



M V G R O U P

Société à mission

Résultats des objectifs

Décembre 2024

#MieuxVivreLeDigital

AUDIT PAR L'OTI : JUIN 2024

- Nous avons eu notre premier audit par le BDO en juin sur les résultats de nos objectifs de l'année 2023.
- **L'OTI a validé tous nos objectifs pour 2023 !**
- À noter que nous devons bien **veiller à collecter et conserver tous les justificatifs** nécessaires pour chaque action.
- Prochain audit : premier semestre 2026.

L'AVIS DU COMITÉ

Le comité félicite toutes les personnes qui ont contribué à l'atteinte des 6 objectifs pour 2023. Il retient et demande à ce que les éléments de suivi et les justificatifs soient bien conservés afin de les retrouver facilement pour le prochain audit qui aura lieu en 2026. Attention également à bien anticiper celui-ci car il demande une mobilisation de Marine Gadebois, Responsable Marketing & Communication, et Héloïse Blin, Responsable du Pôle Social notamment.

OBJECTIF 1

Inciter les collaborateurs à diminuer leur impact sur l'environnement en utilisant des méthodes douces de mobilité entre leur domicile et leur lieu de travail.

Les objectifs :

Atteindre en 2024 55% de collaborateurs utilisateurs de méthodes douces de mobilité entre le domicile et le lieu de travail.

(50% en 2023, 55% en 2024, plus de 55% en 2025).

Les moyens :

- Des bureaux toujours installés à proximité des transports en commun.
- Inciter au transport en commun (financement des tickets de transport à hauteur de 75%).
- Mettre à disposition des vélos électriques
- Inciter au covoiturage
- Inciter à l'achat de voiture électrique (prises électriques pour recharge facile à Rennes)
- Actua formation via le constructeur Toyota pour nos voitures commandées chez eux

Indice de mesure :

Nombre d'utilisateurs de méthodes douces dans leur trajet domicile-travail/Nombre de collaborateurs total.

Indicateur de mesure : un sondage semestriel sur l'écomobilité, avec un plan d'actions associé pour continuer à développer ces méthodes douces de mobilité.

Suivi de l'objectif : pôle Market-Com

Résultats à fin 2024

Résultats du sondage AVRIL 2024 :

- Taux de réponse : **56%**
- **49%** des collaborateurs qui ont répondu utilisent l'écomobilité.

Résultats du sondage NOVEMBRE 2024 :

- Taux de réponse : **81%**
- **55%** (54,8% exactement) des collaborateurs qui ont répondu utilisent l'écomobilité.

À noter :

- Le taux de participation étant nettement inférieur à 70% pour celui d'avril, il n'est pas représentatif.
- De plus, à cela s'ajoute une valeur importante : le métro rennais a été en panne du 03/01/24 au 20/06/24, ce qui a pu largement impacter les résultats mais aussi les habitudes des collaborateurs.
- *Suite au taux de réponse faible en avril, nous avons sensibiliser de nouveau les collaborateurs à l'importance de répondre à ce sondage pour suivre cet objectif.*

Point à date sur les moyens

- **Remboursement des frais de transports à hauteur de 75% : le renouvellement devait être voté avant la motion de censure et ça n'a pas été fait donc prendra certainement fin le 31/12/2024.**
- Les bornes électriques dans nos agences :
 - plus de bornes à Rennes avec 3 bornes supplémentaires seulement pour les collaborateurs avec une carte de paiement (l'URSAAF ne tolère plus la gratuité de l'électricité prise par les collaborateurs)
 - À Nantes, nous attendons que le Syndic se décide sur le sujet. Nous sommes dépendants de ce dernier.
 - Tours : nous envisageons de déplacer nos locaux
- Vélos électriques : nous rencontrons des problèmes avec notre prestataire actuel pour la gestion des vélos au niveau national. Nous étudions donc la possibilité de changer en 2025, ce qui favoriserait le déploiement des vélos chez MV Group.
- Une formation par Actua Formation est dispensé pour nos véhicules commandées chez le constructeur Toyota. Elle a pour but de former nos collaborateurs à plus utiliser le mode hybride que le carburant. (48 personnes sont concernées par cette formation).

L'AVIS DU COMITÉ

Le Comité constate qu'il est important de conserver deux sondages dans l'année car des événements extérieurs peuvent impacter sensiblement les résultats. Au vu de la panne de métro à Rennes où est situé plus de la moitié de la masse salariale, et du fait d'un taux faible de réponses, le Comité considère que seul le sondage de novembre sera pris en considération pour cet objectif. **Le résultat est donc atteint.**

Le Comité rappelle et met en vigilance sur le fait que le maintien du remboursement des abonnements de transport à hauteur de 75% est dépendant des évolutions réglementaires.

Le Comité s'interroge sur cet objectif pour le futur car MV Group n'a pas beaucoup de leviers d'optimisation. En effet, les collaborateurs qui n'ont pas recours aux méthodes douces de transport le justifient pour des raisons personnelles (besoin de déposer ses enfants, pas de possibilité de faire du covoiturage, habitent trop loin des transports). Olivier Clanchin pense qu'il faut se poser cette question : comment MV Group pourra compenser l'impact des collaborateurs dans leurs trajets domicile-travail.

OBJECTIF 2

Encourager les collaborateurs à une meilleure utilisation du numérique.

Les objectifs :

Sensibiliser et former 70% des collaborateurs aux bonnes pratiques du numérique en 2024

(50% en 2023, 70% en 2024, 100% en 2025).

Les moyens :

- Mise en place d'un programme de sensibilisation sur les bons usages du numérique pour les nouveaux collaborateurs dès l'arrivée dans le Groupe (tronc commun du parcours d'intégration).
- Participation à un MOOC sur les impacts environnementaux du numérique.
- Ateliers de partage et d'application des bonnes pratiques) > pas fait cette année

Indice de mesure :

Nombre de collaborateurs formés chaque année /
Nombre de collaborateurs total.

Nous avons créé un parcours numérique responsable en plusieurs étapes :

1- Nouveaux collaborateurs : programme de sensibilisation d'une 1/2h au numérique dans le parcours d'intégration (socle commun)

2 – Autres collaborateurs : en présentiel animée par Tom Duhamel, Green project Officer.
À la demande, MOOC de l'INR (Institut du Numérique Responsable) en e-learning de 14 modules, avec certificat de suivi.

Suivi de l'objectif : pôle formation.

Résultats 2024

À fin décembre 2024, il y a 367 collaborateurs dans le Groupe.

Formation numérique responsable

Méthode calcul : Nombre de collab' à fin décembre = 367

Nombre de collab' restants à former = 132

Nombre de collab' de - 6 mois d'ancienneté à date = 29

Soit 72 % de formés = $1 - ((132-29)/367)$.

Bonus

82 nouveaux collaborateurs ont été formés par le programme de sensibilisation au numérique responsable (MOOC numérique).

Pour aller plus loin, les collaborateurs qui le souhaitent peuvent faire une formation de l'INR plus approfondie de 5H en accès libre via Talentsoft.



L'objectif d'atteindre 70% de collaborateurs sensibilisés et formés aux bonnes pratiques du numérique est **réussi.**

MV Group a sensibilisé et formé 70% de ses collaborateurs.

L'AVIS DU COMITÉ

Le Comité est heureux que nous ayons atteint notre objectif alors que le formateur est parti en cours d'année et que MV Group a dû former des nouvelles personnes pour pouvoir poursuivre cette formation.

OBJECTIF 3

Améliorer le bien-être de nos collaborateurs.

Les objectifs :

Maintenir une note constante de satisfaction de **8/10** **au baromètre du bien-être** sur les 3 prochaines années.

Les moyens :

- Dispositif "Dream Danemark" : Home office partiel et full home office, semaine des 4 jours, paiement RTT. Flexibilité des horaires de travail. Break possible en cumulant des congés et RTT. Formation continue. Système d'évolution des carrières à 360°...
- Qualité des lieux de travail, organisation du travail, management, égalité sociale, happiness management, sport en entreprise.

Indice de mesure :

Baromètre du bien-être diffusé 1 fois par an.

L'ensemble des collaborateurs est interrogé via une enquête anonyme sur 7 thèmes :
Qualité de vie au travail, conditions de travail, poste et mission, hiérarchie et autonomie, carrière et développement, communication et relationnel, quête de sens / politique RSE.

Un numéro 0 a été envoyé le 5 novembre pour avoir une note de référence qui permettra de valider notre objectif.

Suivi de l'objectif : Marc LEVIN

Résultats à fin 2024

Résultats du baromètre NOV 2022 :

- Taux de réponse : **79%**
- Note de satisfaction globale : **8,40/10**

Résultats du baromètre JUIN 2023

- Taux de réponse : **77%**
- Note de satisfaction globale: **8,20/10**

Résultats du baromètre DÉCEMBRE 2024

- Taux de réponse : **69%**
- Note de satisfaction globale : **8,09/10**



L'objectif de maintenir une note constante de satisfaction de 8/10 au baromètre du bien-être est **réussi**.

L'AVIS DU COMITÉ

Le Comité tient à préciser la réalité de l'année 2024, très compliquée pour les entreprises, tous secteurs confondus, le contexte géopolitique incertain et les crises successives en France. MV Group n'a pas été épargné avec un plan de licenciement dans une filiale et la fusion de deux sociétés sur cette année.

Malgré cela, la note globale obtenue (8,09) montre que les collaborateurs se sentent bien dans le groupe.

Le Comité donne une idée pour la nouvelle trajectoire 2026 : prendre une référence au niveau national sur le bien-être des collaborateurs sur le même secteur d'activités et se baser sur ce critère (objectif d'être par exemple toujours 10% au dessus) comme ça le contexte est pris en compte. Exemple de l'Observatoire du bien-être au travail.

OBJECTIF 4

Diffuser à nos clients, partenaires et autres Parties Prenantes la qualité de vie et l'état d'esprit vécus dans l'entreprise.

Les objectifs :

Réaliser chaque année 10 actions concrètes de sensibilisation auprès de nos Parties Prenantes :
avec idéalement 5 actions auprès des chefs d'entreprise et 5 actions auprès des jeunes élèves et étudiants.

Les moyens :

- Évangéliser et diffuser les bons comportements aux chefs d'entreprise : cession de sensibilisation, petits dej, webinar, le « Dream Danemark » du dirigeant, les 6 dimensions de la QVT...
- Interventions dans les écoles ou accueil de classes dans nos murs pour sensibiliser les jeunes publics, futurs acteurs dans l'entreprise.

Indices de mesure :

Nombre d'actions réalisées / Nombre d'actions prévues à l'objectif

Nombre d'actions réalisées auprès des chefs d'entreprises. Nombre d'actions réalisées auprès des élèves et des écoles (exemples actions école 301 et EDNC). Un plan concret est planifié sur l'année pour organiser ces 10 actions concrètes.

Suivi de l'objectif :

Le pôle Market Com planifie et organise les actions sur l'année et les recense dans un tableau de bord une fois réalisées.

Résultats à fin décembre

Nombre d'interventions et actions dans les écoles :

- 6 avec justificatifs

Nombre d'interventions et actions auprès des entreprises :

- 5 avec justificatifs



L'objectif de réaliser chaque année 10 actions concrètes de sensibilisation auprès de nos Parties Prenantes a été **atteint**.

L'AVIS DU COMITÉ

Le Comité félicite MV Group pour la réussite de cet objectif avec 5 actions auprès des étudiants et 5 autres auprès de chefs d'entreprises.

OBJECTIF 5

Former et faire progresser nos collaborateurs.

Les objectifs :

S'engager à délivrer en moyenne par collaborateur, 3 jours de formation chaque année pendant les 3 prochaines années.

Les moyens :

- Parcours d'intégration (projet de digitalisation en cours).
- Investissement Temps octroyé à la formation continue.
- Investissement des collaborateurs en tant que formateurs.

NB :

Les formations étant de plus en plus en version digitale, il sera préférable de tendre plutôt à un objectif en heures de formation et non plus en jours. Également de plus en plus de formations informelles entre pairs, Co-Développement plus difficile à recenser.

À penser pour la nouvelle trajectoire et les objectifs 2026-2028.

Indices de mesure :

Nombre de jours de formation réalisés par an, en moyenne par collaborateur.

***Infos 2021** pour 350 collaborateurs présents :
97 parcours d'intégration (10 jours par parcours, soit 970 jours) + 44 journées de formation délivrées, soit 1014 jours
Total : **2,89 jours/ collaborateur.**

***Infos 2022** pour 365 collaborateurs présents : (au 31/10)
117 parcours d'intégration (10 jours par parcours, soit 1170 jours) + 56 journées de formation délivrées, soit 1226 jours
Total : **3,35 jours/ collaborateur.**

Suivi de l'objectif :

Le pôle formation collecte l'ensemble des informations dans la solution Talentsoft pour nous permettre d'avoir un bilan clair à la fin de chaque année.

Résultats à fin décembre

- 8977 heures de formation en 2024 pour 367 collaborateurs.
- AU TOTAL : **3.49 jours** de formation en moyenne ont été délivrés par collaborateur.



Nous pouvons annoncer que l'objectif de délivrer en moyenne 3 jours de formation par collaborateur est **atteint**.

L'AVIS DU COMITÉ

Le Comité félicite l'équipe formation pour l'atteinte de cet objectif. La formation des collaborateurs est primordial et encore plus dans le secteur d'activité de MV Group.

OBJECTIF 6

Sensibiliser les jeunes et les publics fragiles aux métiers du digital.

Les objectifs :

Financer par notre fondation chaque année, à minima 3 projets éducatifs liés au digital OU sensibiliser les jeunes publics aux métiers du digital en les accueillant dans l'entreprise ou en intervenant à l'extérieur de l'entreprise

(75 jeunes en 2023, 100 jeunes en 2024 et 150 jeunes en 2025).

Les moyens :

- Actions de notre Fondation MV Group
- Actions MV Solidaire
- Accélérer l'accès de l'entreprise aux jeunes : stages 3ème ou stages de fin d'études
- Interventions extérieures (Écoles, centres de formation...).

Indices de mesure :

Nombre de projets soutenus par la fondation chaque année. Nombre de jeunes sensibilisés au digital chaque année, dans et hors de l'entreprise.

Fondation :

Mesure via le nombre de projets éducatifs soutenus dans la formation digitale chaque année.

Sensibilisation des jeunes :

Mesure du nombre de stages de 3ème intégrés chaque année + Nombre de stagiaires de fin d'études.

Nombre de classes et d'élèves reçus. Nombre d'interventions extérieures et nombre d'élèves concernés.

Suivi de l'objectif :

Le pôle Market Com planifie et organise les actions sur l'année et les recense dans des tbd une fois réalisées.

Résultats à fin 2024

- **3 des 4** projets financés par la Fondation sont des projets liés au digital.
- **119** élèves sensibilisés aux métiers du digital.



Notre objectif de **financer 3 projets** liés au digital par notre fondation OU **sensibiliser 100 jeunes** est atteint.

L'AVIS DU COMITÉ

Le Comité félicite MV Group pour la réussite de cet objectif qui est même dépassé !

**Tous les justificatifs pour le suivi de nos 6
objectifs sont [ici](#)**

Prochaines échéances

Prochaines échéances

- Rapport de mission pour l'année 2024 avec les commentaires du comité
- Prochain comité de suivi fixé en avril.
- Formaliser et mettre en oeuvre le plan d'actions 2025
- Travailler sur les nouveaux objectifs 2026-2028



www.mv-group.fr



yumens

navanci

euroleads

SO1

RENNES – PARIS – NANTES – TOULOUSE – STRASBOURG – LYON – LILLE – MARSEILLE – TOURS – BORDEAUX – NICE