



2024

Rapport du comité de mission

Table des matières

Édito		
Jonathan Cherki, CEO et Fondateur Contentsquare		3
Avant-propos		
Jack Azoulay, President du Comité de Mission Contentsquare		4
1.	Pourquoi Contentsquare devient une société à mission ?	5
2.	Une mission, trois engagements	7
3.	Le rôle du comité de mission	9
4.	Objectifs à moyen terme et jalons 2024	12



Édito

Jonathan Cherki, CEO et Fondateur, Contentsquare



Quand je repense à la trajectoire de notre entreprise, je constate que nos priorités ont évolué au fil de notre croissance et de notre développement.

Dans un premier temps, il nous a fallu poser les bases et nous positionner. Chaque jour, un nouveau défi nous attendait. J'ai appris à prendre des risques, à faire des erreurs. Au fur et à mesure de notre croissance et de notre expansion, nous nous sommes ensuite attelés à accroître notre chiffre d'affaires et à préparer Contentsquare à une croissance soutenue. J'ai alors fait des choix stratégiques, en adoptant une vision globale et en privilégiant des objectifs à long terme.

Au fil de notre évolution, je me suis rendu compte que la réussite d'une société ne se mesure pas uniquement à l'aune de ses résultats financiers. C'est peut-être ce qui a été le plus difficile à assimiler, car cela m'a contraint, nous a contraints, à repenser totalement nos méthodes et nos motivations.

En fin de compte, nous sommes des développeurs de logiciels. Nous mettons au point des technologies qui aident

les autres entreprises à se développer et à réussir. S'il ne fait aucun doute que le numérique s'avère très bénéfique à l'humanité, il faut également reconnaître qu'il a des répercussions négatives. Déficit chronique d'accessibilité pour de très nombreux utilisateurs, préoccupations croissantes en matière de confidentialité, forte consommation énergétique des infrastructures du Web... Autant de corollaires de cette digitalisation rapide. Il est donc de notre responsabilité de bien maîtriser ces problématiques et d'œuvrer à y remédier. Ainsi, les technologies que nous inventons doivent se mettre au service de l'humain de manière responsable et durable, en ayant un impact positif sur la société.

Si notre mission première est d'optimiser l'expérience client grâce à des analyses concrètes, nous sommes aussi déterminés à mener des activités responsables pour bâtir un avenir meilleur, tout en contribuant à relever les grands défis de notre époque. C'est la raison pour laquelle notre entreprise devient une société à mission.

Ce virage implique un engagement fort de notre part, et par conséquent une démarche d'introspection et une volonté

de transformer radicalement l'état d'esprit et les pratiques de notre organisation. Pour avoir un impact positif, nous avons su tout de suite que nous devons impliquer l'ensemble de nos collaboratrices et collaborateurs dans cette mission, et pas simplement la direction et l'équipe dédiée. C'est pourquoi nous avons envisagé notre impact à l'échelle de toute l'entreprise, en misant sur la sensibilisation et la formation, tout en permettant à nos équipes d'être actrices du changement. C'est ensemble que nous portons cette entreprise, en particulier lorsque notre identité et notre raison d'être sont en jeu.

Nous sommes conscients qu'il ne s'agit là que d'une première étape et qu'il nous reste encore beaucoup à accomplir. Je tiens à remercier toutes celles et tous ceux qui nous aident à mener à bien cette mission chez Contentsquare, que ce soit en acquérant de nouvelles compétences, en changeant une habitude ou en initiant un projet. Je suis impatient de voir jusqu'où nous pouvons aller ensemble et, plus important encore, ce que nous allons apprendre en chemin.



Avant-propos Jack Azoulay, Président du comité de mission

Après une décennie de croissance fulgurante, Contentsquare a choisi de donner une nouvelle dimension à sa raison d'être. Si son objectif premier reste d'aider les entreprises à offrir à chaque personne l'expérience en ligne qu'elle aime, qu'elle recherche et qu'elle mérite, Contentsquare s'engage désormais officiellement à rendre cette expérience accessible, inclusive, fiable et durable.

En entérinant ces engagements sociaux et environnementaux dans ses statuts, conformément à la loi Pacte, Contentsquare devient une société à mission. Je suis impressionné par la volonté de l'entreprise de faire de sa mission un levier pour produire un impact positif sur le monde. Il s'agit d'une démarche admirable, qui permet de bâtir un avenir durable pour l'entreprise.

Cela étant, ce nouvel engagement implique de nouvelles responsabilités.

Premièrement, celle de nommer un comité de mission, que j'ai l'honneur de présider. Ce comité joue un rôle primordial dans la concrétisation des engagements sociaux et environnementaux de Contentsquare. En définissant un cadre de redevabilité,

nous assurerons que les actes de l'entreprise restent alignés avec sa nouvelle mission, en favorisant l'amélioration continue et une croissance responsable.

Deuxièmement, en vue de garantir l'exactitude et l'intégrité des données fournies au comité, un organisme tiers indépendant sera désigné pour mener un audit au moins tous les deux ans.

Ce processus rigoureux veillera à la fiabilité et à la crédibilité des informations tout en préservant l'autonomie du comité. Cette désignation aura lieu dans les mois à venir, le premier audit étant prévu d'ici fin 2024.

Troisièmement, un rapport sera publié chaque année par le comité de mission pour évaluer les progrès réalisés par Contentsquare par rapport à ses objectifs sociaux et environnementaux ambitieux.

Ce rapport dressera une vue d'ensemble des efforts et des résultats de l'entreprise, dans un souci de transparence et de responsabilisation.

Tel est précisément l'objectif de cette première édition du rapport, qui vise à présenter ce qui est mis en œuvre pour veiller au respect total des engagements

de Contentsquare en faveur d'un monde digital plus accessible, inclusif, fiable et durable. J'espère que vous y trouverez des informations utiles sur ce nouveau chapitre de l'histoire de Contentsquare, porté par une dynamique collective. N'hésitez pas à nous contacter pour toute remarque ou suggestion, car c'est ensemble que nous avançons dans cette belle aventure.

1.
**Pourquoi Contentsquare
devient une société
à mission ?**



1. Pourquoi Contentsquare devient une société à mission ?

Contentsquare devient une société à mission pour aider les entreprises à créer des expériences en ligne accessibles, inclusives, fiables et durables.

Contentsquare est une plateforme d'analyse de l'expérience en ligne de premier plan. Elle aide les entreprises à comprendre et à optimiser l'expérience utilisateur sur le Web, sur mobile et sur app.

Scale-up à forte croissance, l'entreprise s'est considérablement développée au cours de ces dernières années, doublant ses effectifs et sa clientèle à plusieurs reprises, et s'implantant aux quatre coins du globe. Face à cet essor rapide et ayant une conscience aiguë de ses responsabilités, Contentsquare a souhaité aller au-delà de la seule recherche du profit et prendre en compte son impact social et environnemental.

C'est en 2020 que Contentsquare commence à s'intéresser à son impact, en faisant l'acquisition d'Adapte Mon Web. Cette start-up française a imaginé une solution qui permet à des personnes ayant des déficiences visuelles ou des troubles cognitifs de bénéficier d'une meilleure expérience en ligne. Un an plus tard, l'entreprise lance

la Contentsquare Foundation qui s'engage à promouvoir l'accessibilité numérique et à construire un Web plus inclusif. En 2021, Contentsquare met sur pied une équipe interne dédiée à l'Impact, puis, en 2022, intègre des processus de reporting ESG et définit ses premiers objectifs de développement durable.

Contentsquare est ensuite officiellement devenue **une société à mission** en vertu du droit français, témoignant ainsi de son double engagement en faveur de sa rentabilité et de son impact positif sur la société et l'environnement. Une étape désormais inscrite dans les statuts de l'entreprise, qui marque un tournant dans l'histoire de Contentsquare.

Qu'est-ce qu'une société à mission ?

Une société à mission est une entreprise qui intègre des objectifs sociaux et environnementaux dans sa structure de gouvernance et dans ses statuts. Cette qualité est attribuée aux sociétés à but lucratif qui affirment publiquement leur raison d'être, au service de l'intérêt général et au-delà de la seule recherche de profit et de croissance. En France, la qualité de « société à mission » a été instaurée en 2019 par la loi Pacte.

Pour obtenir la qualité de société à mission, une entreprise doit :



Définir une raison d'être ainsi que des engagements sociaux et environnementaux et les intégrer dans les statuts de la société ;



Mettre en place un comité de mission dédié, chargé de suivre les progrès réalisés pour respecter les engagements sociaux et environnementaux définis ;



Désigner un organisme tiers indépendant pour vérifier l'exécution de la mission.

2. Une mission, trois engagements



2. Une mission, trois engagements

En tant que leader mondial de l'analyse de l'expérience en ligne, Contentsquare aspire avant tout à fournir aux marques et aux organisations les analyses dont elles ont besoin pour offrir de meilleures expériences digitales à leurs clients. Ayant conscience de l'importance d'aligner la raison d'être de l'entreprise avec ses activités, Contentsquare a soigneusement examiné la façon dont elle pouvait mettre ses technologies et son expertise au service du bien commun. La définition de sa mission et de ses engagements est l'aboutissement d'un processus de consultation de grande ampleur auprès des principales parties prenantes de l'entreprise. En juillet 2023, Contentsquare a adopté la mission ou raison d'être suivante :

« Nous aidons les marques à créer un monde où chaque personne bénéficie de l'expérience qu'elle aime, qu'elle recherche et qu'elle mérite – une expérience accessible, inclusive, fiable et durable »

Dans le cadre de cette mission, Contentsquare a pris les trois engagements sociaux et environnementaux suivants, également inscrits dans les statuts de l'entreprise :



Promouvoir un monde numérique accessible et inclusif pour tous



Participer à la réduction de l'impact environnemental des activités numériques



Contribuer à la construction d'un monde numérique de confiance en améliorant la confidentialité, le respect de la vie privée et la protection des données en ligne

La définition de ces engagements a également été inspirée par la manière dont l'entreprise pouvait mobiliser son influence et ses ressources pour permettre à ses clients de devenir eux-mêmes des acteurs du changement.

L'accessibilité numérique a été le point de départ, avec l'acquisition d'Adapte Mon Web en 2020, et la volonté de rendre les contenus en ligne accessibles à tous. Dans la mesure où Contentsquare développe des solutions fondées sur la collecte et l'analyse de données de navigation en ligne, l'entreprise a aussi rapidement pris la mesure des enjeux de sécurité, de confidentialité et de respect de la vie privée en s'alignant sur les normes les plus strictes en la matière. Enfin, au vu de l'augmentation exponentielle de l'empreinte écologique du numérique, Contentsquare est à même d'améliorer l'éco-conception de ses produits et d'aider ses clients à réduire leur impact environnemental.

Ces engagements sont en accord avec les Objectifs de Développement Durable de l'ONU (ODD) et s'appliquent à toutes les parties prenantes de l'entreprise, ainsi qu'à tous les partenaires, clients et fournisseurs de Contentsquare, dans tous les pays où l'entreprise est implantée.

La nomination d'un parrain au niveau des cadres dirigeants pour chaque engagement assure le suivi et la redevabilité de la mission tout en favorisant la collaboration et la concrétisation des objectifs de développement durable de l'entreprise.



En tant que membre du comité stratégique de Contentsquare, mon rôle au sein du comité de mission est de veiller à l'alignement de nos stratégies opérationnelles avec notre raison d'être et les objectifs associés. En intégrant nos valeurs et notre engagement en faveur de l'accessibilité, de la confidentialité des données et de la protection de l'environnement, nous renforçons notre avantage concurrentiel et la capacité de Contentsquare à avoir de l'impact à l'avenir. »



Eduardo Sanchez

Membre du comité stratégique de Contentsquare, ancien CEO de RichRelevance



3.

Le rôle du comité de mission

3. Le rôle du comité de mission

Le comité de mission de Contentsquare joue un rôle primordial pour aider l'entreprise à respecter ce double engagement de rentabilité et d'impact positif sur la société et l'environnement, et lui fournir des orientations pour rester en ligne avec les exigences de sa mission. Parmi ses principales responsabilités, il doit notamment suivre et conseiller Contentsquare quant aux progrès à réaliser pour respecter ses engagements sociaux et environnementaux définis dans ses statuts.

Le comité de mission veille à la transparence et à la redevabilité tout au long du processus. Il est tenu par la loi de publier un rapport annuel qui évalue les progrès et les réalisations de Contentsquare en faveur de ses engagements. Pour établir ce rapport, le comité de mission a le pouvoir de demander l'accès à toute information jugée pertinente. Par ailleurs, les données fournies au comité sont contrôlées par un organisme tiers indépendant au moins tous les deux ans, garantissant l'intégrité et la fiabilité des informations.

Ce rapport du comité de mission vient appuyer le rapport annuel sur le «développement durable» de Contentsquare, offrant une perspective globale de l'impact de l'entreprise. **La présente édition correspond au premier rapport officiel du comité de mission de Contentsquare.**

Membres du comité de mission



Jack Azoulay

Ancien directeur de cabinet au ministère de la Transition écologique; associé d'Argos Wityu; Président du comité de mission

Jack Azoulay est associé d'Argos Wityu, un fonds d'investissement paneuropéen avec lequel il a lancé « Argos Climate Action », un fonds d'investissement durable selon « l'article 9 » de la SFDR » qui aide les petites et moyennes entreprises dans leurs stratégies de décarbonation. Auparavant, Jack était directeur de cabinet au ministère de la Transition écologique de 2018 à 2022, élaborant des politiques publiques dans les domaines de l'énergie, du logement, du transport et de la biodiversité. Il a également contribué à la transformation des services postaux du groupe La Poste et a été membre du conseil d'administration de plusieurs grandes entreprises industrielles, à l'instar de Peugeot et de Naval Group. Depuis 2022, il est membre indépendant du conseil d'administration d'Electra, une scale-up française qui développe un vaste réseau de bornes de recharge pour véhicules électriques dans toute l'Europe.



Le comité de mission veillera à ce que les engagements désormais inscrits dans les statuts de Contentsquare soient bien respectés et et nourrira la réflexion stratégique des dirigeants quant aux moyens d'assurer un plein alignement de son action avec les exigences de sa mission. »

Membres du comité de mission

Le comité de mission, nommé en février 2024, comprend un membre du conseil stratégique de Contentsquare, un représentant du personnel ainsi que trois experts externes. Leur expertise couvre l'environnement, l'informatique durable (green IT), l'accessibilité numérique, l'innovation sociale, l'éthique des données et la technologie inclusive. Le comité se réunira aussi souvent que nécessaire, et au moins trois fois par an.



Eduardo Sanchez

Membre du comité stratégique de Contentsquare, ancien CEO de RichRelevance

Véritable spécialiste du « Web analytics », Eduardo Sanchez compte plus de 25 ans de leadership technique et stratégique dans la data, le cloud, le mobile, les réseaux sociaux et les technologies d'entreprise. Ancien CEO de RichRelevance, il a également été vice-président exécutif chez MicroStrategy, Chief Operating Officer de la société parisienne Cartesis (acquise par Business Objects en 2007) et vice-président exécutif des ventes internationales chez Lawson Software (acquise par Infor en 2011). Actuellement, il est membre du Comité Stratégique de Contentsquare.



Crosby Cromwell

Chief Growth Officer chez Cephable, ancienne Chief Partnerships Officer chez The Valuable 500

Crosby Cromwell est experte en stratégies d'impact social, et aide les entreprises à comprendre comment leur culture et leurs choix en matière de ressources humaines influencent l'innovation et la rentabilité. Elle s'attache particulièrement à repenser le monde en faveur des personnes en situation de handicap. Ancienne Chief Partnerships Officer chez The Valuable 500, elle est maintenant Chief Growth Officer chez Cephable. Elle a également cofondé une agence de recrutement axée sur la diversité, l'équité et l'inclusion.



Carole Davies-Filleur

Directrice générale du département Sustainable Technology chez Accenture

Carole est Directrice générale du département Sustainable Technology pour la France et le Benelux et fait partie de l'équipe mondiale d'innovation en développement durable de la technologie. Elle représente Accenture au sein de « The European Green Digital Coalition (EGDC) », un groupe d'entreprises engagées à soutenir la transformation numérique et écologique de l'Union européenne. Elle est membre de plusieurs groupes de réflexion sur les technologies durables. Elle anime des séances de sensibilisation au changement climatique et des formations consacrées au numérique responsable, tout en participant à des programmes sur les droits humains,



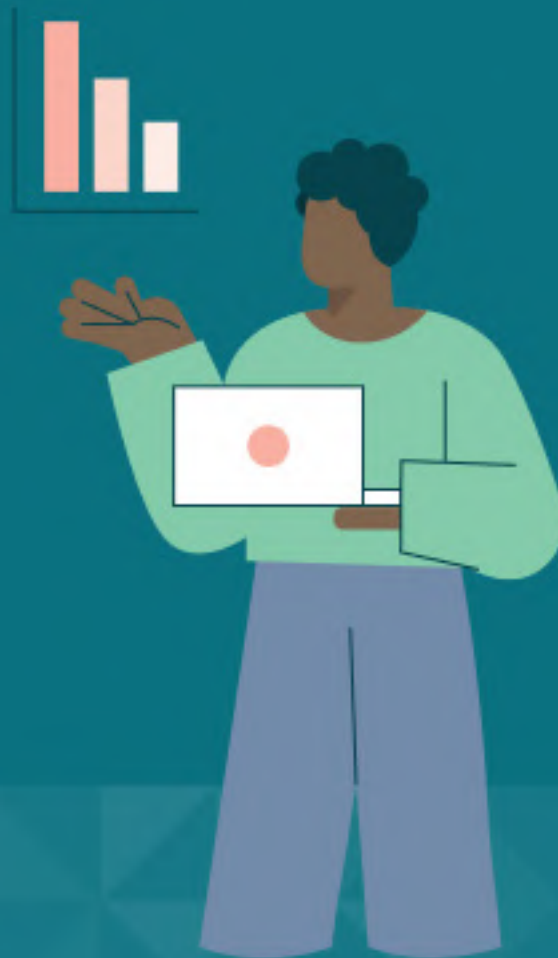
Boris Schapira

Consultant stratégique senior, Contentsquare

Boris Schapira est un professionnel du Web spécialisé dans le contrôle qualité. Il aide les clients de Contentsquare à résoudre leurs problèmes d'optimisation de la conversion en améliorant la vitesse, l'accessibilité, l'expérience utilisateur, la sécurité, l'impact digital et la confidentialité de leurs sites. En 2023, il a rejoint le comité social et économique de Contentsquare.

4.

Objectifs à moyen terme et jalons 2024



4. Objectifs à moyen terme et jalons 2024

Pour atteindre des résultats concrets et mesurables, Contentsquare a traduit ses engagements à long terme en objectifs opérationnels à moyen terme et en jalons annuels. En vue de définir ces objectifs à moyen terme, l'entreprise a procédé à une consultation du personnel à l'automne 2023. Au cours de cette période, les collaboratrices et collaborateurs ont participé à différentes séances d'information et ont été encouragés à présenter leurs idées, qui ont servi de base pour définir les jalons de 2024. Ceux-ci ont ensuite été soumis au comité de mission, qui les a examinés et affinés. Cette approche collaborative a renforcé le sentiment d'appropriation et de

responsabilité partagée, et a permis que chaque objectif reflète les valeurs et ambitions de l'entreprise.

Ce processus a permis de définir trois jalons concrets par engagement que Contentsquare doit atteindre d'ici la fin de l'année 2024, et qui constituent un plan d'actions clair (voir pages 14-15-16).

Chacun de ces objectifs se décline en trois catégories selon que les actions concernent l'entreprise elle-même ou son écosystème plus large :



Renforcer les capacités de nos équipes, en les faisant monter en compétences, en les sensibilisant et en favorisant leur engagement à travers, par exemple, des formations spécifiques ou des groupes collaboratifs d'employés dédiés aux enjeux écologiques ou aux questions de confidentialité en ligne. Le but de ces initiatives est de bénéficier de talents passionnés et spécialisés qui s'approprient pleinement les objectifs de développement durable de l'entreprise.



Donner l'exemple, en s'assurant que Contentsquare agit en accord avec ses principes et conformément aux plus hauts standards ESG.



Générer un impact, qui aille au-delà de notre organisation, pour apporter une contribution positive à notre écosystème et à la société en général.

Accessibilité et inclusion



Engagements à long terme	Objectifs opérationnels à moyen terme	Jalons 2024
Promouvoir un monde numérique accessible et inclusif pour tous	<p>Renforcer les capacités de nos équipes Développer les compétences de nos équipes grâce à des formations ciblées et leur permettre de bâtir une entreprise accessible et inclusive</p> <p>Donner l'exemple Veiller au respect des principales normes d'accessibilité</p> <p>Générer un impact Susciter une prise de conscience au sein de notre écosystème pour faire de l'inclusion et de l'accessibilité numérique une priorité pour les responsables politiques, les institutions éducatives et le secteur privé</p>	<p>Former 70 % de nos talents aux fondamentaux de l'accessibilité numérique</p> <p>Le nouveau site Web de Contentsquare doit répondre à 50 % des critères de conformité WCAG 2.2 AA</p> <p>Sensibiliser 20 000 étudiants et professionnels à l'importance de l'accessibilité numérique</p>

Progrès réalisés à ce jour

En matière d'accessibilité et d'inclusion, Contentsquare travaille actuellement sur deux grands volets. Premièrement, l'entreprise respecte des normes strictes d'accessibilité numérique (WCAG, RGAA) sur son propre site Web et met tout en œuvre pour créer l'une des plateformes les plus accessibles du marché. Elle forme également en continu ses collaborateurs aux fondamentaux de l'accessibilité numérique et a créé une série de composants design accessibles, qui sont désormais utilisés pour tout nouveau produit ou toute nouvelle fonctionnalité. Par ailleurs, la Contentsquare Foundation a mis en place un programme de formation gratuit pour former les étudiants et professionnels à l'accessibilité numérique et sensibiliser la prochaine génération de web designers à la conception inclusive. En 2024, la Contentsquare Foundation a publié son deuxième [rapport d'activité annuel](#).



Il ne fait aucun doute que le marché entre dans une nouvelle ère de la consommation, où des expériences plus accessibles seront indispensables. Les entreprises doivent désormais emboîter le pas de Contentsquare en initiant cette transformation pour favoriser des interactions plus inclusives avec les utilisateurs. L'accessibilité numérique est désormais ancrée dans les valeurs fondamentales de Contentsquare; et il est formidable de soutenir une entreprise qui change la donne au service de ses employés, ses clients et plus largement de la société. »



Crosby Cromwell

Chief Growth Officer chez Cephable, ancienne Chief Partnerships Officer chez The Valuable 500

Engagements à long terme	Objectifs opérationnels à moyen terme	Jalons 2024
Participer à la réduction des impacts environnementaux des activités numériques	<p>Renforcer les capacités de nos équipes Développer les compétences de nos équipes grâce à des formations ciblées et leur permettre d'améliorer l'efficacité carbone et énergétique de l'entreprise, notamment en adoptant de bonnes pratiques en matière d'éco-conception numérique</p> <p>Donner l'exemple Mettre en oeuvre la feuille de route zéro émission nette de l'entreprise conformément à la trajectoire SBTi tout en augmentant son efficacité carbone pour faire de Contentsquare un leader dans le secteur SaaS</p> <p>Générer un impact Collaborer avec nos clients pour augmenter notre proposition de valeur en favorisant nos capacités de réduction et d'évaluation des émissions carbone</p>	<p>Former 70 % de nos talents aux enjeux environnementaux posés par le monde numérique</p> <p>Atteindre 100 % de notre objectif annuel de réduction carbone</p> <p>Fournir à 100 clients représentant au moins 1% du chiffre d'affaires de Contentsquare des outils et/ou analyses utiles pour réduire les impacts environnementaux de leur activités numériques</p>

Progrès réalisés à ce jour

Le premier défi de Contentsquare est d'offrir des services aussi éco-conçus que possible. L'entreprise travaille à optimiser l'architecture cloud qui héberge ses produits, en limitant le nombre de machines virtuelles nécessaires à la fourniture de ses services, ou en optant pour les serveurs physiques les plus économes en énergie. En 2024, Contentsquare lancera un nouveau service permettant aux clients d'obtenir une analyse précise des émissions de CO2 liées à leur utilisation des services Contentsquare.



Contentsquare montre la voie à suivre pour un monde numérique plus responsable, à la fois en devenant une société à mission dans le secteur du logiciel, mais aussi en prônant la transformation durable de nos expériences en ligne. Je suis honorée de les accompagner dans cette démarche en tant que membre du comité de mission, où je veillerai plus particulièrement à l'impact environnemental de l'entreprise. »



Carole Davies-Filleur

Directrice générale du département Sustainable Technology chez Accenture

Engagements à long terme	Objectifs opérationnels à moyen terme	Objectifs 2024
Contribuer à la construction d'un monde numérique de confiance en améliorant la confidentialité, le respect de la vie privée et la protection des données sur Internet	<p>Renforcer les capacités des équipes Maintenir un niveau élevé de sensibilisation grâce à des formations ciblées et placer la sécurité et la confidentialité des données au cœur de tous nos processus internes</p> <p>Donner l'exemple Veiller au respect des principales normes de sécurité et de confidentialité en ligne pour nos activités internationales. Entretenir des liens étroits avec les régulateurs pour rester pionniers en matière de sécurité et de confidentialité</p> <p>Générer un impact Collaborer étroitement avec notre clientèle pour veiller à respecter des normes strictes de sécurité et de confidentialité pour les utilisateurs finaux</p>	<p>Former 90 % de nos talents à la conformité ISO</p> <p>Réaliser un audit interne des données en vue de la certification ISO 27701 du groupe en 2025</p> <p>Traiter 90 % des demandes d'accès aux données (DSAR) sous 30 jours</p>

Progrès réalisés à ce jour

L'objectif de Contentsquare pour le secteur est de créer une solution performante qui collecte un minimum de données personnelles. L'entreprise vise la sobriété numérique et favorise la minimisation de la collecte des données, conformément à plusieurs réglementations relatives à la protection de la vie privée et notamment au Règlement général sur la protection des données (RGPD). L'entreprise prend également des mesures fortes pour lutter contre les vols de données. Contentsquare respecte les normes les plus strictes du marché et a obtenu les certifications **ISO 27001, ISO 27701 et SOC2**, qui sont régulièrement contrôlées par des organismes tiers indépendants. En 2023, l'entreprise figurait parmi les trois entreprises sélectionnées par la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) pour participer à un nouveau programme visant à accompagner les entreprises dans leur stratégie d'innovation en matière de protection des données. Dans ce cadre, Contentsquare a reçu des conseils juridiques et techniques pour accélérer sa stratégie et renforcer son leadership en matière de confidentialité des données.

5.

Conclusion



5. Conclusion

Pour honorer ces engagements, la mobilisation de toutes nos parties prenantes est essentielle. Ainsi, l'équipe Impact, le comité exécutif et, en fin de compte, l'ensemble de nos collaborateurs jouent un rôle déterminant. Cela implique une collaboration étroite entre les départements, parmi lesquels les achats, la finance, le juridique, le développement produit, le marketing, la recherche et le développement, la formation ainsi que les ressources humaines. Cette collaboration transversale permet de ne pas cloisonner les objectifs associés à la raison d'être de l'entreprise et de les appliquer à toutes les activités de Contentsquare, favorisant ainsi un partage des responsabilités entre toutes les équipes.

Contentsquare consacre 1,6 % de son chiffre d'affaires estimé en 2024 pour financer ses pratiques durables ainsi que ses programmes dédiés à la réalisation de sa mission².

²Ce chiffre se base sur les coûts de la main-d'œuvre et les dépenses d'exploitation, sans tenir compte du budget alloué à la formation et au développement ainsi qu'aux logiciels.



Se fixer des objectifs de développement durable n'est pas seulement un impératif moral. Cela renforce également notre avantage concurrentiel sur un marché où les entreprises privilégient les partenariats à impact positif. Aujourd'hui, nos engagements, qui seront suivis et évalués rigoureusement par le comité de mission, sont essentiels à notre réussite à long terme. Ces objectifs donnent plus de sens au travail de nos équipes. Pour ma part, je suis très fier d'y contribuer, à la fois personnellement et en tant que collaborateur chez Contentsquare. »






Boris Schapira

Consultant stratégique senior,
Contentsquare

Les équipes à l'oeuvre

Equipe Impact	Equipe légale	Partenaires
 <p>Nico Fritz Chief People and Operations Officer</p>	 <p>Arnaud Gouachon Chief Legal Officer</p>	<p>Services Généraux</p>
 <p>Guilhem Isaac Georges VP Impact</p>	 <p>Nicole Mazanitis VP & Associate Legal Counsel</p>  <p>Alexandre Menguy VP & CISO</p>	<p>Achats</p> <p>Finance</p>
 <p>Elizabeth Pavageau CSR Senior Director</p>  <p>Marion Ranvier Directrice Générale de la Contentsquare Foundation</p>	 <p>Clarisse Knaëbel-Kunii Senior Privacy Counsel</p>  <p>Ula Krokay Director Senior Privacy Counsel</p>  <p>Gemini Sharma VP Security Governance</p>  <p>Kim Thuat Nguyen Director Cyber security operations</p>	<p>Legal & Compliance</p> <p>Privacy</p> <p>Security</p>
 <p>Dylan Brancon Sustainability Analyst</p>  <p>Loulwa Murtada Impact Expert</p>  <p>Natacha Madeuf Accessibility Expert</p>	 <p>Allan Bigarreau Privacy Counsel</p>  <p>Dylan Loughran Privacy Counsel</p>	<p>Ressources Humaines</p> <p>Formations et Talents</p>
		<p>Produit</p> <p>Recherche et Développement</p>

Les objectifs 2024 de Contentsquare, société à mission

	 Accessibilité numérique	 Environnement	 Confiance numérique
	<p><i>Nous promovons un monde numérique accessible et inclusif pour tous</i></p>	<p><i>Nous participons à la réduction des impacts environnementaux des activités numériques</i></p>	<p><i>Nous contribuons à la construction d'un monde numérique de confiance en améliorant la confidentialité, le respect de la vie privée et la protection des données en ligne</i></p>
Renforcer les capacités de nos équipes	70 % des talents ont suivi des formations initiales	70 % des talents ont suivi des formations initiales	90 % des talents ont suivi une formation à la conformité ISO
Donner l'exemple	Atteindre 50 % de conformité WCAG 2.2 AA pour le site Web de Contentsquare	Atteindre 100 % de l'objectif annuel de réduction des émissions de gaz à effet de serre	Réaliser un audit interne des données en vue de la certification ISO 27701 du groupe en 2025
Générer un impact	Sensibiliser 20 000 étudiants et professionnels aux enjeux de l'accessibilité numérique	Fournir à 100 clients les outils et/ou analyses nécessaires pour adresser les impact environnementaux de leurs activités numériques	Traiter 90 % des demandes d'accès aux données (DSAR) sous 30 jours

