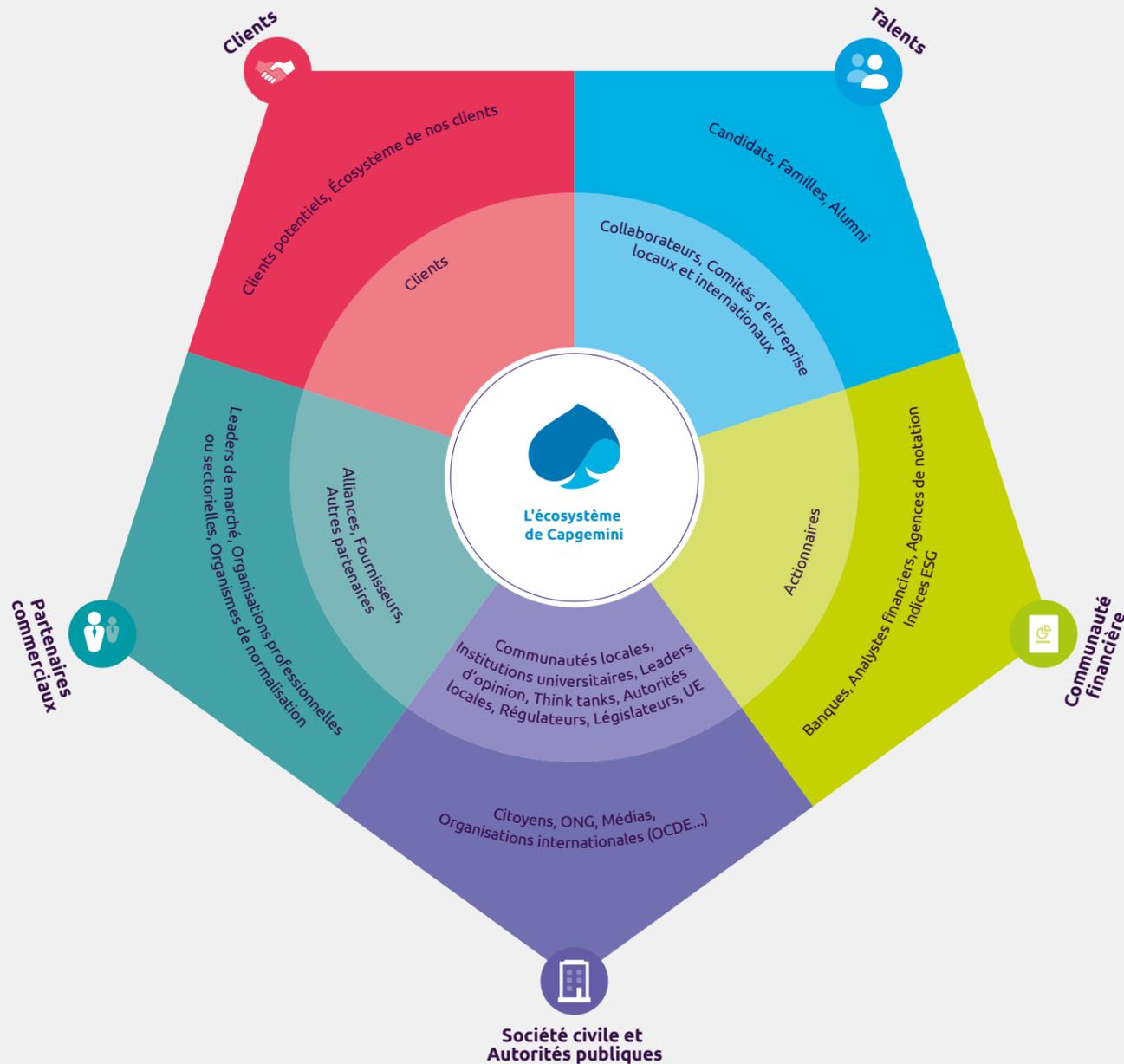
— Nos parties prenantes sont des personnes, groupes et organisations avec qui nous partageons un objectif commun : veiller à ce que la transformation digitale et technologique soit source d'une performance pérenne et responsable, c'est-à-dire qui tienne aussi compte des enjeux économiques, sociaux et environnementaux.

— Le succès de notre Groupe dépend de notre capacité à travailler de manière constructive avec nos parties prenantes. Leurs connaissances et idées novatrices alimentent nos réflexions et nous permettent de mieux appréhender leurs besoins.

— Nous pouvons ainsi répondre aux attentes de nos clients tout en créant de la valeur pour chacun.

Légende : Niveau d'interaction avec nos parties prenantes

- Catégorie de partie prenante
- Interactions ponctuelles
- Relations de long terme / Influence forte et réciproque



— Nous concentrer sur nos enjeux essentiels

— En ligne avec le cadre de référence <IR> publié par l'IIRC, nos enjeux essentiels sont les enjeux économiques, sociaux et environnementaux qui impactent notre capacité à créer de la valeur de façon pérenne.

Ils sont déterminés en fonction de leur incidence sur la stratégie, la gouvernance, la performance et les perspectives du Groupe.

— L'analyse de la matérialité vise à s'assurer que Capgemini analyse l'ensemble de ces enjeux essentiels. Ainsi, à partir de la première analyse de matérialité réalisée en 2014, nous avons cette année :

- cartographié l'écosystème complet de Capgemini et classé les parties prenantes selon l'importance de nos interactions avec elles ;
- sélectionné, lors d'ateliers regroupant des cadres supérieurs du Groupe, les enjeux essentiels qui impactent notre capacité à créer de la valeur à long terme.

— En 2018, nous réunirons un panel international de parties prenantes afin de recueillir leurs idées. Ce dialogue stratégique entre points de vue externes et internes nous permettra de croiser les visions de chacun et de renforcer notre analyse de matérialité.

Nous détaillons notre vision de nos enjeux essentiels et notre proposition de valeur dans les pages suivantes.



ÊTRE LE PARTENAIRE DE RÉFÉRENCE DE NOS CLIENTS

Co-créer de la valeur dans un monde en évolution

« Chez Capgemini, nous servons nos clients avec passion : répondre à leurs attentes est notre priorité quotidienne. Au-delà de la technologie, l'humain est au cœur de notre réussite. »

Rosemary Stark
Ventes



TENDANCES MONDIALES

62 %

des entreprises déclarent que la culture d'entreprise est l'obstacle numéro un à la transformation digitale (enquête auprès de 340 entreprises du *Digital Transformation Institute*¹).

26 %

de rentabilité supplémentaire pour les entreprises promouvant une culture forte de transformation, selon une étude 2017 de Capgemini et du MIT Sloan.

30 %

des jeunes professionnels quitteraient une entreprise qui n'encourage pas la culture de l'innovation, selon la *Digital Transformation Review*².

— Ne jamais cesser d'innover, une nécessité pour réussir dans un environnement de plus en plus complexe

Changeant, incertain et complexe, c'est dans un monde en transformation constante que les entreprises doivent évoluer et survivre. Les certitudes s'évaporent, de nouveaux acteurs les poussent à revoir leur copie et il devient essentiel d'innover constamment pour rester dans la course.

MIEUX COMPRENDRE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

« L'IA sera la tendance technologique la plus controversée et perturbatrice mais aussi la plus convoitée dans les prochaines années. Les entreprises doivent comprendre comment utiliser au mieux cette innovation et devenir une entreprise intelligente. »

Lanny Cohen,
Innovation

TROUVER LE BON ANGLE

— Tout, tout de suite, au meilleur prix et partout. La révolution digitale a ouvert le champ des possibles. Comprendre et intégrer rapidement les technologies émergentes est un véritable défi. Les startups, elles, l'ont bien compris et apportent des perspectives et des façons de travailler disruptives pour le relever. Nos clients ont un éventail d'offres toujours plus grand et ne savent parfois plus comment choisir tel partenaire plutôt qu'un autre. Alors comment bien innover ? Où placer le curseur ?

L'innovation se transforme en succès lorsqu'elle crée de nouvelles opportunités et de la valeur pour l'entreprise. Elle remet en cause les chaînes de valeur traditionnelles et optimise les écosystèmes existants. Réussir à trouver le bon équilibre entre l'adoption de nouveaux paradigmes et la stabilité des performances est un véritable challenge.

Il faut éviter de tomber dans la « course à la nouveauté » qui consiste à multiplier les prototypes et expérimenter une nouvelle technologie sans réflé-

RISQUES ET OPPORTUNITÉS

Les principaux risques et opportunités que rencontre notre secteur en ce qui concerne les clients et l'innovation incluent notamment notre capacité à adapter notre portefeuille de services, à rester compétitifs, ainsi qu'à éviter d'éventuels échecs dans l'exécution de nos services, mais également la protection des données, la cybersécurité et les passifs des contrats. Les risques et opportunités sont détaillés dans le Document de Référence et dans la version digitale du Rapport Intégré.

chir à son retour sur investissement. L'innovation doit toujours être pensée avec et pour les clients, et la technologie être mise à son service.

DISPOSER DES MEILLEURS TALENTS

— Il est crucial de disposer des bons talents pour réussir le pari de l'innovation. Dans une récente étude de LinkedIn et Capgemini, la plupart des entreprises déplorent un manque de talents dans le numérique. Les collaborateurs dotés de compétences digitales, orientés clients et désireux d'apprendre, sont les plus recherchés. Les entreprises de conseil et de services informatiques ont d'autant plus besoin de ce type de talents pour répondre aux attentes de leur propres clients qui n'arrivent pas eux-mêmes à recruter ces profils.

RENFORCER LES PARTENARIATS DE LONG TERME

— Dans le secteur du conseil et des services informatiques, plus les entreprises anticipent et comprennent les besoins de leurs clients, mieux elles peuvent les aider à mettre en œuvre leurs projets de transformation. Par ailleurs, les relations de long terme associées à une connaissance approfondie de leurs besoins les encourageront à s'aventurer hors des sentiers battus et produire plus de valeur pour eux comme pour leurs propres clients.

Ils seront ainsi capables de se réinventer, de toujours innover en s'appuyant sur les talents clés et en travaillant avec leurs clients sur le long terme.



¹ Le *Digital Transformation Institute* est le centre de recherche de Capgemini sur les technologies numériques. Il dispose de plusieurs centres de recherche dédiés en Inde, au Royaume-Uni et aux États-Unis.

² Revue bi-annuelle de Capgemini Consulting.



— L' Applied Innovation Exchange de Capgemini

Innovent ensemble grâce à notre écosystème international d'experts.

Chez Capgemini, les clients sont au centre de nos préoccupations. Nous élaborons des solutions orientées client grâce à un écosystème complexe de partenaires, innovateurs, incubateurs, think tanks, startups et scaleups¹, afin de répondre avec précision à tous leurs besoins. Notre objectif n'est pas seulement de faire émerger de nouvelles idées business, mais aussi de les accompagner dans la durée, en véritable partenaire de leur succès. C'est la mission de l' Applied Innovation Exchange (AIE), notre plateforme d'innovation mondiale.

REPOUSSER LES FRONTIÈRES

— En 2017, l'AIE a accueilli plus de 1 300 projets clients pour explorer des solutions répondant à leurs défis métiers et sectoriels. À chaque rencontre, nous réunissons grandes entreprises et startups pour repousser ensemble les limites de l'innovation. Le rôle et l'impact de l'AIE diffèrent selon les types de produits, de services et de business models. Ce qui ne change pas, c'est le cadre rigoureux qu'il donne, véritable facteur de succès.

L'innovation est certes ludique et captivante, mais elle prend tout son sens lorsqu'elle est appliquée. Le cadre fourni par l'AIE impose la discipline et la rigueur nécessaires pour innover efficacement.

Séance de travail à l' Applied Innovation Exchange de New York.

16

centres Applied Innovation Exchange de Capgemini dans le monde offrent aux clients un accès privilégié à une large communauté de talents pour accélérer l'innovation.

+ de
1 300

projets clients ont été gérés par les Applied Innovation Exchange de Capgemini en 2017.

Cela aide les entreprises à développer une culture qui encourage, récompense et favorise l'innovation. Il leur permet de découvrir, concevoir et déployer de nouvelles idées, solutions et propositions de valeur. Il emploie les plus récentes gammes d'outils et de méthodes accélératrices comme le *design thinking*.

RÉUNIR LES MEILLEURS TALENTS AU SERVICE DE L'INNOVATION

— La pluridisciplinarité est un élément clé pour réussir l'innovation appliquée. Avoir une approche collaborative et co-créative est indispensable pour réaliser de bons prototypes et des *proofs of concept* qui ont une valeur pour les business. La confrontation et le partage des idées entre nos clients, nos partenaires, des personnes de la société civile, sont le poumon d'un écosystème vertueux et constructif. L'énergie de chacun permet de créer de la valeur.

L'AIE associe nos clients à notre écosystème mondial : experts en innovation, partenaires, universités, startups, sociétés de services de R&D, fonds de capital-risque et sociétés de capital-investissement. Il forme un cadre unique pour créer des expériences de haut-niveau et utiles à leurs business.

Notre approche facilite l'émergence de nouvelles façons de penser. Par exemple : comment la blockchain peut-elle être utilisée pour optimiser une *supply chain* dans la grande distribution ? Comment l'IA peut prévoir la réaction d'un véhicule autonome face à un véhicule classique ? Comment prédire la probabilité de défaillance d'un composant de centrale nucléaire ?

¹ Startup qui a prouvé la valeur de son business model et connaît une croissance forte avec des ambitions à l'international.

— Le Groupe PSA réinvente l'après-vente grâce au mobile

En partenariat avec Capgemini, le Groupe PSA (Peugeot Citroën) a enrichi son expérience client : une application mobile transformant l'après-vente a été développée et déployée auprès des garagistes ... en moins de quatre mois !

Le principe de l'application est d'informer les propriétaires des véhicules des réparations à effectuer. Comment fonctionne-t-elle sur le terrain ?

Jean-Pierre Fernandes Responsable Métier, Après-vente PSA Groupe › Lorsqu'un véhicule est déposé par un client à l'atelier, notre technicien réalise des contrôles et une estimation des réparations, ainsi qu'une vidéo de son inspection. Le dossier est ensuite envoyé au client par email ou sms. Celui-ci peut visualiser la vidéo, mieux comprendre les travaux à réaliser et ainsi donner son accord.

Comment cette application a-t-elle été conçue ?

Arnaud Angotti, Responsable Application, DSIPSA Groupe › Le défi consistait à mettre rapidement en production une application exploitable par les utilisateurs. Nous avons travaillé avec Capgemini en utilisant la méthode « MVP » (*Minimum Viable Product*) avec des retours de la part des utilisateurs à chaque étape du développement. Les facteurs clés de réussite ont été la forte implication de ces derniers et la rapidité d'intégration de leurs demandes d'ajustements avec des remontées terrain faites dans la journée et prises en compte dès le lendemain. Résultat : moins de quatre mois pour la mise en production !

Les utilisateurs ont donc pris part au développement de l'application ?

Pierre-Denis Autric, Culture Hacker*, Capgemini › Les équipes du Groupe PSA nous ont posé un beau challenge métier : créer une nouvelle expérience entre les garagistes du réseau et leurs clients. Nous avons réuni les techniciens, les équipes métier et IT pour décrire les processus, puis explorer des solutions ergonomiques et préparer le déploiement. Les premiers retours ont permis de sécuriser l'ajout de nouvelles fonctions et la mise en œuvre à l'échelle. Au final : une transformation en temps record, des retours élogieux des clients du Groupe PSA et pour Capgemini, un client qui nous prépare déjà de nouveaux défis.

Quel est l'impact sur la relation commerciale ?

Jean-Denis Bigot, Directeur Après-Vente, PSA Retail › Après cette première année d'expérience, cette application est un réel succès : un déploiement sur 160 sites, plus de 100 000 vidéos adressées à et visionnées par nos clients, une réelle amélioration de la satisfaction client comme le démontrent les classements des sites PSA Retail. Forts de ce succès et en prenant en compte toute la richesse des remontées de l'expérience terrain, nous lançons une nouvelle version de l'application, en partenariat avec Capgemini.

* Un Culture Hacker accélère la résolution de problèmes identifiés par les utilisateurs en libérant l'énergie créatrice du collectif.

Regardez l'interview : reports.capgemini.com/2017/fr

Avec Capgemini, le Groupe PSA a développé en moins de quatre mois une application mobile améliorant l'expérience après-vente, en s'appuyant sur le feedback continu des utilisateurs et les méthodes MVP.



S'ENGAGER POUR NOS COLLABORATEURS

Attirer les meilleurs talents

« Nous sommes attentifs aux personnes qui décident de travailler avec nous. Notre objectif est de leur offrir le meilleur environnement pour progresser et s'épanouir. »

Hubert Giraud
Gestion et transformation des Ressources Humaines



TENDANCES MONDIALES

75 %

de la population active mondiale devrait être composée de millennials d'ici 2025. Capgemini vit déjà dans le futur avec un effectif constitué à 70 % de millennials.

38 %

des employés dans le monde pensent que leurs compétences deviendront obsolètes dans les cinq prochaines années, d'après une étude conjointe Capgemini-LinkedIn (juin-juillet 2017).

73 %

des PDG se déclarent préoccupés par la disponibilité de compétences clés, selon une enquête de 2015 de la *Harvard Business Review*.

— La conquête des talents, un facteur clé de succès

Les entreprises technologiques sont confrontées à un programme colossal : renforcer leurs compétences, accompagner les transformations de leurs clients, maintenir leurs systèmes tout en protégeant leurs actifs. Des talents exceptionnels sont donc nécessaires.

UNE PÉNURIE DE TALENTS

— Les exigences de nos métiers sont toujours plus complexes. Pour rester performantes, les entreprises de notre secteur doivent recourir à des compétences très variées et s'entourer des meilleurs experts sectoriels et de profils de haut niveau dans tous leurs domaines d'intervention.

Adopter rapidement de nouvelles technologies est également un défi clé pour les entreprises. Et nombreuses sont celles qui souffrent d'un déficit de compétences. En effet, le rythme de leurs investissements dépasse la capacité du marché à fournir les compétences requises par leurs nouvelles stratégies. Cette demande de talents technologiques est encore plus aiguë dans certains secteurs.

Par ailleurs, le rôle crucial des technologies exige de la part des collaborateurs IT de communiquer et collaborer au mieux avec les autres métiers.

Enfin, l'automatisation a un impact sur les compétences et profils recherchés par les entreprises.

43 %

de la population active américaine exercera en tant que travailleur indépendant à temps plein ou partiel d'ici 2020, selon une étude de nasdaq.com. Cela changera les modes d'identification et d'emploi des talents. Par ailleurs, depuis 2015, les millennials sont devenus la population active la plus nombreuse. Leurs exigences particulières nécessitent de nouvelles stratégies d'engagement.

De nombreuses tâches répétitives étant désormais opérées directement par des machines, les besoins en recrutement s'en trouvent modifiés.

RÉPUTATION EMPLOYEUR : FACTEUR CLÉ

— Les grandes entreprises doivent veiller à renforcer l'importance de la réputation employeur en offrant un environnement de travail innovant, éthique et positif, dans lequel les collaborateurs pourront progresser et s'épanouir.

Les commentaires sur leur entreprise postés par les collaborateurs sur les réseaux sociaux et internet jouent un rôle majeur. Les nouveaux talents s'y fient souvent davantage qu'aux campagnes de recrutement.

La réputation d'un employeur dépend de la manière dont il met en application ses valeurs et sa culture managériale. La marque employeur relève donc notamment de la responsabilité de l'équipe dirigeante, dont le Président-directeur général.

DES COMPÉTENCES CLÉS VOLATILES

— Au-delà des ruptures technologiques, le marché des talents évolue fortement. Les marchés de l'emploi sont devenus aussi complexes que les marchés technologiques. Ils sont désormais plus volatiles. Les entreprises doivent réinventer le contrat social conclu avec leurs équipes et leur donner une visibilité claire sur leur plan de carrière et cela pour pouvoir offrir l'expertise requise à leurs clients. Enfin, le bien-être au travail compte toujours davantage. Savoir adapter les conditions de travail fait partie intégrante de la performance des entreprises.

RISQUES ET OPPORTUNITÉS

Les principaux risques et opportunités liés aux talents auxquels notre secteur est confronté incluent l'attraction et la fidélisation de ceux-ci, notamment pour les dirigeants clés et l'identification des successeurs potentiels. Les risques et opportunités sont détaillés dans le Document de Référence et dans la version digitale du Rapport Intégré.



— Notre objectif est de créer un environnement adapté à chaque nouvelle recrue

Identifier et développer les meilleurs profils est plus que jamais essentiel à notre réussite.

ATTIRER LES MEILLEURS TALENTS

— Notre processus solide de recrutement et d'intégration obéit à trois principes.

- Fondée sur nos valeurs et notre sens métier, notre marque employeur reflète la tradition de performance du Groupe. L'évaluation des compétences lors du recrutement assure l'adéquation des candidats avec nos méthodes de travail et notre environnement flexible.
- Nous recrutons des profils diversifiés afin qu'ils évoluent et donnent le meilleur d'eux-mêmes dans les environnements les plus variés. Attentifs à la parité, tous nos recruteurs ont signé la charte de la diversité du Groupe. Nous poursuivons activement notre politique d'insertion de personnes en situation de handicap.
- Nous offrons à chaque collaborateur des opportunités de développement professionnel grâce à une mise en relation directe avec nos clients et à une formation continue.

En retour, chaque collaborateur développe régulièrement ses compétences pour maintenir son expertise.

DÉVELOPPER LES EXPERTISES

— Notre réussite tient au renouvellement permanent de nos expertises. Nous voulons permettre à nos collaborateurs de développer leurs com-

UNE EXPÉRIENCE POSITIVE

Nous nous engageons à offrir une expérience positive à nos collaborateurs et nous utilisons les enquêtes Pulse (enquêtes rapides réalisées par voie électronique) pour comprendre leurs attentes. Nous sommes déjà reconnus comme l'un des employeurs les plus attractifs en France et notre Président-directeur général Paul Hermelin figure dans la liste des PDG les mieux notés par Glassdoor UK en 2017.

pétences et capacités. Ancrée dans une longue tradition, *Capgemini University* se classe parmi les meilleurs services de formation. Les cours sont dispensés en ligne, localement et dans les campus mondiaux – Serge Kampf Les Fontaines (France) et Pune (Inde) – ainsi que dans nos autres campus régionaux.

Pour soutenir la croissance, nous fournissons un contenu pertinent et adapté. Nos formations, conformes aux principes du *Digital Age Learning*, sont axées sur nos activités stratégiques et les standards du secteur. Nous organisons aussi régulièrement des événements tels que des sessions d'accélération de compétences, ateliers de co-création, hackathons...

Enfin, notre programme de certification est un élément clé de valorisation des compétences. En 2017, nous avons mis en place une *Automation Academy*, avec 125 premiers diplômés et plus de 9 000 candidats retenus. En 2018, nous renforçons encore la certification en matière de technologies émergentes (Intelligence Artificielle, Internet des Objets et blockchain).

RENOUVELER LE MODÈLE DE LEADERSHIP

— Il est crucial de développer les compétences et comportements de nos managers. Notre modèle de leadership renouvelé définit les comportements attendus à travers six dimensions liées entre elles : *La Nique, Business Builder, Profit Shaper, People Developer, Active Connector, Agile Player*. Tous nos leaders ont un objectif spécifique de développement de leurs compétences et nos 1 500 Vice-Présidents valideront une certification digitale en 2018.

Une intégration réussie des nouvelles recrues

La première impression est toujours déterminante. C'est pourquoi depuis 2017, de jeunes recrues françaises sont conviées à un séminaire de trois jours sur notre campus Serge Kampf Les Fontaines (France). Ce rassemblement (de 100 personnes pour 2017) a une triple ambition : créer de l'engagement envers le Groupe ; transmettre les compétences clés du conseil (posture, communication, exécution) ; créer des liens dans un esprit ludique.

Campus Serge Kampf Les Fontaines de Capgemini à Gouvieux en France



— Nous transformons nos espaces de travail

Nos conditions de travail évoluent, il en va de même de notre espace de travail. En 2016, nous avons lancé une ambitieuse transformation de nos bureaux traditionnels en espaces collectifs favorisant les échanges.

Nos espaces de travail rationalisés, harmonisés et améliorés conformément à la charte *AgileWork@Cap* favorisent le bien-être, la flexibilité et l'innovation.

- **Attractivité** : nos nouveaux locaux sont conçus pour favoriser le bien-être au travail, avec lumière naturelle, plantes vertes, mobilier fonctionnel, espaces personnalisés et conviviaux.
- **Créativité** : nos espaces offrent des innovations technologiques, des zones de co-création et un environnement intellectuellement stimulant, avec des agencements variables selon les activités (*co-working* avec partenaires et clients, co-conception entre équipes, etc.). Ils deviennent un élément moteur de notre créativité, avec des open spaces collaboratifs, espaces modulables, mini-auditoriums, mobilier collaboratif et de nombreuses salles de réunion.
- **Coopération** : le partage d'informations et de connaissances ainsi que la collaboration entre

83 000

personnes pourront utiliser nos nouveaux espaces de travail dès qu'ils seront opérationnels (78 sur 114 sont déjà en service), dont plusieurs dans des sites clés tels que New York, San Francisco, Londres et Bombay.

métiers y sont favorisés pour proposer des solutions plus globales et flexibles à nos clients.

- **Flexibilité** : ces espaces multiformes offrent des environnements adaptés à des activités variées (conférences, réunions, séances de réflexion, rencontres, sessions créatives).
- **Mobilité** : lieux de réunion et d'échange, les nouveaux bureaux permettent de dialoguer et d'interagir sur place avec des partenaires, mais aussi avec les autres sites du Groupe dans le monde et les collaborateurs travaillant à distance, grâce à des outils de conférence virtuelle performants.

— Depuis 2016, 114 projets de transformation des lieux de travail ont été lancés. Soixante-dix-huit ont déjà été menés à terme, et une fois les autres mis en service en 2019, leur capacité d'accueil sera de 83 000 places. Le parc restant sera rénové progressivement.

Les bureaux new-yorkais de Capgemini font peau neuve.



Notre bureau de Londres est devenu un espace d'innovation.



Un défi et une opportunité

« Les atteintes à la protection des données et à la cybersécurité sont une menace majeure pour la réputation des entreprises. Notre priorité : protéger les actifs digitaux des cyberattaques et des comportements internes inappropriés. Dans ce but, nous avons déployé des solutions de veille pour garantir la sécurité ainsi que des outils et services de protection. Le défi n'est pas uniquement technologique, il a également trait à nos activités (confiance client) et à nos collaborateurs (protection de leurs données personnelles). »

Patrick Nicolet
Technologies



TENDANCES MONDIALES

2 000 MDS \$

représente le coût que pourrait atteindre la cybercriminalité d'ici 2019 selon Forbes.

3 617

enregistrements de données sont perdus ou volés par minute selon Symantec, une société de logiciels spécialisée en cybersécurité.

— La sécurité des informations, condition sine qua non de la confiance client

Maria Pernas, Directrice juridique de Capgemini, et Bernard Barbier, Responsable Cybersécurité et Protection des informations du Groupe, expliquent comment Capgemini relève les défis et saisit les opportunités liés à la protection des données et à la cybersécurité.



Quels sont les défis auxquels sont confrontés nos clients ?

M.P. › Nos clients doivent d'abord répondre aux attentes croissantes de leurs propres clients, toujours plus exigeants sur le traitement de leurs données personnelles. La plupart d'entre eux devront aussi mieux documenter le traitement et la conformité de la gestion de leurs données, contrainte liée au nouveau RGPD (Règlement général sur la protection des données) qui prend effet en mai 2018. Enfin, il leur faudra intégrer les exigences légales sur la protection des données dans leurs spécifications techniques.

B.B. › Nos clients veulent se protéger des cyberattaques qui, en 2017, ont impacté de grands groupes. Les États imposent également des réglementations strictes afin de protéger les entreprises. La résilience contre ces attaques devient un facteur majeur de valeur pour les investisseurs et les autres parties prenantes.

Comment relever ces défis pour protéger les actifs de nos clients ?

M.P. › Nous garantissons à nos clients une approche *privacy by design* afin de leur assurer que tous leurs impératifs en matière de

protection des données soient mis en œuvre dans les services que nous leur proposons.

B.B. › Il y a quatre ans, Capgemini a lancé son programme de cybersécurité et de protection des informations (CySIP). Il reflète notre engagement à appliquer un niveau élevé de protection des données pour nos clients, notre entreprise et nos collaborateurs. Nous avons investi dans des outils et technologies innovants. Nous déployons aussi des programmes mondiaux de sensibilisation et de formation de nos collaborateurs à la sécurité, tant sur le plan professionnel que personnel. Enfin, le Groupe a conçu une offre de cybersécurité et intervient de plus en plus dans ce domaine chez ses clients grâce à son expertise SOC (Centres opérationnels de sécurité) de renommée mondiale. Nous poursuivons ces investissements.

Comment anticipez-vous les nouvelles réglementations RGPD et NIS (Network and Information Security) ? Quels en sont les impacts ?

M.P. › Capgemini fonde son approche RGPD sur la mise en œuvre des BCR (Binding Corporate Rules) approuvées par les autorités européennes de protection des données en 2016. Cela nous amène à poursuivre la diffusion d'une culture de la protection des données afin de garantir l'application effective des procédures définies dans le cadre des BCR, essentielles pour la conformité avec le RGPD.

B.B. › Les pays de l'Union européenne ont décidé de renforcer le niveau de cybersécurité avec la nouvelle directive européenne NIS qui impose aux grands groupes un seuil d'exigence très élevé en la matière. C'est une opportunité de croissance majeure pour Capgemini qui renforcera ainsi son propre niveau de cybersécurité.

RISQUES ET OPPORTUNITÉS

Les principaux risques et opportunités dans notre secteur sont liés à la protection des données et à la cybersécurité, qui peuvent influencer sur la réputation. Les risques et opportunités sont détaillés dans le Document de Référence et dans la version digitale du Rapport Intégré.

ÊTRE INTRANSIGEANT SUR L'ÉTHIQUE ET LA CONFORMITÉ

Fidèles à notre éthique et nos valeurs

Capgemini récompensé pour la 6^e année consécutive.



« Je crois que le monde actuel, en perte de repères, secoué par des scandales à répétition, en mal de confiance dans l'entreprise et dans ses dirigeants n'a jamais eu autant besoin d'éthique et de respect de quelques valeurs fondamentales. À nous, à vous donc de rester fidèles à nos valeurs et à nos principes de vie. »

Serge Kampf
Fondateur de Capgemini

TENDANCES MONDIALES

10,7%

de surperformance pour les entreprises les plus éthiques au monde (classement Ethisphere® Institute) par rapport à la moyenne des grands groupes américains sur les cinq dernières années.

86%

des millennials considèrent comme une priorité de travailler pour une entreprise dont la conduite est éthique et responsable (selon une étude de l'Université Bentley).

— Les valeurs de Capgemini, une source d'agilité et de différenciation à l'ère du digital

L'attention croissante des médias, gouvernements et actionnaires n'autorise aucun compromis sur l'éthique et les valeurs.

LA CONFIANCE AU CŒUR DE LA RÉUSSITE D'UNE ENTREPRISE

— La mondialisation, les cycles économiques courts, l'explosion de la cybercriminalité et de la fraude ont amplifié l'importance de l'éthique et des valeurs. La réputation des entreprises repose non seulement sur leurs produits et services, mais aussi sur la façon dont elles mettent en valeur les relations entretenues avec leurs parties prenantes. Il faut des années pour construire une réputation, mais il suffit de quelques heures pour la perdre à cause d'une erreur éthique.

Dans notre secteur, centré sur l'humain, la confiance est au cœur de notre offre. De plus, la séparation entre vie personnelle et professionnelle peut être ténue, particulièrement pour les jeunes talents que nous attirons, d'où la nécessité de dialoguer ouvertement sur les questions éthiques.

NOS VALEURS, VÉRITABLE SOCLE DE NOTRE CULTURE D'ENTREPRISE

— Serge Kampf, Fondateur de Capgemini, était convaincu qu'une éthique et une intégrité sans faille sont les fondations d'une activité rentable et durable. Depuis la création du Groupe en 1967,

DROITS DE L'HOMME

Capgemini souscrit aux principes de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et du Citoyen de 1948, ainsi qu'aux conventions de l'Organisation Internationale du Travail et au Pacte mondial des Nations Unies. En interne, cela se traduit par Le Comité Éthique et Gouvernance du Conseil d'Administration veillant au respect des sept valeurs, l'International Works Council (IWC) représentant les employés et le Code de conduite fournisseurs diffusant le respect des exigences du Groupe dans notre chaîne d'approvisionnement.

l'éthique et nos sept valeurs fondamentales ont été au cœur de notre culture d'entreprise et de nos relations business : honnêteté, audace, confiance, liberté, plaisir, simplicité et solidarité.

La fidélité à nos valeurs a forgé la réputation du Groupe et contribue grandement à sa performance. Au-delà du respect de nos règles et principes, notre culture facilite la prise de décision et permet la souplesse nécessaire à la gestion des imprévus dans des situations complexes. Elle oriente les collaborateurs vers les bons choix. C'est ce cadre éthique qui tisse aujourd'hui le lien entre nos 200 000 collaborateurs dans plus de 40 pays.

UN AVANTAGE COMPÉTITIF RÉEL

— Depuis 2010, nous avons élaboré un programme d'éthique et de conformité afin de renforcer notre avantage concurrentiel. Il vise à sensibiliser les collaborateurs et les aide à prendre leurs décisions dans le respect des principes d'honnêteté et d'intégrité. Il repose sur deux piliers :

- notre code d'éthique commerciale incite les collaborateurs à adopter un comportement approprié en toute circonstance ;
- le programme de conformité du Groupe s'assure que les niveaux de contrôle adéquats sont déployés (notamment la politique de lutte contre la corruption et la politique de conformité aux lois sur la concurrence), afin de faire respecter les règlements internes et externes.

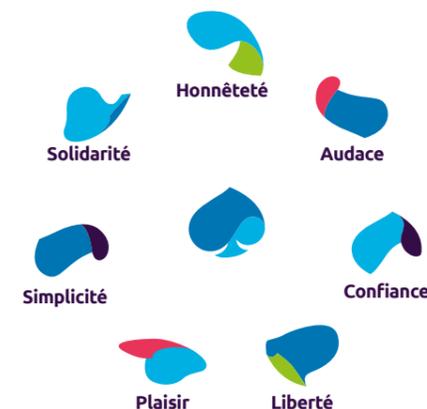
UNE DYNAMIQUE DIGITALE

— Notre démarche est interactive et digitale : elle comprend des vidéos de formation avec des études de cas, une Semaine de l'Éthique, une enquête éthique annuelle et la ligne d'assistance téléphonique *SpeakUp*, accessible à chacun pour demander des conseils et faire remonter des alertes.

Le respect de l'éthique fonctionne comme un muscle : plus on l'entretient, plus il se renforce.

RISQUES ET OPPORTUNITÉS

Les principaux risques et opportunités liés à l'éthique et aux valeurs auxquels notre industrie est confrontée incluent le respect des lois en vigueur, la gestion de crise et la réputation. Les risques et opportunités sont détaillés dans le Document de Référence et dans la version digitale du Rapport Intégré.



CONTRIBUER À UN MONDE MEILLEUR

Architectes d'Avenirs Positifs

« Nous nous engageons à être un leader responsable, dont l'expertise a un impact positif sur le monde. »

Christine Hodgson
Responsabilité Sociale
et Environnementale



TENDANCES MONDIALES

217 ans

c'est le nombre d'années qu'il faudra, au rythme actuel, pour que disparaissent les écarts de salaires et la discrimination à l'embauche envers les femmes, selon le *Global Gender Gap Report 2017* du Forum économique mondial.

52 %

de la planète n'a toujours pas accès à internet, selon une étude de la Commission sur le haut débit pour le développement durable des Nations Unies, parue en septembre 2017.

4

des cinq plus grands risques pour l'humanité sont environnementaux, selon le Rapport Mondial des Risques 2018 du Forum économique mondial.

— ENJEUX MONDIAUX —

— Le développement durable, un impératif business pour tous

Les politiques de diversité et d'inclusion sont une force pour nos sociétés. Elles le sont aussi pour les entreprises puisqu'elles incitent à la pluridisciplinarité des talents, gage de valeur pour toute entreprise dynamique et innovante.

ENVIRONNEMENT INCLUSIF

— Dans une économie mondialisée, les politiques de diversité et d'insertion professionnelle sont devenues impératives. Au sein des multinationales, la pluralité sous toutes ses formes – religion, genre, générations, etc. – est déjà une réalité. L'égalité des chances, prise en compte pour le recrutement, et le respect des droits de l'Homme sont plus que jamais intégrés aux engagements fondamentaux des entreprises.

Recruter des talents est essentiel à la croissance, la compétitivité et l'innovation. La diversité des profils et des compétences est un réel atout pour stimuler la créativité.

ACCÉLÉRATION DIGITALE

— Les solutions digitales contribuent significativement au développement durable en transformant nos façons de vivre et de travailler. Elles sont indispensables à la réalisation des 17 Objectifs de Développement Durable (ODD) des Nations Unies et adressent plus de 50 % des 169 cibles visées.

Ces solutions auront un impact positif considérable et mesurable sur le développement : elles amélioreront la qualité de vie, favoriseront une croissance équitable et protégeront l'environnement. Investir dans ces solutions digitales est

RISQUES ET OPPORTUNITÉS

Les principaux risques et opportunités liés au développement durable auxquels notre industrie est confrontée sont de nature politique et environnementale. Les risques et opportunités sont détaillés dans le Document de Référence et dans la version digitale du Rapport Intégré.

également cohérent d'un point de vue business puisqu'elles favorisent la création de valeur dans le secteur des technologies de l'information et des communications (TIC).

CHANGEMENT CLIMATIQUE

— Selon la *Global e-Sustainability Initiative (GeSI)* – acteur conseil majeur sur les pratiques à adopter pour une durabilité sociale et environnementale intégrée – le secteur des TIC a la capacité de neutraliser 10 fois plus de gaz à effet de serre qu'il n'en produit. Par ailleurs, les solutions digitales, qui se développent à une vitesse incroyable, rendent désormais accessibles, de manière plus humaine et durable, des biens et services à une grande partie de la population mondiale.

Dans le même temps, les défis environnementaux ont pris une ampleur planétaire. L'urbanisation accélérée et la consommation galopante conduisent à l'épuisement des ressources naturelles et à la dégradation d'écosystèmes fragiles. Le dérèglement climatique se fait de plus en plus sentir partout dans le monde. Selon la Banque mondiale, 158 000 milliards de dollars de biens matériels – soit le double de la production annuelle de l'économie dans le monde – sont menacés, à défaut de mesures préventives pour préserver le climat.

Des salariés du Groupe initient des enfants de 8 à 14 ans au code et à la programmation informatique, dans le cadre du programme éducatif *Cap sur le code* développé par Capgemini et des partenaires locaux français.



— S'engager pour un avenir durable et plus de diversité

Notre mission : mettre notre expertise au service d'impacts positifs pour le monde.

L'objectif d'être « Architectes d'Avenirs Positifs » résume notre ambition réaffirmée en matière de RSE : nous souhaitons être reconnus dans le monde comme une entreprise de pointe en la matière, dont l'expertise a des effets externes positifs. Le caractère durable de nos activités est un impératif d'entreprise et nous le plaçons au centre de nos projets. Nous avons l'ambition d'être moteur du changement, par nos méthodes de travail et par l'implication personnelle de nos collaborateurs. Nous travaillons en étroite collaboration avec nos clients et partenaires pour élaborer les solutions qui peuvent contribuer à la protection de l'environnement, qui permettent à la société d'assimiler la révolution numérique et l'automatisation et qui renforcent la diversité et l'inclusion professionnelles.

UNE NOUVELLE STRATÉGIE

— Nous avons défini trois objectifs clés ainsi que des cibles associées à l'horizon 2020.

- **Diversité** : créer un environnement professionnel inclusif, en mesure d'attirer et de fidéliser des talents de tous profils, afin que Capgemini prospère et que nos collaborateurs s'épanouissent.
- **Inclusion numérique** : déployer nos compétences pour relever les défis liés à la révolution numérique et à l'automatisation.
- **Responsabilité environnementale** : minimiser notre empreinte écologique, favoriser la rési-

OBJECTIFS 2020

25 %

des membres de comités de direction seront des femmes.

34 %

de nos effectifs seront des femmes.

20 %

de réduction des émissions carbone par employé en comparaison avec 2015.

80 %

d'initiatives sociales seront dédiées à l'inclusion digitale.

lience de nos activités face au changement climatique et aider nos clients à relever les défis du développement durable.

Ces trois objectifs clés reposent sur l'engagement de nos collaborateurs. Pour opérer les changements dans toute l'organisation, nous devons libérer la passion et la créativité de nos équipes.

2017 : UNE ANNÉE DE SUCCÈS

— Nous avons déjà réalisé des progrès significatifs. En 2017, la proportion de femmes parmi les équipes dirigeantes est passée de 15 à 20 %, un premier jalon important pour une plus grande parité au sein de notre direction.

Nous avons également commencé à orienter nos initiatives sociales vers l'inclusion digitale.

En matière d'environnement durable, nous avons déjà réduit de 15 % nos émissions carbone par employé depuis 2015 (et de 11 % depuis 2016).

Nous avons lancé des « discussions carbone » avec nos clients afin de les aider à réduire leurs émissions de 10 millions de tonnes au total d'ici 2030.

L'INCLUSION DIGITALE : UN ENJEU PRIORITAIRE

— Nous souhaitons maximiser notre impact social via l'inclusion digitale, en mettant nos compétences et savoir-faire au service des populations, en particulier les plus défavorisées. Pour accélérer notre impact, nous travaillons en collaboration avec des partenaires innovants.

En concentrant 80 % de nos initiatives d'ici 2020 sur l'inclusion digitale, nous développerons des partenariats avec des associations internationales ainsi qu'avec d'autres entreprises et des instituts. Nous adopterons également une politique de bénévolat. Enfin, nous avons pour ambition de développer un pôle académique dédié à l'inclusion digitale.

— Impulser des transformations positives

Nous poursuivons déjà activement des initiatives destinées à promouvoir la diversité, l'inclusion digitale et le développement durable. Retour sur les temps forts de 2017.

UN ACCÉLÉRATEUR POUR LES FEMMES

— En 2017, nous avons mis en place des programmes pour les collaboratrices identifiées à haut potentiel, dans la plupart des métiers, dont la finance. Trois sont des programmes internationaux : OWL (*Outstanding Women in Leadership*), avec des participantes de neuf pays ; MAPP (*Mentoring and Protégé Progression*) avec des participantes de six pays ; et *We Lead* avec des participantes des départements financiers de huit pays. OWL et MAPP sont organisés par *Cloud Infrastructure Services*, une division du Groupe dans laquelle les femmes sont encore peu représentées.

LA FORCE DU DIGITAL

— Le programme *National Digital Literacy* de Capgemini en Inde vise à l'autonomisation des communautés par le biais du digital. Il vient en appui de la mission nationale d'alphabétisation numérique du gouvernement indien (programme NDLM), qui vise à assurer la formation digitale d'au moins une personne par foyer indien d'ici 2020.

Capgemini, avec le NASSCOM indien (*National Association of Software and Services Companies*), a mis en œuvre ce programme, en soutenant

2,8M

de kWh d'énergie générée par an par les installations solaires sur nos campus de Bombay, Pune et Chennai.

+ de 25 000

collaborateurs inscrits à notre programme de covoiturage en Inde.

12 centres de formation proches de nos principaux bureaux. Ces centres ont formé 18 000 personnes en 2017.

Le programme NDLM s'adresse à des citoyens de générations et milieux sociaux très différents afin de toucher toutes les communautés et combler le fossé numérique qui les impacte.

LE VIRAGE VERT EN INDE

— Capgemini a diminué sa consommation d'énergie en Inde bien que son activité ait été en croissance. Nous avons déployé des équipements de pointe en matière d'efficacité énergétique (refroidisseurs puissants et éclairage LED) et de larges installations solaires sur nos campus de Bombay, Pune et Chennai. Elles génèrent près de 2,8 millions de kWh par an : de quoi alimenter 2 600 foyers indiens.

Pour aider à réduire les émissions liées aux déplacements de nos équipes, nous encourageons le covoiturage à l'aide de l'application sRide, à Bangalore, Chennai, Hyderabad, Calcutta, Bombay et Pune. Avec plus de 25 000 employés inscrits, le Groupe est la première entreprise utilisatrice de sRide dans son secteur.

Projet Inhale sur le campus de Gachibowli à Hyderabad en Inde.

Un air assaini pour un avenir sans pollution :

Les équipes Capgemini du campus de Gachibowli à Hyderabad collaborent avec le TERI (*The Energy and Resources Institute*) sur le projet Inhale pour analyser la qualité de l'air dans nos locaux et le purifier avec des plantes d'intérieur. En phase pilote, les niveaux de CO₂ et de COV ont baissé significativement, la température et la régulation de l'humidité se sont améliorées.



— Capgemini dans le monde

Capgemini S.E. Siège social, Direction Générale et Direction Financière du Groupe

11, rue de Tilsitt
75017 Paris – France
Tel. : +33 (0)1 47 54 50 00
Fax : +33 (0)1 47 54 50 35
capgemini.com

Campus Serge Kampf Les Fontaines

67 Route de Chantilly
60270 Gouvieux – France
+33 (0)3 44 62 91 00
les-fontaines.com

Université Capgemini

11, rue de Tilsitt
75017 Paris

Applied Innovation Exchange

capgemini.com/aie
79 Fifth Ave. #300
New York, NY 10003
+1 212 314 8000

Grandes unités opérationnelles

Application Services Amérique du Nord

Chicago : +1 312 395 5000

Application Services Asie- Pacifique

Hong Kong : +852 9739 1362

Application Services Two⁽¹⁾

Paris : +33 (0)1 49 00 40 00

Business Services

Paris : +33 (0)1 47 54 52 00

Consulting Services (Capgemini Consulting)

Paris : +33 (0)1 49 67 30 00

Cloud Infrastructure Services

Paris : +33 (0)1 57 58 51 00

Amérique latine

São Paulo : +55 11 4196 05 00

Services informatiques de proximité (Sogeti)

Paris : +33 (0)1 58 44 55 66

Digital Services

Paris : +33 (0)1 49 67 34 47

Directions sectorielles

Biens de consommation, Commerce, Distribution et Transport

Chicago : +1 312 395 5000

Énergie, Utilities & Chimie

Toronto : +1 416 805 6913

Industrie, Automobile et Sciences de la vie

Munich : +49 89 38 338 0

Secteur public

- Sécurité publique
Utrecht : +31 30 689 78 00
- Services fiscaux et
protection sociale
London : +44 (0)330 588 8000

Services financiers

New York : +1 212 314 8229

Télécommunications, Médias et Divertissement

Paris : +33 (0)1 49 00 20 19

Pour les futurs collaborateurs

capgemini.com/careers

Pour les investisseurs et analystes financiers

capgemini.com/investors
Vincent Biraud
vincent.biraud@capgemini.com
+33 (0)1 47 54 50 87

Pour les actionnaires

Marine Schmitt
marine.schmitt@capgemini.com
+33 (0)1 47 54 50 82

Pour les journalistes et les analystes de marché

Sam Connatty
Relations presse
sam.connatty@capgemini.com

+44 (0) 370 904 3601

Tom Minarik
Relations analystes de marché
tom.minarik@capgemini.com
+44 (0) 870 904 4053

Capgemini

Afrique du Sud (+27)
Cape Town : (0)79 855 5279

Allemagne (+49)

Berlin : (0)30 88703-0

Arabie Saoudite (+96)

Riyadh : 11 279 5225

Argentine (+54)

Buenos Aires : 11 5297 9200

Australie (+61)

Sydney : (0)2 9293 4000

Autriche (+43)

Vienne : (0)1 21163 0

Belgique (+32)

Diegem : (0)2 708 11 11

Bésil (+55)

São Paulo : 11 4196 0500

Canada (+1)

Toronto : 416 365 4565

Montréal : 541 989 4100

Chine (+86)

Shanghai : 21 6182 2688

Colombie (+57)

Bogota : 1 319 26 00

Danemark (+45)

Vallensbæk : 70 11 22 00

Émirats Arabes Unis (+971)

Dubaï : (0)4 559 8304

Espagne (+34)

Madrid : 91 657 70 00

Barcelone : 93 495 86 00

États-Unis (+1)

New York : 212 314 8000

Irving : 972 556 7000

Finlande (+358)

Espoo : (0)9 452 651

France (+33)

Capgemini Consulting

Paris : (0)1 49 67 30 00

Capgemini Institut

Paris : (0)1 44 74 24 10

Application Services France

Paris : (0)1 49 67 40 00

Services Financiers France

Paris : (0)1 49 00 40 00

*Cloud Infrastructure Services
France*

Paris : (0)1 57 58 51 00

Prosodie-Capgemini

Paris : (0)1 46 84 11 11

Guatemala (+502)

Guatemala : 2223-00 10

Hongrie (+36)

Budapest : 1248 4000

1248 4021

Inde (+91)

Mumbai : (0)22 6755 7000

Italie (+39)

Milan : 02 414931

Japon (+81)

Tokyo : (0)3 6202 2150

Malaisie (+60)

Kuala Lumpur : 0(3) 2181 0368

Mexique (+52)

Mexico : 55 8503 2400

Maroc (+212)

Casablanca : 5 22 46 18 00

Norvège (+47)

Oslo : 24 12 80 00

Nouvelle-Zélande (+64)

Wellington : 4 901 5300

Pays-Bas (+31)

Utrecht : 30 689 00 00

Philippines (+63)

Manille : 2 667 6011

2 667 6078

2 667 6155

Pologne (+48)

Varsovie : 22 464 70 00

Portugal (+351)

Lisbonne : 21 412 22 00

République tchèque (+420)

Prague : 222 803 678

Roumanie (+40)

Bucarest : 21 209 8000

Royaume-Uni (+44)

Londres : (0)330 588 8000

Singapour (+65)

Singapour : 6224 6620

Suède (+46)

Stockholm : (0)8 5368 5000

Suisse (+41)

Zurich : 44 560 24 00

Taïwan (+886)

Taïpei : 2 8758 7888

Vietnam (+84)

Hô Chi Minh-Ville : (0)8 39 978

100

Sogeti

sogeti.com

Sogeti Corporate

24, rue du Gouverneur-Général
Éboué

92136 Issy-les-Moulineaux –
France

Tel. : +33 (0)1 58 44 55 66

Fax : +33 (0)1 58 44 58 10

Sogeti France (+33)

Paris : (0)1 55 00 12 00

Sogeti High Tech France (+33)

Paris : (0)1 40 93 73 00

**Sogeti High Tech Allemagne
(+49)**

Hein-Sass-Weg 30

21129 Hamburg

Tel. : (0) 40 492937 – 0

Sogeti High Tech Espagne (+34)

Sogeti Espagne

Avenida Leonardo da Vinci, 15

28906 Getafe, Madrid, España

Tel. : 91 308 44 33

Sogeti Allemagne (+49)

Düsseldorf/Ratingen : (2102)

101-4000

Sogeti Belgique (+32)

Bruxelles : (0)2 538 92 92

Sogeti Danemark (+45)

Vallensbæk : (0)70 23 15 05

Sogeti Espagne (+34)

Barcelone : (0)93 253 01 88

Sogeti États-Unis (+1)

Dayton (Ohio) : (0)937 291 8100

Sogeti Finlande (+358)

Espoo : (0)207 463 880

Sogeti Inde (+91)

Mumbai : (0)22 6755 7000

Sogeti Irlande (+353)

Dublin : (0)1 639 0100

Sogeti Luxembourg (+352)

Bertrange : (0)31 44 01

Sogeti Norvège (+47)

Oslo : (0)40 00 50 89

Sogeti Pays-Bas (+31)

Vianen : (0)88 660 66 00

Sogeti Royaume-Uni (+44)

Londres : (0)207 014 8900

Sogeti Suède (+46)

Solna : (0)8 5368 2000

Sogeti Suisse (+41)

Genève : (0)22 879 16 50

Gestion de projet

**Directions Responsabilité sociale
d'entreprise et marketing et
communication du Groupe**

11 rue de Tilsitt, 75017 Paris

integratedreporting@capgemini.com

Expertise en reporting intégré :

Consultland – Nick Landrot

Rédaction et conception graphique :

WordAppeal et

Studio L'Éclairer

Artiste : Mathieu Merlet Briand •

mathieumerletbriand.studio

Photographes : Copyrights – Tous

droits réservés © Pierre-Emmanuel

Rastoin • © Joëlle Dollé • © Fabienne

Le Loher et Benjamin Chartier •

© Léa Petel et Tania Houlbert •

© Vincent Dessailly • © Stéphane

Remaël/La Company • © iStock by

Getty Images • © Getty Images •

© Shutterstock, Inc. • © Capgemini •

© Zurich Insurance Group • © WWF •

© Photos PSA Retail • © McDonald's

Merci à PSA Groupe et PSA Retail

Imprimé en France par Dejalink,

93240 Stains

(1) Benelux, Europe centrale, France, Allemagne, Pays nordiques, Europe du Sud, Royaume-Uni.



