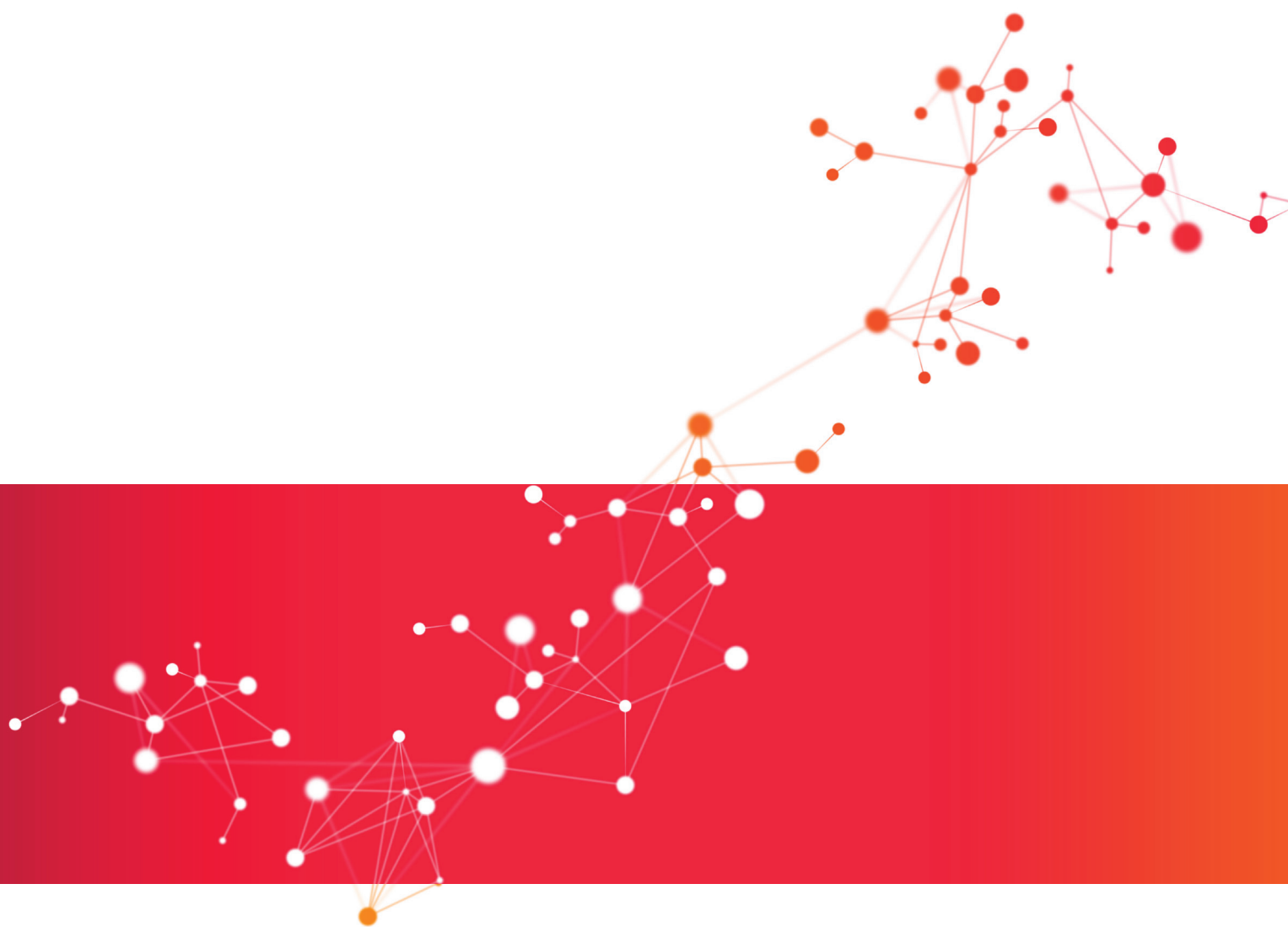


# Bâtir ensemble un avenir durable

Rapport sur la responsabilité sociale  
pour l'exercice 2012





## Notre rêve

Créer un environnement où nous avons du plaisir à travailler ensemble et où, en tant que propriétaires, nous participons au développement d'une entreprise dont nous sommes fiers.

### Notre mission

Aider nos clients en leur fournissant des services professionnels de la plus grande qualité, compétence et objectivité, afin d'atteindre pleinement leurs objectifs en informatique, en processus d'affaires et en gestion. Dans tout ce que nous faisons, nous misons sur le partenariat, l'intrapreneurship, l'esprit d'équipe et l'intégrité, contribuant ainsi à développer une entreprise de classe mondiale en TI et en gestion des processus d'affaires.

### Notre vision

Être un leader de classe mondiale en TI et en gestion des processus d'affaires, qui contribue au succès de ses clients.

# La constitution de CGI

## Nos valeurs

### Partenariat et qualité

Pour nous, le partenariat et la qualité constituent une philosophie et une façon d'être. Nous développons les meilleures pratiques de gestion, nous y adhérons et nous les intégrons à nos cadres de gestion de la relation client et de prestation des services afin d'établir des partenariats solides et durables. Nous sommes à l'écoute de nos clients et nous avons à cœur leur pleine satisfaction.

### Intrapreneurship et partage

Notre succès repose sur la compétence, l'engagement et l'enthousiasme de nos membres. Nous favorisons une culture d'innovation et d'autonomie de façon à rendre chacun d'entre nous imputable de la satisfaction de nos clients, assurant ainsi la croissance rentable de notre entreprise. Par le travail en équipe et par le partage de notre savoir-faire et de nos connaissances, nous offrons à nos clients ce que CGI a de meilleur. En tant que membres de CGI, nous prenons part activement au succès de notre entreprise, notamment en participant aux profits et en ayant accès à l'actionnariat.

### Solidité financière

Tous nos efforts visent une performance financière qui se distingue par sa constance et sa solidité afin de soutenir notre croissance à long terme et de récompenser nos membres et nos actionnaires. Notre solidité financière nous permet d'investir et d'améliorer continuellement nos services et solutions d'affaires au bénéfice de nos clients. Dans ce but, nous gérons nos affaires de manière à réaliser un rendement supérieur aux normes de l'industrie.

### Objectivité et intégrité

Nous faisons preuve de la plus grande indépendance dans le choix des produits, services et solutions que nous recommandons à nos clients. Nous adhérons aux meilleurs standards de qualité, d'objectivité et d'intégrité. Par conséquent, nous appliquons des règles strictes d'affaires et d'éthique professionnelle dans l'ensemble de l'entreprise. Nous n'acceptons aucune rémunération de la part de fournisseurs.

### Respect

En tant qu'entreprise mondiale, nous reconnaissons la grande richesse que la diversité nous apporte. Nous célébrons cette diversité tout en adhérant à la culture de CGI. Dans toutes nos actions, nous sommes respectueux envers nos membres, clients, partenaires d'affaires et concurrents.

### Responsabilité sociale

Notre modèle d'affaires, qui en est un de proximité, a été conçu afin de développer des liens étroits avec nos clients et avec nos collectivités. En tant que membres, nous prenons à cœur nos responsabilités sociales et contribuons à l'évolution des collectivités où nous vivons et travaillons.



<b><u>Message de Michael E. Roach, président et chef de la direction</u></b>	p. 04
<b><u>À propos de CGI</u></b>	p. 05
<b><u>Notre approche en matière de responsabilité sociale</u></b>	p. 08
<b><u>Répondre aux normes les plus élevées en matière de gouvernance et d'éthique</u></b>	p. 10
<b><u>Offrir à nos membres des perspectives de carrière stimulantes</u></b>	p. 13
<b><u>Contribuer à l'essor de nos collectivités</u></b>	p. 18
<b><u>Contribuer à la croissance et au succès de nos clients</u></b>	p. 24
<b><u>Protéger l'environnement pour les générations futures</u></b>	p. 31
<b><u>Des partenariats responsables</u></b>	p. 36
<b><u>À propos du présent rapport</u></b>	p. 38
<b><u>Index GRI</u></b>	p. 39

# Message du président et chef de la direction, **Michael E. Roach**

Depuis 1976, CGI est guidée par le rêve tout simple de créer un environnement où nous avons du plaisir à travailler ensemble et où, en tant que propriétaires, nous participons au développement d'une entreprise dont nous sommes fiers. Pour réaliser ce rêve, nous avons conçu un modèle d'affaires qui nous permet de contribuer de façon positive aux collectivités au sein desquelles nous vivons et travaillons.

La durabilité s'inscrit donc au cœur de notre modèle d'affaires et a toujours été une des valeurs fondamentales de CGI. Jour après jour, les gestes posés par nos membres reflètent ces valeurs. Ensemble, nous visons à transmettre un héritage positif. Nos membres dévoués, établis dans plus de 400 collectivités partout au monde, nous permettent de produire des résultats et d'exercer une influence durable.

## **Chez CGI, nous avons à cœur de bâtir et d'exploiter une entreprise solide, stable et en croissance.**

Par ailleurs, nous croyons que la durabilité va de pair avec la solidité financière. Cette dernière constitue la pierre angulaire de notre engagement en matière de durabilité et nous permet d'investir dans nos services et de les améliorer continuellement au profit de nos clients. Elle nous permet aussi d'offrir des perspectives de carrière enrichissantes et stimulantes à nos membres, ainsi que de générer des rendements supérieurs pour nos actionnaires.

L'an dernier, nous avons regroupé nos meilleures pratiques dans une nouvelle politique de responsabilité sociale mondiale, formalisant ainsi notre approche et soulignant nos engagements, notamment :

- offrir à nos professionnels des programmes en matière de formation, de santé, de mieux-être et d'actionnariat qui ont une influence positive sur leur bien-être et leur satisfaction;
- former des partenariats avec nos clients afin de fournir des solutions énergétiques et environnementales durables, et de soutenir collectivement des causes caritatives;



- soutenir nos collectivités en appuyant des causes qui contribuent à leur progrès social, économique et environnemental;
- protéger l'environnement grâce à des pratiques d'exploitation écologiques, des activités communautaires et une offre de services TI écoresponsables;
- continuer de gérer notre entreprise en faisant preuve du plus haut niveau d'intégrité grâce à un solide code d'éthique et à une saine régie d'entreprise;
- étendre nos engagements en matière de responsabilité sociale à l'ensemble de notre chaîne d'approvisionnement.

En 2012, nous avons acquis Logica et avons accueilli 41 000 nouveaux collègues dans la grande famille de CGI. Nous sommes maintenant en meilleure position pour offrir des compétences supplémentaires à nos partenaires afin de contribuer à leur succès.

Pour ce premier rapport, nous faisons état de nos données combinées en matière de responsabilité sociale en tenant compte des indicateurs de performance clés qui ont le plus d'incidences sur notre entreprise, sur l'environnement et sur nos collectivités.

Nous tenons à vous remercier de votre intérêt et de votre engagement continu envers CGI. Ensemble, nous continuerons à former une entreprise solide, durable et axée sur une croissance rentable — et nous nous engageons à répondre aux besoins économiques, sociaux et environnementaux des collectivités au sein desquelles nous vivons et travaillons.

**Michael E. Roach**

Président et chef de la direction

# À propos de CGI

Fondée en 1976, CGI est un fournisseur mondial de services en TI et en gestion des processus d'affaires qui offre des services-conseils en management, des services d'intégration de systèmes et d'impartition.

Depuis 36 ans, CGI est un partenaire de confiance qui contribue au succès de ses clients, en leur offrant des services de qualité supérieure.

Pour ce faire, CGI s'appuie sur son modèle de proximité avec ses clients, tout en appliquant ses Assises de gestion avec discipline dans l'ensemble de ses opérations.

Depuis sa fondation, CGI a doublé sa taille de manière rentable tous les trois à cinq ans. Elle continue de croître au même rythme, grâce à sa combinaison avec Logica. Cette acquisition lui a permis d'atteindre l'envergure qui lui permet d'aider ses clients partout où ils sont, en leur offrant une expertise accrue ainsi qu'une gamme de services encore plus étendue.



au monde parmi les entreprises  
indépendantes de services en TI et en  
gestion des processus d'affaires



FTSE4Good

**10 G\$**

Revenus  
annualisés

★ Au 31 mars 2013

**18 G\$**

Carnet de  
commandes

**2,2 G\$**

Nouveaux  
contrats signés

**147,2 M\$**

Flux de trésorerie  
provenant  
des activités  
opérationnelles

**69 000**

Nombre de  
membres

## Distinctions et classements de CGI pour l'année 2012

### American Banker

CGI occupe le 19<sup>e</sup> rang parmi les 25 meilleurs fournisseurs mondiaux de technologie et de services au classement FinTech 100.

### Brand Finance Canada

CGI se classe au 37<sup>e</sup> rang des 50 plus importantes marques canadiennes dans la liste compilée par Brand Finance Canada.

### Branham300

CGI est classée 6<sup>e</sup> parmi 250 entreprises du secteur technologique qui se divise en quatre catégories principales : logiciels, services professionnels en TI, matériel et infrastructure NTIC et fournisseurs de services.

- CGI se positionne au 1<sup>er</sup> rang parmi les 25 plus importantes entreprises canadiennes de services professionnels en TI.
- CGI figure au 2<sup>e</sup> rang parmi les cinq plus importantes entreprises de TI dans le domaine de la santé.

### International Association of Outsourcing Professionals (IAOP)

CGI se classe au 15<sup>e</sup> rang de la liste Global Outsourcing 100 et figure parmi les 10 premiers dans la catégorie fournisseurs de services en TI et en gestion des processus d'affaires.

### Top Arbeitgeber

Les opérations de CGI en Allemagne et en Pologne ont reçu le prix Meilleurs employeurs 2012 décerné par le CRF Institute, qui reconnaît les employeurs offrant un milieu de travail exemplaire et affichant une culture d'entreprise positive.

### Washington Technology

Les 100 premiers du Washington Technology pour 2012 : ce classement annuel établit la liste des plus importants entrepreneurs du gouvernement fédéral – CGI se classe au 32<sup>e</sup> rang par rapport à une 41<sup>e</sup> place dans le classement de 2011.

## Renseignements supplémentaires

Cliquez sur les liens ci-dessous pour en savoir davantage sur :

- Notre [haute direction](#)
- Notre [profil d'entreprise](#)
- Notre [rapport annuel 2012](#)
- Notre [histoire](#)
- Nos [secteurs](#)
- Nos [services](#)
- Nos [solutions](#)
- Nos [bureaux](#)

# Une solide présence locale dans 400 bureaux à l'échelle mondiale

## Amériques

ARGENTINE	COLOMBIE
BRÉSIL	ÉTATS-UNIS
CANADA	PÉROU
CHILI	VÉNÉZUÉLA

## Europe, Moyen-Orient et Afrique

ALLEMAGNE	ITALIE
ARABIE SAOUDITE	LUXEMBOURG
BELGIQUE	MAROC
DANEMARK	NORVÈGE
ÉGYPTE	PAYS-BAS
ÉMIRATS ARABES UNIS	POLOGNE
ESPAGNE	PORTUGAL
ESTONIE	RÉPUBLIQUE TCHÈQUE
FINLANDE	ROYAUME-UNI
FRANCE	SLOVAQUIE
HONGRIE	SUÈDE
IRLANDE	SUISSE

## Asie-Pacifique

AUSTRALIE	PHILIPPINES
INDE	SINGAPOUR
MALAISIE	

● - VILLES OÙ CGI EST PRÉSENTE



## Services financiers

- 23 des 25 principales banques des Amériques et 21 des 25 banques européennes les plus importantes
- 7 des 10 principales compagnies d'assurance au monde
- 30 solutions de propriété intellectuelle
- 350 mises en œuvre de solutions de recouvrement dans le monde
- Traitement de 40 % des paiements en monnaies étrangères au monde

## Gouvernements

- 2 000 organisations gouvernementales dans 15 pays
- 60 solutions de propriété intellectuelle
- Aide apportée à des agences de fiscalité et du revenu pour récupérer 2 G\$ en recouvrement fiscal
- Production d'images de satellites météorologiques pour 3 milliards de citoyens
- Prévention de 43 millions de cyberattaques par jour sur les réseaux et l'infrastructure de l'armée et du renseignement

## Santé

- Services informatiques fournis à plus de 1 000 fournisseurs de soins de santé
- 3 des 4 principaux assureurs privés de services de santé aux États-Unis
- Services offerts à 48 millions d'utilisateurs du système Medicare aux États-Unis
- Récupération de plus de 1 G\$ en fraude et en gaspillage





## EUROPE, MOYEN-ORIENT ET AFRIQUE



## ASIE-PACIFIQUE



### Télécommunications et services publics

- 6 des 10 principaux fournisseurs de services de télécommunications au monde
- 9 des 10 plus grandes entreprises de services publics en Europe
- Élaboration des premières plateformes intermachines pour le secteur des télécommunications
- Conception et exploitation de 10 des 16 plus importants systèmes du marché de l'énergie dans le monde

### Secteurs manufacturier, commerce de détail, distribution

- 25 entreprises mondiales de premier plan dans les domaines de l'industrie minière et métallurgique, automobile et ferroviaire, l'aviation, le commerce de détail et la messagerie/logistique
- 2 000 clients des divers segments du secteur manufacturier, distribution et détail
- 20 solutions de propriété intellectuelle
- Traitement de 28 000 déplacements ferroviaires par jour

### Secteur pétrolier et gazier

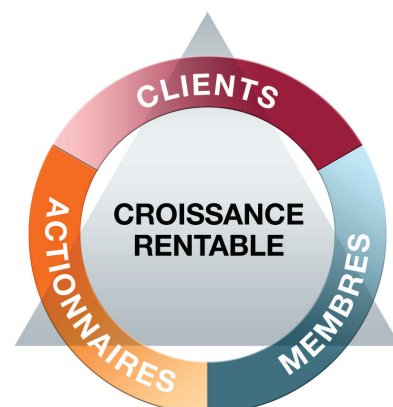
- 3 des 6 principaux producteurs de pétrole au monde
- Gestion de l'ensemble des applications d'exploration et de production pour nos clients mondiaux
- Gestion de plus de 1,2 milliard de transactions de cartes essence par an, pour une somme totalisant plus de 90 G\$



# Notre approche en matière de responsabilité sociale

Nous savons d'expérience que les clients, les membres et les investisseurs veulent être associés à ce qu'il y a de mieux : le meilleur partenaire, le meilleur employeur et le meilleur investissement. Nous avons par conséquent à cœur de bâtir et d'exploiter une entreprise saine, stable et en croissance, dans l'intérêt de tous nos partenaires.

La responsabilité sociale est d'ailleurs l'une de nos valeurs fondamentales. Elle est à la base de notre modèle d'affaires qui en est un de proximité avec nos clients. Ce modèle a été conçu pour favoriser des relations étroites avec nos membres, nos clients, nos actionnaires et les collectivités où nous exerçons nos activités. Nous sommes depuis toujours convaincus que le maintien d'un équilibre entre nos partenaires est essentiel pour assurer la pérennité de CGI. L'an dernier, nous avons regroupé nos meilleures pratiques dans une nouvelle politique de responsabilité sociale mondiale, formalisant ainsi notre approche et soulignant nos engagements.



## Favoriser l'autonomie au sein de nos unités d'affaires

Notre modèle d'entreprise encourage l'autonomie de nos unités d'affaires par l'entremise de décisions prises localement; les décisions en matière de responsabilité sociale ne font pas exception. Nous croyons que la proximité avec nos clients et nos collectivités contribue à entretenir l'engagement de nos membres et à soutenir l'évolution des collectivités où nous vivons et travaillons. Au niveau mondial, nous favorisons les pratiques de responsabilité sociale dans l'ensemble de l'organisation et procurons à nos unités d'affaires des politiques normalisées et des objectifs stratégiques.

Cette pratique permet à nos unités d'affaires de mettre en place des projets en matière de responsabilité sociale et des indicateurs clés de performance adaptés au contexte local, mais

également harmonisés aux objectifs mondiaux et aux politiques normalisées. Les indicateurs clés de performance que nous définissons nous permettent de mesurer les progrès réalisés par rapport à nos objectifs stratégiques, ainsi que les risques et les possibilités qui y sont associés.

En outre, la réduction de l'impact environnemental associé à nos activités nous permet non seulement d'économiser, mais aussi de démontrer à nos clients et à nos membres que nous joignons le geste à la parole : nous sommes un fournisseur dont les pratiques et les services sont responsables et durables.

## Renforcer notre culture de croissance durable et rentable

Notre politique en matière de responsabilité sociale a pour objectif de renforcer publiquement l'importance que nous accordons à la responsabilité sociale dans tous les aspects de nos activités et à assurer une cohésion dans l'ensemble de nos unités d'affaires. Des Amériques à l'Europe et à l'Asie, nous travaillons ensemble pour nous assurer que notre engagement à l'égard de pratiques

d'affaires responsables, telles que la gestion de la qualité, la responsabilité environnementale, l'engagement communautaire et la façon dont nous traitons nos employés, est respecté à la fois au sein de CGI, et par nos partenaires et fournisseurs.

## Définir les aspects déterminants de notre approche en valorisant l'opinion de nos partenaires

La satisfaction des besoins de nos partenaires est la raison d'être de CGI. C'est pourquoi nos clients, nos membres et nos actionnaires sont au cœur de notre processus d'amélioration continue. Nous accordons beaucoup d'importance aux

commentaires de nos partenaires, internes et externes, en ce qui a trait à l'élaboration de notre stratégie et à l'amélioration continue de nos processus.





- Notre Programme d'évaluation de la satisfaction des membres permet à ceux-ci d'exprimer leur satisfaction, de suggérer des aspects à améliorer et de discuter de solutions possibles.

La satisfaction de nos membres, les programmes d'actionnariat qui leur sont offerts et, par le fait même, leur engagement constituent tous des avantages concurrentiels essentiels qui permettent à notre entreprise de se démarquer. C'est pourquoi la très grande majorité de nos membres (90 %) sont convaincus qu'il est de leur responsabilité, à titre de propriétaires, de présenter des suggestions d'amélioration. Ce niveau d'engagement de la part de nos membres est une des principales raisons pour lesquelles nous continuons à exceller dans notre domaine. Lorsque les membres participent, ils contribuent à notre réussite collective et tous les partenaires en profitent.

- Dans le cadre de notre Programme d'évaluation de la satisfaction du client, nous sollicitons l'opinion de nos clients afin de toujours les satisfaire. Nous avons reçu environ 2 500 évaluations signées par des clients, nous procurant ainsi des commentaires de premier ordre.

Nous avons obtenu un résultat global de 9,1 sur 10 lors des évaluations de la satisfaction de nos clients. Nous avons obtenu une note de 9,4 sur 10 quant à leur intention de continuer à utiliser et à recommander à d'autres les services de CGI. Ceci est essentiel pour toute entreprise, mais pour la nôtre, c'est vital.

- Tous les ans, nous utilisons notre Programme d'évaluation de la satisfaction des actionnaires pour sonder les analystes et les investisseurs institutionnels et évaluer leur satisfaction en ce qui a trait à notre stratégie, nos activités, notre gestion et notre programme de relations avec les investisseurs. Nous pouvons ainsi comparer objectivement notre performance à celle d'autres sociétés cotées en bourse. Les résultats sont transmis à la haute direction et aux membres de notre conseil d'administration.

Tout comme les clients et les membres, nous savons et comprenons que les actionnaires ont le choix quand vient le moment d'investir. Par conséquent, nous tenons à nous assurer que CGI reste le choix privilégié des investisseurs à la recherche de rendements supérieurs. Mondialement, la satisfaction de nos actionnaires se situe à 8,1 sur 10, ce qui se compare très favorablement à la note moyenne de 6,7 pour les autres sociétés ouvertes. Dans le domaine crucial de l'exécution stratégique, essentiel à la fidélité des investisseurs, nous avons obtenu une note de 9. Les investisseurs nous ont aussi accordé une note de 9 sur 10 pour notre aptitude à exécuter, intégrer et concrétiser notre stratégie de fusions et acquisitions. Cet aspect est particulièrement important compte tenu de notre acquisition et intégration de Logica.

En outre, notre planification stratégique annuelle suit un processus rigoureux qui comprend une vaste consultation au sein de l'entreprise ainsi qu'auprès de nos clients et actionnaires.

## Aspects déterminants

Au fil de son histoire, le Programme de responsabilité sociale de CGI a toujours tenu compte des besoins de nos partenaires et des collectivités au sein desquelles nous travaillons. Par conséquent, la gouvernance de l'entreprise a constamment reflété cette approche. Conformément à la politique et à la feuille de route de CGI en matière de responsabilité sociale, une structure de

gouvernance mondiale en matière de responsabilité sociale est en préparation; celle-ci repose sur notre réseau d'ambassadeurs locaux en responsabilité sociale pour l'ensemble de nos activités ainsi que sur des représentants de toutes les fonctions mondiales pertinentes.

### Gestion de l'environnement



La gestion de notre consommation énergétique, de nos déplacements et des émissions de gaz à effet de serre qui en découlent constitue un aspect important de notre programme et va de pair avec la gestion de notre consommation, du recyclage du papier et des déchets électroniques.

### Engagement des membres



Nos membres constituent notre atout le plus précieux. Il est donc essentiel d'attirer des professionnels talentueux et de les fidéliser pour assurer le succès continu de notre entreprise. Encourager nos membres à agir en propriétaires, leur offrir des perspectives de carrière stimulantes, un bon équilibre travail-famille et des services de santé et de mieux-être, et reconnaître leur travail et leur contribution en tenant compte de leur rendement personnel sont des aspects essentiels de notre programme.

### Solutions et services en matière de développement durable



Les innovations basées sur les technologies de l'information offrent des occasions de développement durable. Elles permettent à nos clients, à leurs propres clients et aux citoyens de réduire leur impact sur l'environnement et d'améliorer leur bien-être.

### Entreprise responsable



Puisque nous sommes une entreprise de prestation de services, notre réussite dépend de la confiance que nos clients accordent à notre capacité de respecter nos engagements. Les clients et les investisseurs apprécient nos politiques transparentes et notre performance en matière de responsabilité sociale. La confidentialité des données demeure une question sensible chez nos clients, leurs propres clients et les citoyens.

# Répondre aux normes les plus élevées en matière de gouvernance et d'éthique

Une saine régie d'entreprise équivaut à trouver un équilibre entre les intérêts de nos clients, nos membres et nos actionnaires.

## Pratiques en matière de régie d'entreprise

Depuis sa fondation, CGI a toujours beaucoup investi dans la gouvernance afin de s'assurer de surpasser les attentes de ses partenaires et d'exploiter une entreprise solide, performante et durable qui apporte une contribution à la société dans son ensemble.

CGI compte continuer d'être fidèle à ses engagements puisque nous considérons que des pratiques rigoureuses en matière d'éthique et de gouvernance font partie intégrante de notre engagement à l'égard de notre responsabilité sociale. Il est en

effet indispensable d'agir de manière intègre et responsable pour avoir une incidence positive auprès de nos clients, de nos membres et de nos actionnaires ainsi qu'auprès des collectivités dans lesquelles nous vivons et travaillons. Pour une brève description des pratiques de régie d'entreprise de CGI, consultez le [rapport du comité de régie d'entreprise de l'exercice 2012](#).

## Conseil d'administration de CGI

Dans le cadre des pratiques de gouvernance de CGI, tous les administrateurs du conseil d'administration de CGI possèdent des compétences financières et des compétences en matière d'exploitation, et la majorité d'entre eux sont indépendants. De plus, l'objectif du conseil d'administration à l'égard de

sa composition est d'assurer qu'il soit doté de l'expertise nécessaire dans chacun des marchés verticaux ciblés de l'entreprise. Consultez la [circulaire de la direction](#) pour obtenir les biographies des membres du conseil d'administration.

## Assises de gestion de CGI

opérations certifiées ISO 9001	La constitution de CGI				Code d'éthique	Politiques de ressources humaines	Politiques financières	Politiques de sécurité	Politique qualité	
	Rêve	Mission	Vision	Valeurs						
	Orientations et plans stratégiques				Gouvernance	Modèle organisationnel et ajustements		Cadres de gestion		
	Processus d'unité d'affaires					Processus corporatifs				
	Développement des affaires	Affectation et recrutement	Vérification de l'état de santé des mandats	Gérer l'excellence opérationnelle	Revue de la performance des unités d'affaires	Marketing mondial et performance du développement des affaires	Innovation, propriété intellectuelle et investissements dans l'efficacité	Gestion financière		
	Cadre de gestion du partenariat client					Cadre de gestion du partenariat membre		Cadre de gestion du partenariat actionnaire		
	Proposition	Contrat	Gouvernance et plan de gestion	Livraison	Clôture					
	Gestion des technologies		Gestion des applications		Services-conseils, intégration et développement de systèmes	Gestion des processus d'affaires		<ul style="list-style-type: none"><li>• Intégration</li><li>• Rencontres d'équipe</li><li>• Évaluation de la performance et planification de carrière</li><li>• Institut de leadership</li></ul>		<ul style="list-style-type: none"><li>• Gestion des relations</li><li>• Règles de divulgation</li><li>• Communications</li></ul>
	Programme d'évaluation de la satisfaction client					Programme d'évaluation de la satisfaction membre		Programme d'évaluation de la satisfaction actionnaire		



Les Assises de gestion de CGI présentent l'ensemble des composantes majeures qui orientent et définissent la gestion de CGI. Ces cadres énoncent des pratiques claires et éprouvées pour établir et entretenir des relations d'affaires avec nos partenaires, notamment en assurant une communication ouverte et transparente sur toutes les questions importantes.

Les Assises de gestion de CGI font l'objet d'une certification ISO 9001 en vertu de laquelle CGI doit prouver chaque année à des évaluateurs externes que sa politique est appliquée dans l'ensemble de ses opérations. Elles sont le fruit de notre expérience collective et ont été élaborées de façon à rendre notre action aussi efficace que possible.

Cette efficacité doit être obtenue en respectant un certain nombre de principes, qui sont eux-mêmes intégrés dans les Assises de gestion de CGI, y compris :

1. la primauté du rêve, de la mission, de la vision et des valeurs de l'entreprise;
2. l'équilibre judicieux entre les intérêts des clients, des membres et des actionnaires;
3. l'équilibre entre les besoins d'assurer une cohésion et une rigueur dans la gestion et ceux de favoriser l'autonomie, l'initiative et l'intrapreneurship.

En conséquence, les Assises de gestion de CGI visent davantage à orienter qu'à prescrire. Ainsi, elles offrent une certaine liberté afin de maintenir le cap sur l'objectif essentiel qui est d'offrir des services de qualité adaptés aux besoins de nos clients.

Pour une description complète des Assises de gestion de CGI, visitez notre page sur la régie d'entreprise sur [cgi.com](http://cgi.com).

## Code d'éthique

Le Code d'éthique et de conduite professionnelle ainsi que les pratiques de gouvernance de CGI guident notre processus décisionnel. Ils ont pour but d'assurer que nous respectons nos valeurs fondamentales et que nous demeurons ouverts, transparents et responsables dans nos interactions avec tous nos partenaires. Le Code d'éthique et de conduite professionnelle reconnaît l'importance de mettre en œuvre des pratiques fondées sur l'éthique dans toutes nos relations avec nos partenaires. Il fournit à nos membres, nos dirigeants et nos administrateurs les lignes directrices dont ils ont besoin pour maintenir le professionnalisme auquel notre entreprise doit sa réputation enviable dans le secteur des services en TI et auprès de ses clients. Lorsqu'ils signent leur contrat de travail, tous les nouveaux membres de CGI s'engagent à observer scrupuleusement ce Code et chaque année, au moment de l'évaluation de leur performance, chaque membre est tenu de renouveler cet engagement.

CGI Federal, une filiale d'exploitation en propriété exclusive de CGI aux États-Unis qui emploie 7 000 membres, offre elle aussi à ses équipes une formation en matière d'éthique, et ce, chaque année. La formation porte entre autres sur la sensibilisation à des sujets tels que la lutte anticorruption. Tous les nouveaux membres doivent la suivre lorsqu'ils se joignent à l'équipe de CGI Federal et sont tenus de participer à la formation d'appoint annuelle en matière d'éthique. En 2012, CGI Federal a atteint un taux d'achèvement de 100 % pour ces formations.

De plus, au cours de la même année, 96 % des membres qui se sont joints à l'équipe de CGI à la suite de notre récente acquisition ont suivi un cours en ligne sur la responsabilité en matière d'éthique. Un nouveau programme mondial portant sur la lutte anticorruption est en préparation; il sera lancé dans toute l'entreprise au cours de l'exercice 2013.

## Politique relative à un dispositif d'alerte professionnelle

CGI a établi une politique relative à un dispositif d'alerte professionnelle (souvent appelée en anglais « whistleblower policy ») ainsi qu'un procédé aux termes de cette politique qui permet à une personne qui a une connaissance directe de faits précis de signaler les situations qui comportent des risques sérieux pour l'entreprise dans les domaines de la vérification ou de l'audit, financier, comptable, bancaire et de la lutte contre la corruption.

Fournie par un tiers, la ligne dédiée au dispositif d'alerte professionnelle est confidentielle et permet aux membres de conserver l'anonymat. Il est possible de signaler une violation par appel téléphonique ou en ligne. Dès l'acquisition de Logica, tous les nouveaux membres ont été informés de cette procédure et ont eu accès à la ligne et à la page Web d'alerte professionnelle.

## Politique de sécurité de l'information de CGI et de protection de la vie privée

CGI gère ses actifs informationnels et ceux de ses clients de manière diligente et prudente, et prend les mesures appropriées pour protéger ces actifs aux fins de la prestation de ses services.

La politique de sécurité de l'information de CGI énonce les règles générales qui doivent guider la mise en œuvre de tous les contrôles de sécurité requis pour s'assurer que les activités

d'affaires de CGI sont conformes aux politiques, normes et directives de sécurité de CGI de même qu'aux exigences légales et réglementaires là où elles s'appliquent.

La politique de protection de la vie privée a pour but d'établir les principes généraux qui gouvernent le traitement et la protection des renseignements personnels des membres et des clients



de CGI qui peuvent être recueillis, utilisés ou divulgués dans le cours normal des activités de CGI.

Pour sensibiliser les membres à l'importance de la sécurité de l'information, les former sur leurs responsabilités afin de garantir un milieu de travail sécurisé et leur donner des lignes directrices sur la façon de mieux protéger les actifs de CGI et de ses clients,

nous avons mis au point un programme de sensibilisation à la sécurité qui comprend trois séances de formation en ligne.

Plus de 75 % de nos membres ont terminé les cours sur la sécurité en trois volets. Tous les nouveaux membres doivent suivre cette formation.

#### Pourcentage des membres qui ont terminé la formation :

# 79 %

#### Sécurité de l'information 101

- Pourquoi la sécurité est importante chez CGI
- La sécurité au travail

# 75 %

#### Sécurité de l'information 102

- Politiques de sécurité des SI-TI de CGI
- Protection de l'information personnelle et client

# 77 %

#### Sécurité de l'information 103

- L'informatique mobile
- La sécurité physique
- La protection des renseignements personnels
- La propriété intellectuelle d'une tierce partie
- Le plan de continuité des affaires
- Le télétravail

# Offrir à nos membres des perspectives de carrière stimulantes



« Chez CGI, nous avons compris il y a longtemps que les personnes talentueuses et dévouées constituent la pierre angulaire de la réussite de toute organisation. En fait, nous reconnaissons qu'il existe un lien étroit entre la santé et la satisfaction de nos membres au travail, la satisfaction de nos clients et le succès de l'entreprise.

De plus, nous croyons que nos membres constituent notre actif le plus précieux, car ils jouent un rôle essentiel dans la concrétisation du rêve de CGI : créer un environnement où nous avons du plaisir à travailler ensemble et où, en tant que propriétaires, nous participons au développement d'une entreprise dont nous sommes fiers. C'est d'ailleurs pour souligner leur importance dans l'entreprise et leurs droits de propriété que nous les appelons des "membres".

CGI estime qu'il est de la plus haute importance de favoriser le développement et l'épanouissement de ses membres. »

## Julie Godin

Vice-présidente exécutive, Ressources humaines et planification stratégique, CGI

## Favoriser une culture d'actionnaire-propriétaire

Notre philosophie d'intrapreneurship, le terme que nous utilisons pour décrire la culture de propriété au sein de CGI, favorise la prise de décisions responsables et donne une dimension plus personnelle à notre engagement à bâtir une entreprise durable. Chez CGI, chaque membre est invité à devenir propriétaire et actionnaire de l'entreprise grâce à notre Régime d'achat d'actions.

De plus, en tant que propriétaires, ils ont la possibilité de participer, grâce au Plan de participation aux profits de l'entreprise, à la croissance et au développement de l'entreprise et de s'associer aux défis et aux succès qui en découlent.

Avant l'acquisition de Logica, 85 % des membres étaient de fiers actionnaires de CGI. Nous souhaitons bientôt offrir ce programme aux membres qui se sont joints à nous à la suite de cette acquisition.

Par ailleurs, CGI s'engage à continuer à mettre en pratique sa philosophie d'intrapreneurship au moyen de programmes d'actionnariat et à encourager les membres à poser des questions, à faire des suggestions et à communiquer toute préoccupation. À cet effet, les membres de CGI participent chaque année à une consultation sur la planification stratégique. Grâce à leur expertise et aux suggestions soumises, ils contribuent à l'élaboration de la stratégie de CGI et aident à faire en sorte que le plan stratégique de l'entreprise reflète bien nos activités quotidiennes.

Consultation des membres dans le cadre la planification stratégique :

**28 000** commentaires  
soumis en 2012

## Favoriser l'engagement des membres

Chez CGI, la qualité de la relation que la direction entretient avec ses membres est un élément fondamental de notre culture d'entreprise. Les principes qui régissent cette relation sont définis dans le Cadre de gestion du partenariat membre (CGPM), partie intégrante des Assises de gestion de CGI.

Le CGPM vise à créer un environnement propice à bâtir de solides relations à long terme avec nos membres en favorisant un dialogue constructif. Le CGPM prévoit un certain nombre d'activités : l'orientation et l'intégration des nouveaux membres, la gestion de la performance et la planification de la carrière, des rencontres individuelles et des réunions d'équipe régulières. Il encourage

la pratique du leadership à tous les niveaux en favorisant la circulation de l'information sur les orientations stratégiques et les développements de l'entreprise, en veillant à ce que nos membres reçoivent de l'encadrement, des commentaires et de la reconnaissance et en donnant aux membres l'occasion de faire des suggestions pour améliorer CGI.

Comme mentionné précédemment, chaque année, CGI évalue la satisfaction de ses membres par l'entremise de son Programme d'évaluation de la satisfaction des membres (PESM). Le PESM encourage les membres et les gestionnaires à communiquer avec ouverture et franchise à propos de sujets essentiels à



l'amélioration continue de la qualité de leur communication et de leur relation afin de créer un environnement de travail toujours plus satisfaisant. Le programme comprend tout d'abord la possibilité pour les membres de rencontrer leur gestionnaire de façon individuelle et de discuter de différents aspects de leur satisfaction professionnelle. Les membres ont ensuite l'occasion de répondre à un sondage confidentiel dont les résultats servent autant aux gestionnaires, pour relever des pistes d'amélioration au sein de leur équipe, qu'à la direction, pour évaluer la qualité de ses pratiques de gestion et de ses politiques.

## Promouvoir la santé et le mieux-être

Les membres de CGI jouent un rôle déterminant pour transformer le rêve de CGI en réalité ainsi que pour réaliser notre vision. CGI estime que l'excellence opérationnelle est intimement liée à la santé et au mieux-être de ses membres, et que la promotion de ces facteurs est essentielle à l'équilibre entre leur vie professionnelle et personnelle, et à une bonne qualité de vie. C'est dans cette optique que nous avons mis sur pied Oxygène, notre programme mondial de santé et de mieux-être, qui se veut le reflet d'une culture d'entreprise qui favorise un mode de vie sain.

Les équipes d'Oxygène organisent des activités partout dans le monde pour encourager les membres à adopter un mode de vie plus sain, mettent en place une structure pour guider, soutenir et conseiller les membres dans la mise en œuvre d'une stratégie de

### PESM et participation au Régime d'achat d'actions

Mesure	E2012
Pourcentage des membres qui ont rencontré leur gestionnaire dans le cadre du PESM	87 %
Pourcentage des sondages remplis	82 %
Résultat du PESM	7,75/10
Participation au Régime d'achat d'actions	84,5 %

santé et de mieux-être efficace à l'échelle locale, établissent les priorités et mesurent l'incidence des actions entreprises.

Le Portail Oxygène est une plateforme interactive, offerte partout et en tout temps, qui met l'accent sur la santé des membres et qui propose un vaste répertoire de contenu sur la santé. Il permet aux membres d'en apprendre davantage sur les services de santé qui leur sont offerts localement et leur donne l'occasion d'accomplir des gestes concrets pour améliorer leur santé et leur mieux-être. Le Portail Oxygène comprend une impressionnante bibliothèque d'articles sur la santé, des chroniques mensuelles de professionnels de la santé ainsi que des tests et des outils interactifs d'analyse des risques pour la santé.

## Études de cas

### Marche autour du monde pour une meilleure santé

Le 13 septembre 2012, les membres de CGI de 40 pays ont été invités à participer à la Marche autour du monde, une marche de 30 minutes qui encourage les participants à adopter un style de vie actif dans le cadre de l'engagement de l'organisation pour améliorer la santé et le mieux-être de ses membres.

Pour se préparer, les membres ont pu participer à un Défi de marche qui a commencé deux semaines plus tôt. Puisque toutes les minutes comptent, ils ont pu comptabiliser leurs minutes de marche quotidienne sur le Portail Oxygène. Ce sont les membres de CGI de la région Asie-Pacifique qui ont remporté le défi cette année en accumulant le plus de minutes de marche, soit 102 200 minutes. Les participants de CGI des Philippines ont également été nombreux à prendre part à une agréable marche de soirée dans les

régions vallonnées et les rues avoisinantes des trois emplacements de CGI. De plus, une équipe de professionnels de la santé y a organisé des bilans de santé gratuits et des séances de massage du dos dont tous les membres ont pu profiter.



### Favoriser l'engagement des membres en Inde

Puisque nos membres constituent notre actif le plus important, leur satisfaction demeure une priorité. En Inde, en juin 2012, 96 % de nos membres étaient des actionnaires de CGI et le taux de roulement du personnel se situait à 10 % contre une moyenne de 15 % à 20 % pour ce secteur d'activité au pays.

La santé et le mieux-être constituent également une grande priorité pour nos membres. Deux bureaux en Inde, qui accueillent près de 50 % de nos membres de ce pays, sont homologués OHSAS 18001-2007 et des programmes en matière de santé et de mieux-être en lien avec cette certification sont offerts dans les autres bureaux. Nos cafétérias proposent des repas nutritifs et équilibrés et la qualité des aliments est contrôlée régulièrement. Un certain nombre de nos bureaux en Inde comprennent des installations sportives offrant des services d'entraîneurs qualifiés. Pour favoriser l'équilibre entre la santé physique et psychologique, un médecin

et un conseiller en santé mentale visitent chaque emplacement une fois par semaine et tous les membres peuvent profiter d'un bilan de santé annuel. L'an dernier, plusieurs autres activités axées sur la santé et le mieux-être ont été organisées, dont des camps médicaux et dentaires, des examens de la vue et des ateliers de yoga. En outre, plusieurs clubs, tels que des groupes de course à pied, de cyclisme et de randonnée, encouragent les membres à entreprendre des activités physiques. Des campagnes ont également lieu tout au long de l'année pour souligner l'importance d'adopter de saines habitudes de vie, de nutrition et d'activité physique. Certains de nos membres en Inde ont participé à une course internationale de 10 kilomètres organisée à Bangalore et le taux de participation à la Marche autour du monde annuelle de CGI a été le plus élevé de tous.



## Sensibilisation en partenariat avec l'American Heart Association



En partenariat avec l'American Heart Association (AHA), un organisme sans but lucratif qui a pour mission de favoriser des vies plus saines, sans maladies cardiovasculaires ni accidents vasculaires cérébraux, CGI organise plusieurs activités de sensibilisation à la santé cardiovasculaire pour ses membres, telles que le National Walking Day, l'activité Go Red for Women, le programme Fit-Friendly, des séances de formation en réanimation cardio-respiratoire (RCR) et des webinaires animés par des experts en soins de santé. Près de 200 membres de CGI ont participé à la Marche du cœur de l'AHA organisée en 2012. À cette occasion, chacun s'est engagé à relever le défi personnel de parcourir près de 60 kilomètres à pied en trois mois tout en recueillant des fonds et en sensibilisant le public à la lutte contre les maladies cardiovasculaires. L'équipe de CGI a amassé plus de 21 000 \$ US et CGI a également versé 80 000 \$ US à la cause.

Cheryl Campbell, vice-présidente principale, Programmes de santé et conformité pour CGI Federal, dirige le partenariat de CGI et de l'AHA depuis quatre ans. Les efforts qu'elle a mis en place pour élaborer des programmes de formation et de sensibilisation ont incité nos membres à adopter de saines habitudes de vie. Depuis le début de notre partenariat avec l'AHA, plus de 500 membres de CGI partout au monde ont activement participé à des activités portant sur la santé cardiaque telles que des défis de conditionnement physique, des formations en réanimation cardio-respiratoire, des bilans de santé gratuits et des activités pédagogiques.

**« Chez CGI, nous nous préoccupons de la santé et du mieux-être de nos membres et des collectivités au sein desquelles nous vivons et travaillons. En tant que partenaire de l'American Heart Association (AHA), CGI est enthousiaste à l'idée de participer à la Marche du cœur (Heart Walk). »**

**Cette marche constitue une façon agréable de promouvoir l'activité physique et le mieux-être chez nos membres. Les membres de CGI ont participé à un bon nombre de marches régionales partout aux États-Unis. Les marches du cœur sont une bonne façon de donner en retour à nos membres et aux collectivités locales. Les sommes recueillies permettent de financer la recherche, des programmes régionaux de formation et des efforts locaux de sensibilisation. »**

### Cheryl R. Campbell

Vice-présidente principale, Programmes de santé et conformité,  
CGI Federal  
Membre du conseil d'administration régional de la filiale du centre du littoral atlantique de l'American Heart Association

## Attirer, retenir et cultiver les talents

Chez CGI, nous visons à créer un environnement qui favorise l'épanouissement personnel et le perfectionnement professionnel de nos membres et qui encourage l'échange d'expertise entre eux.

Nous incitons nos membres à continuellement parfaire leurs compétences professionnelles afin qu'ils puissent atteindre leurs objectifs, tout en contribuant à la croissance de CGI. Chaque année, CGI investit un montant important dans l'amélioration des compétences et des connaissances des membres. Ces décisions liées à l'investissement sont prises par chaque unité d'affaires afin d'assurer l'arrimage entre les besoins du marché local, les occasions d'affaires actuelles et futures et les intérêts des membres.

### Institut de leadership de CGI

Nous estimons que la qualité de notre leadership revêt une importance stratégique pour assurer notre réussite dans un monde hautement concurrentiel. L'Institut de leadership de CGI, notre université d'entreprise, a été créé en juin 2001. Sa mission est de fournir à nos membres les meilleures pratiques et les ressources éducationnelles nécessaires pour assurer leur perfectionnement professionnel continu. L'Institut offre des programmes complets qui font la promotion des meilleures pratiques et compétences en leadership et qui favorise une aptitude au leadership grâce au travail d'équipe. Un de ces programmes est le CGI 101, notre programme de formation en leadership. Le succès de CGI est directement lié à la capacité de ses dirigeants à respecter un ensemble clé de valeurs, de principes et de lignes directrices qui nous permettent de vivre notre rêve et d'accomplir notre mission et notre vision communes. Une réelle harmonisation de la gestion et du leadership ne peut être obtenue qu'en consacrant du temps pour comprendre et vivre l'expérience CGI.

Départs volontaires : **12,7 %**

Les séances de CGI 101 nous ont permis, conformément à nos priorités d'intégration, de former en quelques semaines plus de 1 000 nouveaux membres à notre Constitution, à nos valeurs et à nos Assises de gestion. L'Institut de leadership de CGI est au cœur de notre processus d'intégration.

### Outils de partage des connaissances

Au niveau mondial, CGI offre à tous ses membres l'accès à un portail d'apprentissage. Ce portail met à la portée de tous ses membres un large éventail de livres, de cours et autres ressources, y compris du soutien pour la préparation en vue d'examens et du mentorat pour les certifications les plus populaires, permettant ainsi aux membres de parfaire leurs connaissances et de se doter de nouvelles compétences.



En outre, CynerGI, le réseau social de CGI, est un outil centralisé et mondial qui favorise le partage des connaissances. Comme le décrit Michael E. Roach, président et chef de la direction, « Ce réseau social est devenu un environnement commun où

les membres peuvent partager des connaissances, s'entraider, discuter et participer pleinement à concrétiser notre rêve et notre stratégie de croissance rentable. Il permet la communication instantanée et bidirectionnelle au sein de l'entreprise et contribue à vérifier que nous nous préoccupons des enjeux les plus importants pour nos membres. Il constitue également un véhicule important où nos membres-proprétaires peuvent exercer leurs droits et participer à la vie quotidienne de l'entreprise. »

### Échanges avec les membres lors de la tournée annuelle

Depuis 36 ans, la tournée annuelle est l'occasion parfaite pour nos membres de rencontrer les dirigeants de CGI et de faire connaître leur point de vue sur l'avenir de l'entreprise.

Cette tradition d'importance a pour objet d'inaugurer le nouvel exercice financier, de démarrer le processus de planification et de célébrer les succès de l'année écoulée grâce à des réunions conviviales où tous les membres des différentes unités d'affaires sont invités à partager information, repas et conversation avec leurs collègues et les membres de la direction.

Lors de la tournée annuelle 2012, les membres en ont appris davantage sur l'intégration de Logica et sur la vision et les objectifs stratégiques de CGI pour l'exercice 2013. Conformément à la

tradition, Michael E. Roach, président et chef de la direction, et Serge Godin, fondateur et président exécutif du conseil, ont pris le temps, après chaque réunion, de répondre aux questions des membres.

### Centre d'expertise en mobilité mondiale

Le centre d'expertise en mobilité mondiale de CGI a été créé en 2010 afin d'offrir un cadre permettant de développer des modèles de déploiement des talents et de conditions de travail. Il s'agit d'un cadre flexible qui peut s'adapter à une grande variété de projets et de contrats et qui permet de gérer les exigences des pays hôtes, notamment en matière d'immigration et d'impôts, et de tenir compte des différences culturelles et des réalités sociopolitiques et financières de façon à exercer des activités à l'étranger tout en traitant les membres avec équité et respect.

CGI a mis en branle près de 300 nouvelles affectations internationales durant l'exercice 2012 et environ 530 membres travaillaient toujours sur des affectations internationales lors du dernier trimestre. Le centre d'expertise en mobilité mondiale de CGI travaille actuellement à l'harmonisation des pratiques et des processus de CGI et Logica en matière de gestion de la mobilité mondiale.

### Tournée annuelle 2012



### Favoriser la diversité en milieu de travail

Chez CGI, nous pensons qu'il est essentiel de créer un environnement de travail fondé sur l'équité en matière d'emploi.

Cette approche se reflète dans l'ensemble de nos pratiques en matière de ressources humaines afin de mieux répondre aux attentes de nos membres et de nos clients. Notre approche en

matière de diversité nous permet d'attirer, de recruter et de retenir les meilleurs talents, pour le bénéfice commun de nos clients et de CGI. La diversité est un atout essentiel pour nos relations avec nos clients; elle nous permet de mieux comprendre leurs besoins et donc de mieux y répondre.

## Répartition de l'effectif selon le sexe :



## Études de cas

### Semaine de sensibilisation au handicap

Cette année a eu lieu, en France, la 16<sup>e</sup> édition de la Semaine pour l'emploi des personnes handicapées. Cet événement a pour objectif de sensibiliser les entreprises et le grand public aux défis qu'affrontent les travailleurs en situation de handicap.

Durant cette semaine, plusieurs événements ont été organisés pour les membres de CGI en France. Par exemple, une collecte de bouchons en plastique a eu lieu pour le compte de l'association « Les bouchons d'amour ». Cette association récolte des bouchons en plastique qu'elle vend ensuite à un fabricant de palettes en plastique recyclé. Les fonds

ainsi récoltés sont mis à profit pour acheter du matériel pour sportifs handicapés, pour améliorer les conditions de vie des personnes en situation de handicap et pour contribuer à des activités humanitaires. Diverses actions de sensibilisation ont également été mises en place par nos membres. Parmi elles, un jeu-questionnaire sur le handicap, des formations diverses et des conférences de motivation animées par des personnes reconnues telles que Philippe Croizon, un athlète amputé des quatre membres qui a traversé la Manche à la nage en 2010, ainsi que les quatre détroits qui relient les cinq continents en 2012.

### Réseautage pour stimuler la carrière des femmes (les essenTielles)

Le réseau les essenTielles a été créé à Montréal en juin 2011 à l'initiative de quelques femmes membres de CGI. Ce réseau a pour but d'aider les femmes dans leur perfectionnement personnel et professionnel chez CGI.

Pour ce faire, le comité organise diverses activités telles que des conférences mettant en vedette des vice-présidentes de CGI dont la carrière est prestigieuse, des dîners-conférences au cours desquels des femmes de CGI présentent un projet professionnel qui leur tient à cœur et des événements de réseautage qui ont permis à plusieurs d'entre elles de trouver de nouveaux mandats stimulants. Le succès de ce réseau est possible grâce à la participation de toutes et grâce au soutien de la haute direction de CGI. Aujourd'hui, ce réseau compte près de 400 membres et au total, plus de 1 000 femmes ont participé aux activités organisées par les essenTielles.

**« Je sais que les femmes apportent une perspective unique et je suis pleinement conscient de l'importance de leur contribution actuelle et future au développement de CGI. Je continuerai d'appuyer des initiatives comme la vôtre qui ont pour but de mettre de l'avant des options intéressantes, tout en favorisant un dialogue ouvert. À mon avis, la structure de CGI convient parfaitement à l'avancement de**

**leaders axé sur le rendement. Et ce, peu importe que ce soit des hommes ou des femmes. En définitive, le facteur le plus important qui détermine votre réussite, c'est vous-même et non le fait que vous soyez un homme ou une femme. »**

**Michael E. Roach**

Président et chef de la direction, CGI



## Perspectives d'avenir

Nous nous engageons à :

- continuer à assurer un parcours de carrière propice à l'enrichissement professionnel de nos membres grâce à nos programmes de formation et aux rencontres individuelles;
- approfondir notre culture d'actionnaire-proprétaire. Dans le cadre de l'intégration de Logica, ces nouveaux membres vont progressivement être invités à participer au Plan de participation aux profits de l'entreprise;
- déployer Oxygène, le programme de santé et de mieux-être de CGI, dans tous nos emplacements;
- veiller à la bonne intégration de nos membres actuels et futurs. L'intégration des nouveaux membres issus de Logica est une priorité stratégique pour CGI. Dans l'optique de transmettre les valeurs et les processus de CGI aux nouveaux membres, un plan de formation a été défini. Au moment de la publication de ce rapport, la première phase consistant à former l'ensemble de nos 41 000 nouveaux membres aux principes du Cadre de gestion du partenariat membre est bien entamée.



# Contribuer à l'essor de nos collectivités

Chez CGI, nous avons à cœur les collectivités dans lesquelles nous vivons et travaillons. Nous prenons les compétences qui font de nous un chef de file des services en TI, soit la résolution de problèmes, la créativité et le dévouement, et les mettons à profit pour changer les choses et innover. Par des activités bénévoles et des investissements financiers, nous nous engageons à contribuer à ces causes qui améliorent le bien-être de nos collectivités.

Le modèle d'affaires de CGI, axé sur la proximité, fait en sorte que nous entretenons des liens étroits avec nos clients et les collectivités où nous sommes présents. Nous savons d'expérience qu'un service axé sur la proximité profite à chacun d'entre nous. Année après année, des équipes de CGI, partout dans le monde, contribuent au développement communautaire en donnant temps et expertise aux causes leur étant chères.

## Bénévolat et mise à profit du talent de nos membres

Les membres de CGI soutiennent des collectivités partout dans le monde. C'est dans ce contexte que CGI a conclu des partenariats avec des organismes sans but lucratif, près de nos bureaux et qui permettent à nos membres de participer personnellement à des projets qui favorisent l'évolution des collectivités locales.

Chez CGI, chaque membre peut agir pour faire avancer une cause qui lui tient particulièrement à cœur. Notre philosophie est de nous engager dans une démarche avantageuse à tous les égards, autant pour nos membres que pour les communautés que nous accompagnons. Ainsi, nos membres sont en mesure d'apporter une contribution concrète et tangible.

### Études de cas

#### Mentorat d'immigrants qualifiés

En 2012, lors de l'événement relatif à son programme de mentorat, l'organisme Toronto Region Immigrant Employment Council (TRIEC) a rendu hommage à des bénévoles exceptionnels, qu'ils soient des chefs de file du monde des affaires ou des particuliers, pour leur participation à des projets de mentorat.

Le programme de mentorat permet de jumeler des immigrants qualifiés nouvellement arrivés au Canada à des professionnels aguerris afin d'établir des relations de mentorat axé sur les domaines de spécialisation. Les mentors offrent des conseils propres à la recherche d'emploi, au secteur d'activité et au réseautage, ce qui permet aux immigrants qualifiés de tisser un nouveau réseau de relations professionnelles au Canada. En 2012, le TRIEC a souligné la participation de CGI à 100 mentorats professionnels.

**« Il n'y a que des avantages à être un mentor. D'un point de vue professionnel, les projets de mentorat permettent à CGI de tirer parti de nouveaux bassins de professionnels de talent et des nouvelles compétences qu'ils apportent. Et d'un point de vue personnel, ils vous forcent à observer sous un jour nouveau votre milieu de travail, les normes, les limites et attentes imposées, et à réfléchir à leurs répercussions sur vos activités. Pour CGI, le mentorat d'immigrants qualifiés nouvellement arrivés au Canada constitue une excellente façon de contribuer au mieux-être de la collectivité. »**

**Michael Grahlman**

Directeur, analyse des systèmes de gestion, CGI

#### Soutien à des activités et des programmes locaux destinés aux étudiants en Inde

Le partenariat entre CGI et l'école publique Yemlur constitue un exemple parfait de partenariat durable. Située dans une collectivité à proximité des bureaux de CGI à Bangalore, cette école permet aux membres de CGI de faire des dons caritatifs et de contribuer à titre de bénévole en fonction de leur expertise.

Fréquentée par des enfants défavorisés, l'école a besoin d'un soutien extérieur pour créer un environnement propice à l'apprentissage et au développement des étudiants. Les membres de CGI collaborent étroitement avec les administrations scolaires, les organismes communautaires et les autorités locales afin d'offrir des programmes et des activités aux étudiants. Depuis les trois dernières années, CGI a doté l'école d'un laboratoire informatique et des bénévoles de CGI donnent chaque semaine des cours d'informatique aux étudiants, en respectant un curriculum établi. Tout au long de l'année, d'autres activités sont organisées par CGI : des ateliers

pour les enseignants, des festivals, des activités artistiques et sportives, ainsi que des campagnes de dons de livres. De plus, nous prévoyons mettre sur pied une bibliothèque et offrir des cours d'anglais.



## Partenariats pour permettre aux gouvernements de s'acquitter de leur mission

L'Initiative de CGI pour un gouvernement collaboratif constitue un projet de politique publique lancé par CGI en partenariat avec des établissements universitaires de renom aux États-Unis. Créée en 2008, l'Initiative a pour mission de mettre de l'avant des occasions de leadership intellectuel et de collaboration entre le gouvernement et le milieu universitaire ainsi que les secteurs privé et à but lucratif. Elle favorise l'examen des enjeux les plus difficiles avec lesquels l'État doit composer, y compris la cybersécurité, les déficits budgétaires et les soins de santé.

Cette initiative repose sur la participation de chercheurs internes, tous d'anciens cadres de haut niveau du gouvernement et d'établissements universitaires tels que Virginia Tech, l'Université Johns Hopkins, l'Université George Mason et l'Université du Maryland. L'Initiative permet également la publication de rapports, l'organisation de webinaires, la production de vidéos et de balados, la commandite d'événements et la diffusion d'un bulletin électronique. La publication de prestige de l'Initiative, Leadership, donne la parole aux dirigeants de divers organismes qui abordent, avec un regard neuf, les défis que le gouvernement doit surmonter.

Cliquez sur les liens pour accéder aux [publications](#), aux [résumés des événements et des webinaires](#), aux [vidéos et aux commentaires d'experts](#),

ainsi que pour vous [abonner](#) for the e-newsletter, [Collaborative Government Today](#). Veuillez noter que tous les liens vous dirigent vers des pages offertes en anglais seulement.

« L'Initiative de CGI pour un gouvernement collaboratif est un exemple probant de l'engagement de CGI à créer une valeur ajoutée pour le secteur public en repérant les meilleures pratiques et les points de vue de spécialistes en vigueur, et en les diffusant largement. Cette initiative permet à CGI de regrouper des experts afin de partager des solutions, existantes et nouvelles, pour relever les défis liés à notre secteur. En 2012, par exemple, nous avons réuni certains des plus grands chefs de file du gouvernement fédéral et du secteur public pour examiner comment chacun compose avec les enjeux de sécurité découlant de la croissance exponentielle des appareils mobiles. »

### Molly O'Neill

Vice-présidente, CGI Federal et ancienne administratrice adjointe et chef de la direction informatique de l'Agence pour la protection de l'environnement (Environmental Protection Agency ou EPA) aux États-Unis

## Le gouvernement français reconnaît l'engagement de CGI à l'égard de l'environnement

En février 2012, le ministère français de l'Écologie, du Développement durable, des Transports et du Logement a organisé la deuxième édition des Trophées du mécénat d'entreprise. L'objectif de cette remise de prix est de développer le mécénat environnemental en récompensant des projets favorables à l'environnement et au développement durable en France. Cette deuxième édition des Trophées du mécénat d'entreprise a récompensé 12 projets remarquables dont le programme BioLit de l'association Planète Mer, soutenu par CGI.

BioLit est un programme national de science participative sur la biodiversité littorale qui permet aux citoyens de travailler auprès des scientifiques. Dans le cadre de ce mécénat de compétences, les équipes de CGI ont développé une plateforme informatique collaborative ainsi que des applications pour téléphones intelligents et tablettes. Grâce à cette plateforme, les citoyens ont la possibilité de photographier les espèces observées sur le littoral, de recueillir des données par l'entremise de protocoles simples et accessibles et de les transmettre directement aux scientifiques à l'aide de leur téléphone mobile. La plateforme permet ensuite aux scientifiques de profiter d'une

riche mine d'information et de procéder à des analyses, pour ainsi effectuer un meilleur suivi de l'évolution de la biodiversité littorale.



## Concours d'études de cas pour contribuer au développement de futurs dirigeants

Le Concours international d'études de cas MBA John-Molson est un événement sans but lucratif organisé par une équipe de quatre étudiants en maîtrise en administration des affaires (MBA) de l'école de gestion John-Molson de l'Université Concordia. Le concours est ouvert aux meilleures écoles de gestion du monde et est le plus important du genre. Le concours prend la forme d'un tournoi à la ronde au cours duquel les étudiants doivent étudier cinq cas de gestion. L'un des cas est réel et est présenté en direct par une entreprise de premier plan. En 2012, CGI a commandité l'événement et a présenté le cas en direct. De plus, certains membres de la haute direction de CGI ont agi comme juges et présentateurs.

En 2012, 230 étudiants au MBA de partout au monde se sont réunis à Montréal pour le Concours international d'études de cas MBA John-Molson au cours duquel ils ont étudié l'avenir de CGI, à l'invitation de Douglas McCuaig, vice-président exécutif des Services mondiaux de transformation. Durant sa présentation aux 36 délégations d'étudiants provenant de onze pays, M. McCuaig a demandé aux participants de

formuler des recommandations concernant la stratégie de mise en marché de l'entreprise, ses orientations et ses investissements, compte tenu de l'évolution actuelle du marché.

« Les étudiants au MBA apportent un élément stratégique aux entreprises, comme CGI, qui utilisent la technologie pour résoudre des problèmes de gestion. Je pense que leurs jeunes et vifs esprits peuvent mettre de l'avant des perspectives de croissance et, selon moi, certaines de ces idées peuvent se transformer en possibilités d'affaires réelles et stratégiques pour des entreprises comme CGI. »

### Lorne Gorber

Vice-président principal, Communications et relations avec les investisseurs, CGI

## Partage de connaissances grâce au projet Planète Urgence

Planète Urgence est un organisme sans but lucratif qui soutient et favorise l'indépendance des personnes et la protection de l'environnement en partageant le savoir-faire, en stimulant la formation et en procurant un soutien technique partout dans le monde. Par l'entremise de cet organisme, et avec le soutien de CGI, Nicolas Berlemont a participé à un programme de bénévolat d'entreprise à l'étranger pendant plusieurs semaines au Bénin. Il avait pour mandat d'utiliser ses connaissances en informatique pour encadrer trois groupes de citoyens : des travailleurs, des chercheurs d'emploi et des étudiants universitaires.

« Les compétences que je leur ai enseignées sont semblables à celles que j'utilise lorsque je travaille comme expert-conseil : écouter afin de bien comprendre les besoins de la clientèle, s'adapter en fonction de ces besoins, transmettre ses connaissances, satisfaire les attentes et faire preuve d'innovation. La réussite de ce projet tient à la forte participation des gens et à la grande coopération entre CGI, Planète Urgence et certaines ONG locales au Bénin », a précisé M. Berlemont.



## Investir dans les organismes sans but lucratif et collaborer avec eux

Chaque année, CGI verse environ 1 % de ses bénéfices avant impôt à des causes caritatives. Notre investissement et notre engagement communautaires s'inspirent du modèle d'affaires de CGI, axé sur la proximité de ses clients, qui structure ses activités autour de ses bureaux locaux. Ce modèle confère à nos unités d'affaires le pouvoir de choisir la meilleure manière de contribuer au bien-être de leur collectivité. En confiant aux équipes locales la responsabilité de gérer leur engagement communautaire, CGI

s'assure que les membres servent les intérêts à long terme de leurs collectivités et adaptent leurs activités pour répondre le mieux possible à leurs besoins. Par ailleurs, pour mettre à profit notre force collective, nous partageons également nos ressources et notre expertise avec des organismes nationaux et locaux.

## Études de cas

### Activité de financement pour le traitement contre le cancer et le soutien aux personnes atteintes



Aux Pays-Bas, deux équipes de CGI ont participé à d'importants événements sportifs pour recueillir des fonds : les événements Alpe d'HuZes et Roparun. Dans le cadre de l'Alpe d'HuZes, une équipe de sept cyclistes a gravi jusqu'à six fois la célèbre montagne française, l'Alpe d'Huez, et a recueilli 28 000 € (environ 37 000 \$ CA). Pour le Roparun, 24 collègues ont participé à une course de 41 heures entre Paris (France) et Rotterdam (Pays-Bas), parcourant ainsi 500 kilomètres et amassant 11 000 € (environ 14 600 \$ CA). Les fonds recueillis au cours de ces deux événements ont été entièrement consacrés à la recherche sur le cancer et au soutien des personnes atteintes.

### Aide apportée à Centraide/United Way pour bâtir des collectivités

Centraide est une organisation qui améliore la qualité de vie des gens et contribue à bâtir la collectivité en incitant les citoyens à l'action et en suscitant l'action concertée. Depuis 2005, CGI a reçu chaque année le prix « Un million de mercis » visant à récompenser les organismes ou entreprises qui, par leur générosité et les efforts de leurs membres, ont amassé plus d'un million de dollars pour Centraide au Canada. En 2012, les unités d'affaires de CGI au Canada ont encore une fois recueilli plus d'un million de dollars en organisant des activités de financement originales. À titre d'exemples, le bureau de Regina en Saskatchewan a participé à la Journée d'entraide de Centraide, le bureau de Saguenay au Québec a



organisé un concert-bénéfice avec des musiciens de CGI et le bureau de Victoria en Colombie-Britannique a été nommé finaliste pour la troisième fois pour le Prix de l'engagement de Centraide. Quant à la campagne organisée dans la région du Grand Montréal, elle a dépassé les objectifs fixés et a augmenté de 50 % le nombre de donateurs de l'an passé.



## Appui accordé à l'organisme Share Our Strength pour lutter contre la faim chez les enfants



Share Our Strength est un des organismes sans but lucratif les plus importants des États-Unis qui vise à combattre la faim chez les enfants. Sa campagne novatrice No Kid Hungry leur offre et leur fait connaître les aliments nutritifs dont ils ont besoin pour mener une vie saine et active.

Entre les mois d'octobre et décembre 2011, CGI a amassé près de 100 000 \$ US pour l'organisme Share Our Strength. Nous avons organisé des campagnes de financement originales telles que la production et la vente d'un livre de cuisine intitulé *Cooking with CGI*. Ce livre présente plus de 500 recettes proposées par les membres de CGI, le tout agrémenté de dessins réalisés par certains de leurs enfants âgés de 5 à 12 ans. Des membres de CGI ont également appuyé l'organisme par d'autres activités, telles que l'achat d'étiquettes-cadeaux de Share Our Strength et l'organisation de ventes de pâtisseries au profit du programme No Kid Hungry.

Le partenariat entre CGI et Share Our Strength s'est également traduit par du travail bénévole pour le programme No Kid Hungry. Par exemple, lorsque l'État du Maryland s'est associé à Share Our Strength, il a dû trouver le moyen de recueillir et d'analyser des données issues des programmes gouvernementaux de nutrition pour les enfants. CGI l'a aidé à relever ce

défi en développant un outil de gestion et de présentation des données, ce qui a permis au Bureau du gouverneur pour la jeunesse de suivre et de mesurer facilement les progrès réalisés pour mettre un terme à la faim chez les enfants du Maryland. CGI l'a aidé à relever ce défi en développant un outil de gestion et de présentation des données, qui a permis au Bureau du gouverneur pour la jeunesse de suivre et de mesurer facilement les progrès réalisés pour atteindre son objectif.

**« C'est un grand honneur pour CGI de s'associer à un organisme comme Share Our Strength. Nous sommes très fiers des efforts fournis par nos professionnels pour trouver des façons novatrices d'appuyer le travail de cet organisme et lui permettre de remplir sa mission en vue d'éliminer la faim chez les enfants aux États-Unis. Nous sommes engagés dans un partenariat à long terme et allons continuer nos activités de financement et notre contribution bénévole au cours des années à venir. »**

**Mark Boyajian**

Vice-président principal, CGI

## Commanditaire de la campagne Teddy Bear Affair de la Fondation Children's Aid pour les enfants défavorisés



Depuis plus de 15 ans, CGI est fière d'être un commanditaire majeur de la campagne Teddy Bear Affair de la Fondation Children's Aid. Dans le cadre de la campagne de 2012, la Fondation a recueilli 1,36 million \$ CA, soit le deuxième montant le plus important de son histoire.

Tout comme la Fondation, CGI croit à l'importance d'investir dans la jeunesse, surtout auprès des enfants défavorisés, afin de leur permettre de devenir des adultes confiants, créatifs et compatissants. C'est pourquoi cette année encore, CGI a demandé qu'une somme de 15 000 \$ CA de sa commandite soit dirigée vers le programme de lutte contre le décrochage de la Fondation Children's Aid à l'intention des enfants et jeunes à risque. En plus de la contribution de CGI, 15 membres de CGI de la région du Grand Toronto se sont portés bénévoles pour assurer le déroulement de la soirée organisée à cette occasion. L'investissement réalisé par CGI ainsi

que les dons et le bénévolat faits par ses membres ont permis à des milliers d'enfants et de jeunes de réussir autant à l'école que dans leur vie quotidienne. Ensemble, CGI et la Fondation de l'aide à l'enfance apportent de l'espoir là où le besoin se fait le plus sentir.



## Partenariat avec l'organisme Year Up afin d'accroître les compétences de jeunes adultes



Year Up est un organisme sans but lucratif qui offre à de jeunes adultes la chance d'acquérir des compétences et une expérience professionnelle auxquelles ils n'auraient autrement pas accès. CGI Federal a lancé ce partenariat en juillet 2009 en parrainant trois stagiaires de Year Up et est depuis un partenaire de l'organisme. Pour Year Up, ce partenariat est un franc succès.

**« Lorsque nous examinons les taux croissants de chômage chez les jeunes de 18 à 24 ans, nous saluons les entreprises novatrices**

**qui choisissent d'investir dans les talents présents dans la collectivité. Les anciens du programme de stages entre Year Up et CGI se sont révélés de merveilleux exemples pour leurs pairs et des leaders prometteurs dans leur domaine. Les stages chez CGI sont maintenant parmi les plus prisés du programme Year Up! »**

**Erin Regan Madden**

Directrice des stages, Year Up

## Parrainage d'une enfant en Inde

En 2011, CGI a participé à l'activité « Sponsor a girl » en Inde, organisée par plusieurs ONG telles que la SMILE Foundation, la Ashwini Charitable Trust, la Sulbha School for Mentally Retarded Children et la Aadarana Trust. « Sponsor a girl child » vise à offrir éducation et soins de santé aux enfants et aux jeunes défavorisés en Inde, et à améliorer leurs conditions de vie. CGI a versé 250 000 INR (environ 4 500 \$ CA) pour envoyer 59 enfants à l'école. De plus, CGI a invité, à l'occasion de la Journée internationale de la femme, des enfants et des étudiants de plusieurs ONG à visiter les bureaux

de CGI et leur a permis de rencontrer certains membres et de discuter avec eux. Plus de 300 membres à divers endroits (Bangalore, Hyderabad et Mumbai) ont recueilli 599 410 INR (environ 10 800 \$ CA) dans le cadre de cette activité qui a duré plusieurs jours et qui s'est avérée un franc succès.

### Cyclo-défi contre le cancer

Près de 2 000 cyclistes se sont rassemblés à Montréal, le 7 juillet 2012, pour entreprendre un périple de deux jours à vélo jusqu'à Québec, au profit de la recherche et des traitements visant à éliminer le cancer. Et parmi eux, il y avait 60 membres de CGI qui, avec une contribution financière de CGI, ont recueilli 150 000 \$ CA pour la cause.

2012 marquait la quatrième année du Cyclo-défi Enbridge contre le cancer à Montréal. Cette année, l'événement a rapporté plus de 7 millions \$ CA, un record historique pour un événement cycliste de ce genre au Québec. En quatre ans, il a permis de récolter plus de 26 millions \$ CA.

Les 7 millions \$ CA seront remis au Centre du cancer Segal de l'Hôpital général juif et serviront à financer la recherche et les soins partout au Québec.

Serge Godin, fondateur et président exécutif du conseil de CGI, était coprésident de l'événement de 2012. CGI a également fait un don à chaque coureur de CGI, qui devait recueillir un minimum de 2 500 \$ CA, et a équipé chacun d'une tenue de cycliste sur mesure, aux couleurs de CGI.

« Nous avons tous passé un bon moment et trouvé stimulant de parcourir les 230 kilomètres à travers le paysage vallonné de Montréal

à Québec. Mais surtout, nous avons été inspirés par tous ceux qui étaient avec nous, en particulier par les cyclistes qui ont survécu au cancer et qui avaient accroché des fanions jaunes à leur vélo. »

#### Michael Tevel

Chef de service, Marketing mondial, Informatique en nuage et infrastructure, CGI



## Établir des partenariats avec nos clients pour soutenir des causes caritatives

Les partenariats de CGI avec ses clients vont bien au-delà de l'offre des solutions technologiques et d'affaires nécessaires à leur croissance. Ils comprennent également le soutien des

causes caritatives qui leur sont chères et qui contribuent au bien-être des collectivités où nous exerçons nos activités.

### Études de cas

#### Collecte de bouteilles avec The Beer Store pour lutter contre la leucémie



CGI ne fournit pas que des services d'implantation des TI à The Beer Store. Nous avons également participé à sa campagne annuelle de collecte de bouteilles consignées contre la leucémie, qui a pour but de recueillir des fonds au profit de la Société de leucémie et lymphome du Canada. Les membres de CGI consacrent un week-end, chaque année, à récupérer des bouteilles pour la cause, dans le cadre de la campagne qui a permis d'amasser des millions pour lutter contre la leucémie.

#### Coprésidence de CGI et de Bell à la plus importante activité de financement au profit de la santé mentale au Québec

CGI a annoncé en 2012 sa coprésidence à l'événement du Bal des lumières, la plus importante activité de financement au profit de la santé mentale au Québec. Le Bal des lumières, qui a eu lieu le 20 mars 2013 au Centre Bell de Montréal, a permis de recueillir des fonds pour la Fondation de l'Hôpital Louis-H. Lafontaine, la Fondation des maladies mentales et la Fondation de l'Institut universitaire en santé mentale Douglas.

« Au cours des deux dernières années, nous avons réalisé des progrès majeurs en termes d'efforts pour souligner l'importance de la santé mentale tout en éliminant la stigmatisation qui entoure

la maladie mentale, a déclaré M. Godin. Collectivement, nous sommes déterminés à franchir le prochain pas en vue de convertir la sensibilisation à la maladie mentale — qui touche après tout un sur cinq d'entre nous — en financement essentiel pour ces trois grands organismes en santé mentale au Québec. »

#### Serge Godin

Fondateur et président exécutif du conseil, CGI



## Favoriser le développement économique

Consciente du rôle que CGI peut jouer pour favoriser le développement économique, l'entreprise a adopté une stratégie qui consiste à investir dans la mise en place de centres de services informatiques complets dans de petites collectivités. Les services offerts dans ces collectivités, au pays, font partie intégrante du modèle mondial de prestation de services de CGI qui offre des solutions les mieux adaptées que ce soit sur place, au pays, sur le continent ou à l'international. Ces centres de

services respectent des normes rigoureuses et emploient du personnel talentueux. En plus d'offrir des services informatiques de qualité à des tarifs généralement sous la moyenne de ceux des marchés métropolitains, ces centres satisfont aux normes rigoureuses du gouvernement ainsi qu'aux exigences commerciales en matière de sécurité, et offrent des services informatiques complets de gestion des processus d'affaires.

### Études de cas

#### Création d'emplois pour les anciens combattants au centre de prestation de services de CGI de Belton, au Texas

CGI a déjà l'habitude d'embaucher d'anciens combattants et nous continuons de recruter du personnel qualifié parmi les anciens militaires. En novembre 2011, CGI a ouvert, à Belton au Texas, son troisième centre de prestation de services en TI aux États-Unis. Le centre se trouve à proximité de Fort Hood, la plus grande installation militaire américaine, où plus de 800 soldats quittent l'armée américaine et prennent leur retraite chaque mois.

Le centre de Belton offre, autant aux clients gouvernementaux que commerciaux, des services de développement et de mises à l'essai d'applications, de réseau et de processus d'affaires. L'ouverture du centre permettra d'embaucher 350 professionnels en cinq ans et donnera ainsi l'occasion aux anciens combattants d'exploiter le leadership, l'expérience et le dévouement acquis au cours de leurs années de service militaire dans un environnement où ils seront en contact avec la clientèle.

Dans le cadre de nos efforts pour offrir davantage d'occasions d'emploi aux anciens combattants en vue de faciliter leur transition vers la vie civile et de préserver la stabilité de leur milieu familial, les programmes de recrutement de CGI axés sur les anciens combattants et la population militaire de Fort

Hood et des alentours ont permis un taux d'embauche de personnes issues du monde militaire de plus de 50 % au centre de Belton. En 2012, l'organisme Workforce Solutions of Central Texas a décerné à CGI le titre d'entreprise de l'année, en grande partie pour nos efforts d'embauche d'anciens combattants et de membres de familles de militaires.

**« AT&T s'engage à favoriser la transition des militaires et de leurs familles en leur offrant de nouvelles occasions professionnelles dans leur région. L'emplacement du centre de CGI près de Fort Hood a été un facteur important dans la décision d'AT&T d'utiliser le centre pour soutenir sa prestation des services de réseau en mode délégué, a expliqué Paul Rosenbaum, vice-président principal, Services délégués, AT&T. Les anciens combattants représentent près de 30 pour cent de la population de Fort Hood. Il s'agit d'un bassin de candidats qui comprennent ce qui signifie le travail d'équipe et y attachent une grande importance. »**

**Paul Rosenbaum**

Vice-président principal, Services délégués, AT&T

#### CGI, partenaire majeur de l'Association sportive montferrandaise Clermont Auvergne

Le partenariat entre CGI et un club de rugby à XV basé à Clermont-Ferrand, l'Association sportive montferrandaise (ASM), est un excellent exemple de la proximité que CGI a su établir avec la région Clermont Auvergne. En tant que partenaire principal de l'ASM depuis 2009, CGI fait aujourd'hui partie intégrante de la vie économique clermontoise. CGI s'est établie à Clermont-Ferrand il y a plus de dix ans pour offrir à ses clients la présence d'équipes locales, responsables de leur satisfaction et de leur succès. Notre partenariat avec l'ASM nous a permis d'entretenir des liens étroits avec cette région et d'illustrer les valeurs que nous partageons avec l'ASM, soit la collaboration, l'esprit d'équipe et la force de l'engagement. À l'image de notre présence mondiale, notre logo est visible aux quatre coins de

l'Europe sur le maillot de l'ASM lors des matches de la Coupe Heineken (« H Cup »), la plus importante compétition annuelle européenne de rugby à XV disputée par des équipes d'Angleterre, d'Écosse, de France, d'Irlande, d'Italie et du pays de Galles. En effet, CGI a décidé d'associer son image à celle de l'ASM puisque c'est une équipe phare du rugby français qui joue un rôle de premier plan dans le rugby professionnel sur la scène européenne, qu'elle est soutenue depuis longtemps par Michelin – notre partenaire de longue date – et que, au-delà de ses performances sportives, elle bénéficie de l'appui d'une foule de partisans clermontois.

## Perspectives d'avenir

En 2013, nous continuerons :

- de faire profiter bénévolement aux organismes sans but lucratif de nos compétences, de notre expérience et de notre expertise;
- d'offrir, lorsque possible, des occasions de bénévolat local à nos membres et de les encourager à y participer;
- de créer un réseau interne d'ambassadeurs, capables de faire connaître leurs expériences vécues au sein de la collectivité;
- d'appuyer les programmes communautaires de nos clients.



# Contribuer à la croissance et au succès de nos clients

Dans le monde entier, les entreprises et les gouvernements doivent composer avec des défis considérables quand il s'agit de formuler, d'harmoniser et de respecter la réglementation environnementale ainsi que d'élaborer et de mettre en œuvre des pratiques d'affaires « vertes ». Les solutions de gestion de l'environnement et d'efficacité énergétique de CGI combinent nos solutions d'avant-garde en TI, une connaissance approfondie du secteur environnemental et énergétique ainsi que des approches de pointe d'échange de données pour aider nos clients à faire face à ces défis.

Depuis 36 ans, CGI soutient les efforts de ses clients pour détecter les risques qui planent sur la qualité et la sécurité de l'environnement, les repérer, les régler et y réagir, pour réduire la consommation d'énergie et pour préserver les ressources naturelles. Par le fait même, nous les aidons à contribuer au bien-être de leurs clients et des citoyens. Ces démarches permettent à CGI d'arrimer de bonnes habitudes d'affaires à une incidence positive et durable pour nos partenaires.

## Offrir des solutions et des services durables

Dans un contexte économique difficile, nous fournissons des conseils et des solutions stratégiques qui aident nos clients à assurer leur croissance commerciale, tout en offrant des avantages environnementaux et sociaux. Notre offre axée sur la durabilité repose sur des décennies d'expérience dans les secteurs manufacturier, gouvernemental, de la santé, des services publics, du transport et de la logistique. Elle couvre aussi bien la création de réseaux électriques intelligents et de solutions de gestion efficace de l'énergie, que le développement de systèmes de transport durables et novateurs, et la mise à profit de nouvelles possibilités dans des chaînes d'approvisionnement durables.

Ces services profitent aux consommateurs et citoyens que nos clients servent. En plus de contribuer à l'image de marque, ils sont bénéfiques pour l'ensemble de l'économie. Nous réussissons à offrir une valeur ajoutée parce que :

- nous travaillons avec nos clients pour créer avec eux des services axés sur la durabilité pour leurs citoyens et clients;

- nous innovons dans des domaines reliés à l'énergie, à la mobilité et au bilan carbone. Nos innovations quant à la recharge des véhicules électriques et à la surveillance des émissions en sont un exemple;
- nous affichons un bilan solide en matière de durabilité. Nous mettons à profit, dans les services que nous offrons à nos clients, les connaissances acquises grâce à nos programmes internes.

**VERDANTIX**

Verdantix, un cabinet d'analystes indépendant qui fournit des données, des analyses et des conseils à ses clients pour les aider à résoudre certains défis en matière de durabilité, classe CGI comme chef de file en ce qui concerne la conception et la mise en œuvre de systèmes informatisés d'aide à la gestion de l'énergie et de l'environnement.

## Offre de services

### Gestion de l'énergie



- Surveiller et réduire la consommation d'énergie
- Répondre aux besoins d'énergie en s'approvisionnant à des sources plus durables
- Optimiser l'offre et la demande énergétiques des réseaux intelligents

### Mobilité durable



- Réaliser des gains d'efficacité dans la chaîne d'approvisionnement
- Modifier les comportements, notamment en utilisant des moyens de transport durables
- Réduire les transports et ressources logistiques et l'incidence des émissions



## Services d'infrastructure TI écologiques



- Tirer profit de centres de traitement des données écologiques, novateurs et écoénergétiques, qui adhèrent aux normes les plus élevées en matière de qualité et de sécurité
- Favoriser l'innovation, la flexibilité et les économies, tout en procurant la sécurité, la disponibilité et la performance grâce à des services d'informatique en nuage

## Réduction des émissions de carbone et de la consommation de papier



- Gérer et réduire l'empreinte carbone de façon rentable
- Accélérer la transition vers une économie faible en émissions de gaz à effet de serre
- Réduire la consommation de papier en demandant à nos services de gestion des documents de les intégrer dans un environnement numérique
- Offrir des options d'impression durables

Pour obtenir des renseignements supplémentaires sur nos solutions, consultez [cgi.com/solutions-gestion-environnement](http://cgi.com/solutions-gestion-environnement). Veuillez noter que tous les liens de la section concernant les gouvernements pointent vers des pages offertes en anglais seulement.

## Gestion de la conformité et de la réglementation



- Formuler, harmoniser et respecter la réglementation environnementale, élaborer et mettre en œuvre des pratiques d'affaires « vertes »
- Détecter les risques qui planent sur la qualité et la sécurité de l'environnement, les surveiller, les régler et y réagir

## Services de durabilité à l'intention des gouvernements



- Accroître l'efficacité et la durabilité tout en améliorant la transparence, la responsabilisation fiscale et la collaboration
- Intégrer les technologies les mieux adaptées pour la collecte et l'analyse de données, la gestion de l'énergie, l'informatique en nuage, la cybersécurité, la transparence du gouvernement et les services aux citoyens
- Réduire la consommation, prendre des décisions éclairées en matière d'investissements et concevoir des espaces de travail modernes grâce aux solutions informatiques de CGI pour installations écoénergétiques
- Intégrer au Climate Registry les systèmes de production de rapports environnementaux fédéraux et d'États, ainsi que les portails et interfaces d'échange de données



« Les projets en matière d'énergie et d'environnement que nous avons réalisés pour des dizaines de gouvernements fédéraux, nationaux et d'États et de nombreux clients commerciaux ont permis à CGI d'acquérir toute l'expertise sectorielle requise en TI pour relever une vaste gamme de défis en matière de durabilité. »

### Molly O'Neill

Vice-présidente, CGI Federal et ancienne administratrice adjointe et chef de la direction informatique de l'Agence pour la protection de l'environnement (Environmental Protection Agency ou EPA) aux États-Unis

## Faits saillants

- Le service Smart Data de CGI fournit des solutions de gestion des compteurs intelligents à cinq des six fournisseurs d'énergie au Royaume-Uni.
- 1 million de ménages suédois ont accès à l'application de gestion de la consommation énergétique de CGI depuis leur mobile, ce qui leur permet de comparer leur consommation à celle de leurs pairs.
- CGI exploite et maintient le système central d'échange de données de l'Environmental Protection Agency (EPA) des États-Unis, où des millions de données environnementales sont échangées entre l'agence et les fournisseurs.
- Le système de gestion des sources d'énergie renouvelables de CGI permet à EDP, un exploitant d'électricité du Portugal, de centraliser la gestion de plus de 2 000 éoliennes en Europe et aux États-Unis.
- CGI a été le premier à mettre en place en Europe un système interopérable de bornes de chargement de voitures électriques à l'échelle nationale. Notre logiciel pour les services gouvernementaux de l'informatique gère 2 300 bornes de chargement aux Pays-Bas.
- La solution Ibor de CGI gère le système de gradation de l'intensité lumineuse de 7 730 lampadaires aux Pays-Bas, ce qui permet de réaliser des économies d'énergie annuelle de 90 \$ CA par lampadaire.
- 10 États américains utilisent TEMPO, la plateforme de gestion environnementale de CGI, pour permettre aux organismes de

réglementation environnementale d'atteindre leurs objectifs en matière de protection de l'environnement.

- Des clients utilisent l'outil ProSteward de CGI pour soutenir leurs activités dans un grand nombre de pays. L'outil ProSteward est une plateforme de conformité réglementaire qui permet de respecter les normes comme REACH, le SGH et le TSCA.
- Depuis plus de 15 ans, CGI conseille ses clients en matière d'élaboration de processus d'affaires et de stratégie technologique pour les fonctions liées à la gestion de

l'eau. Le savoir-faire et l'expérience de CGI comprennent la gestion des sources d'eau comme les lacs, les rivières et les réservoirs, ainsi que les eaux souterraines (aquifères). CGI aide ses clients à gérer, notamment, leur consommation générale d'eau, l'irrigation, le contrôle de la qualité de l'eau selon le principe de charge quotidienne maximale totale, le contrôle des rejets et les diverses exigences de surveillance du milieu ambiant conçues pour protéger la santé humaine et animale.



« Nos offres favorisent l'efficacité énergétique et elles permettent d'assurer une gestion durable du risque, d'améliorer la réputation de ses utilisateurs, de respecter la nouvelle réglementation et de générer de nouveaux revenus en offrant plus de produits et de services durables. »

## Melba Foggo

Vice-présidente, services-conseils, CGI

## Aider les clients à améliorer leur performance en matière de durabilité

Le succès d'un projet pour CGI et ses clients dépend de la relation de partenariat établie avec ces derniers. Les études de cas qui suivent illustrent comment notre collaboration avec nos clients leur a permis de réduire leur incidence sur l'environnement et d'améliorer le bien-être des citoyens grâce à nos services et solutions durables.

### Réduire l'incidence des activités de nos clients sur l'environnement Études de cas

#### La Southern Maryland Electric Cooperative fait appel à CGI pour le système de soutien de l'infrastructure de son réseau électrique intelligent

En 2012, la Southern Maryland Electric Cooperative (SMECO), une des dix plus grandes coopératives électriques détenues par des clients aux États-Unis, a retenu CGI en tant que principal intégrateur pour assurer la conception et la mise en œuvre de l'infrastructure du réseau électrique intelligent de SMECO.

Le partenariat de longue date de SMECO avec CGI s'est amorcé en 2004 avec la mise en œuvre de la solution PragmaSMART Outage et Mobile Workforce Management de CGI, que SMECO utilise pour gérer ses activités de distribution et offrir des capacités de reprise de service avancées.

En plus de l'installation de compteurs intelligents, pour lesquels SMECO doit obtenir l'approbation de la Maryland Public Service Commission, ces améliorations technologiques permettront à la coopérative de maintenir son

engagement à offrir un service électrique fiable, à améliorer son efficacité opérationnelle et à réaliser des économies pour ses clients membres.

« Grâce à l'engagement et à la vaste expérience de CGI, SMECO évoluera avec la mise en œuvre d'un réseau électrique intelligent pouvant aider nos clients à mieux comprendre et contrôler leur utilisation d'énergie. Cette intégration aidera SMECO à atteindre l'objectif EmPOWER Maryland fixé par le gouverneur Martin O'Malley et visant une réduction de 15 % de l'utilisation totale d'électricité par habitant d'ici 2015. »

David Johnson

Directeur des activités de compteurs, SMECO

#### CGI aide Orlando Utilities Commission à améliorer son efficacité opérationnelle et à réduire son empreinte écologique

La solution de gestion des équipes mobiles PragmaCAD de CGI a été mise en œuvre pour aider la deuxième plus importante entreprise de services publics municipale en Floride, Orlando Utilities Commission (OUC), à passer à une gestion sans papier des interactions entre ses équipes de répartition et de terrain.

Grâce à une connexion en temps réel, les capacités de capture de données automatisées de PragmaCAD ont contribué à l'élimination d'une montagne de paperasse et ont permis aux techniciens de l'OUC d'utiliser pleinement les données lorsqu'ils travaillent sur le site d'un client.

L'intégration d'une capacité de GPS à des fonctions de routage dynamique a permis d'avoir une vue instantanée de tout le personnel et de tous les véhicules, et ainsi d'améliorer considérablement le service à la clientèle et l'efficacité globale des activités, en réduisant la distance parcourue et donc les coûts de carburant et d'entretien du parc de véhicules. En éliminant les processus manuels sur support papier, l'OUC a également atteint des normes de protection et d'exactitude des données qui étaient auparavant inatteignables.



## Réduire l'incidence des TI sur l'environnement grâce au calculateur de carbone de CGI

Le calculateur de carbone de CGI est un nouvel outil offert en Europe qui permet à CGI d'estimer l'empreinte de carbone et les coûts reliés à ses services pour un client. Cet outil calcule les émissions de carbone de tous les services, de toutes les solutions et de tous les projets de CGI, qu'il s'agisse des frais de déplacement et d'hébergement ou de l'hébergement de serveurs dans nos centres de données, ce qui permet aux clients de comparer les différentes possibilités d'investissement autant sur le plan environnemental que financier. Par le fait même, les clients peuvent ainsi plus facilement atteindre à la fois leurs objectifs informatiques et environnementaux.

La ville de Västerås, en Suède, est le premier client de CGI à utiliser le calculateur de carbone et cet outil lui a permis de déterminer les étapes à suivre pour réduire de 48 % ses émissions de carbone provenant de ses activités informatiques. CGI est responsable de tout l'environnement de TI de la ville; elle assure la gestion des infrastructures, du milieu de travail, des applications et des centres d'assistance, ainsi que des services d'impression. Grâce à son calculateur de carbone, CGI contribue à réduire autant que possible l'incidence sur l'environnement des activités informatiques de la ville.

Le calculateur de carbone utilise la norme la plus mondialement utilisée pour comprendre, quantifier et gérer les émissions de gaz à effet de serre :

le Protocole des gaz à effet de serre (« GHG Protocol »). En outre, le calculateur de carbone permet aux clients d'évaluer leurs répercussions environnementales sur les plans énergétique, immobilier, du transport et des déplacements pour déterminer la façon dont les modifications technologiques ou procédurales peuvent avoir une incidence sur les coûts et sur l'environnement.

**« CGI nous a aidés à mettre en place une structure de services en TI moderne. De plus, sa solution mesure et indique régulièrement l'incidence de nos activités informatiques sur l'environnement en fonction d'un certain nombre de paramètres prédéterminés, ce qui s'avère très utile pour la ville et nos citoyens. Pour atteindre nos objectifs environnementaux, il faut absolument que nos fournisseurs assument la responsabilité des répercussions environnementales des services qu'ils nous procurent. »**

**Mikael Lagergren**

Chef de la direction informatique, ville de Västerås, Suède

## Le planificateur d'itinéraire de CGI fait réaliser des gains d'efficacité à la ville d'Helsinki, en Finlande, tout en favorisant le développement durable

CGI a développé un planificateur d'itinéraire en ligne novateur pour les habitants d'Helsinki, en Finlande. Le service, qui a connu un succès immédiat auprès du public et remporté de nombreux prix, contribue à la protection de l'environnement. Le succès du Helsinki Journey Planner a été tel que d'autres villes de Finlande ont mis en place des systèmes similaires, qui utilisent également la technologie de CGI, et ont regroupé leurs services afin d'améliorer les déplacements interurbains au pays.

Le planificateur d'itinéraire repère les trois trajets les plus rapides pour effectuer un déplacement donné et estime le temps que prendra chacun d'eux, en tenant compte de tous les moyens de transport public, du vélo et de la marche à pied. Pour chaque itinéraire proposé, un indicateur de carbone s'affiche à l'écran et donne une estimation des émissions de carbone qu'entraînerait le même déplacement en voiture.

Le site utilise également un outil de cartographie qui signale les problèmes — des feux de signalisation en panne, un arbre tombé — et alerte automatiquement les ressources d'urgence afin de remédier rapidement à la situation. Le système est accessible à partir de téléphones mobiles et utilise l'information sur les perturbations pour améliorer la qualité du service.

Les fonctionnalités d'arrière-guichet du système permettent d'accéder rapidement aux données géographiques et temporelles de tous les moyens de transport public et de manier de multiples ensembles de données de manière réaliste, ainsi que d'accéder à un système de cartographie numérique de pointe. Elles s'assurent qu'aucune correspondance n'a

été manquée ou ne nécessite une attente excessive. Le système offre également une interface utilisateur claire et simple, qui permet aux voyageurs de saisir facilement leur point de départ et leur destination et de voir rapidement les meilleures options qui s'offrent à eux.

On estime que le planificateur de trajet d'Helsinki fait réaliser des économies équivalant à dix fois son coût d'exploitation et des études indépendantes font état d'une très grande satisfaction des utilisateurs. Dans l'ensemble, le système a fourni un service rapide, pratique, précis et écologique largement utilisé par les citoyens, et permet à la ville d'Helsinki et à d'autres villes finlandaises de réaliser des économies et des gains d'efficacité importants.

**« CGI a une équipe d'experts en déplacements enthousiaste qui s'intéresse véritablement au transport en commun et qui est très douée pour développer de nouvelles idées. En Finlande, les déplacements entre le domicile et le lieu de travail font partie intégrante de la vie des gens et beaucoup d'entre eux ont une très forte conscience écologique. Avec l'aide de CGI, nous avons mis en œuvre un système qui leur facilite la vie tout en favorisant la protection de l'environnement. »**

**Jari Honkonen**

Chargé de projets, Transport de la région d'Helsinki, Finlande

## CGI permet à Consumers Energy de gérer son portefeuille d'optimisation énergétique

Consumers Energy, une des plus grandes entreprises américaines fournissant à la fois des services d'électricité et de gaz naturel à près de 6,5 millions de foyers du Michigan, cherchait à obtenir un système pour assurer le suivi de l'optimisation énergétique et ainsi gérer efficacement son portefeuille d'optimisation d'énergie tout au long du cycle de vie, en plus d'obtenir des services d'hébergement et de gestion. Pour ce faire, elle s'est tournée vers CGI.

Les caractéristiques de ce partenariat avec CGI comprennent une interface utilisateur Web visant à rationaliser les processus d'affaires, la gestion des flux de travail pour suivre les tâches de projets, du premier contact avec le client jusqu'à l'achèvement du projet, et le téléchargement de données de masse pour les tierces parties, de même que des fonctions flexibles de présentation des données et d'extraction.

## Des maisons intelligentes aux Pays-Bas

CGI fournit un important logiciel de gestion énergétique pour la réalisation du projet Smart Home aux Pays-Bas, un projet pilote phare de maisons écoénergétiques et de réseaux intelligents.

Dr Ir. Han Slootweg, responsable de l'innovation chez Enexis, l'une des principales entreprises de réseaux énergétiques des Pays-Bas, et professeur à l'Université technique d'Eindhoven, a expliqué : « Ce projet a pour but d'étudier comment on pourrait créer une certaine flexibilité dans la demande énergétique des ménages. L'approvisionnement en énergie est de plus en plus variable, entre autres en raison de l'accroissement de la production d'énergie renouvelable, qui est décentralisée. En faisant correspondre l'offre et la demande, nous pourrions favoriser une croissance à grande échelle de l'énergie renouvelable, qui contribuera à l'écroulement des périodes de pointe et réduira la nécessité de futurs investissements dans les réseaux et les installations de production énergétique. Au cours de ce projet pilote, plus de 250 maisons de Zwolle seront équipées pour

que leurs habitants puissent surveiller et gérer de manière proactive leur consommation d'énergie. Leurs machines à laver intelligentes, par exemple, démarreront automatiquement au lever du soleil ou lorsque les tarifs d'électricité sont les plus bas, selon les indications du réseau intelligent. »

À propos de la contribution de CGI au projet, le professeur Slootweg a ajouté : « Le système central de gestion énergétique de CGI a fait ses preuves au cours de tests exhaustifs. Ce système, qui gère l'offre et la demande, fournit des indices aux ménages afin d'optimiser leur efficacité et leur consommation énergétiques. Ces résultats, ainsi que l'excellente collaboration de nos ingénieurs et de ceux de CGI, nous ont poussés à choisir CGI en tant que partenaire dans ce projet. »

## Améliorer le bien-être des citoyens Études de cas

### Les Pays-Bas mettent en place un système de police communautaire développé par CGI, à l'échelle du pays

Soucieuse d'offrir aux citoyens la possibilité de contribuer de manière plus active à la sécurité de leurs quartiers, la police néerlandaise a élaboré un concept de police communautaire, baptisé « Burgernet ». Le concept comprend la mise sur pied d'un réseau de citoyens, grâce auquel ces derniers peuvent intervenir en cas de crime, de disparition de personnes ou d'autres alertes de sécurité, afin d'aider la police à enquêter et à résoudre les incidents rapidement.

En travaillant en étroite collaboration avec l'organisation de Burgernet et la police néerlandaise, CGI a développé un système intégral qui réunit les citoyens participants, la police et les municipalités. Lors d'un projet pilote réalisé dans neuf municipalités, le système a remporté un tel succès que le gouvernement néerlandais a décidé de l'utiliser à l'échelle du pays.

En 2012, il a été mis en œuvre dans 382 municipalités et, aujourd'hui, plus d'un million de personnes y participent. Tous les postes de contrôle de la police néerlandaise sont à présent reliés au système Burgernet et forment ainsi un réseau qui couvre le pays entier.

Le réseau Burgernet a contribué de manière considérable à la sécurité des quartiers. En moyenne, 14 % des alertes lancées sur Burgernet conduisent directement à l'arrestation du suspect ou permettent de retrouver la personne disparue. Les participants apportent par ailleurs une précieuse contribution aux enquêtes policières. On dénombre actuellement plus de 1 000 interventions Burgernet par mois, dont 600 interventions critiques et 400 préventives.

Le système permet d'alerter les citoyens participants en leur envoyant des messages vocaux ou des messages texte. Ils peuvent ensuite appeler Burgernet pour fournir des renseignements et ils sont immédiatement mis en contact avec les policiers, qui tiennent compte de leurs renseignements lors de l'enquête.

Le système multimédia est facile à utiliser et répond à des normes de sécurité rigoureuses, qui assurent l'anonymat des participants. Grâce à son architecture ouverte, le système peut être utilisé non seulement par la police, mais aussi par les autres services d'urgence.

CGI assure la maintenance du système et y ajoute régulièrement de nouvelles fonctionnalités. Nous faisons par ailleurs partie d'un groupe directeur stratégique chargé de conseiller la police et les municipalités en ce qui a trait à l'évolution de Burgernet.

**« Lors de la mise en œuvre de Burgernet, toutes nos attentes et prévisions ont été surpassées. Burgernet fonctionne! »**

**Ivo Opstelten**

Ministre de la Sécurité et de la Justice, Pays-Bas

### CGI aide le président Obama à gérer la crise de l'ouragan Sandy

[Ready.gov](http://Ready.gov) est un site Web du gouvernement américain ayant pour but de fournir aux citoyens américains les connaissances nécessaires afin de se préparer et de réagir adéquatement aux urgences et aux désastres naturels. Le site Web est géré et hébergé par CGI et a été recommandé à plusieurs reprises par le président Barack Obama durant la crise de l'ouragan Sandy

qui a touché la côte est des États-Unis en novembre 2012. D'ailleurs, malgré l'important achalandage, le site n'a pas connu d'interruption puisqu'il est hébergé en nuage, sur une plateforme sécurisée.

## Partenariat avec les Centers for Medicare & Medicaid afin de transformer le site Medicare.gov

Medicare est un régime d'assurance maladie du gouvernement fédéral des États-Unis qui couvre 48 millions de personnes, âgées principalement de 65 ans et plus. Il est administré par les Centers for Medicare & Medicaid Services (CMS), un client de longue date de CGI.

CMS a confié d'importants projets de technologies de l'information à CGI, notamment pour des sites Web publics tels que [Medicare.gov\\*](#), le site officiel du régime de santé et l'un des plus importants sites Web du gouvernement fédéral. En 2011, Medicare.gov a été utilisé par plus de 27 millions de visiteurs uniques et ComScore l'a classé au troisième rang des meilleurs sites Web gouvernementaux dans son [rapport Best of the Web\\*](#).

En 2012, [CGI et CMS ont travaillé ensemble](#) afin d'améliorer l'accessibilité et la clarté du contenu de Medicare.gov. Au cours de la reconfiguration du site, CGI a mis l'accent dans un premier temps sur une conception adaptée aux appareils mobiles afin que son contenu puisse être visualisé de manière optimale sur n'importe quel appareil, et dans un second temps sur une approche centrée sur les fonctions que l'utilisateur utilise le plus couramment pour trouver de l'information.

Les mises à niveau des sites Web de CMS sont fondées sur un cadre de gestion des ressources Web novateur, un répertoire partagé de codes et d'images élaboré en partenariat par CGI et CMS. Le cadre de gestion encourage la réutilisation des meilleures pratiques en matière de codage et des techniques de développement. Le nouveau site [Medicare.gov](#) a été

développé en grande partie à partir de ces ressources, qui sont mises à la disposition d'autres sites Web fédéraux du domaine de la santé ainsi que du [système d'échange d'information en matière d'assurance maladie soutenu par le gouvernement fédéral](#).

**« Le nouveau lancement de Medicare.gov est la première étape d'une série de mises à niveau des sites Web publics de CMS qui permettront d'améliorer l'expérience utilisateur tout en augmentant l'efficacité des sites grâce à une réutilisation des ressources. Le travail réalisé par CGI aide CMS à se conformer à la Stratégie numérique du gouvernement énoncée par le chef de la direction informatique fédérale, qui fait la promotion d'une approche centrée sur l'information et sur le client, et de l'utilisation de plateformes communes. »**

**John Booth**

Directeur, Web et nouveaux médias, CMS

*\* Veuillez noter que tous les liens suivis d'un astérisque pointent vers des pages offertes en anglais seulement.*

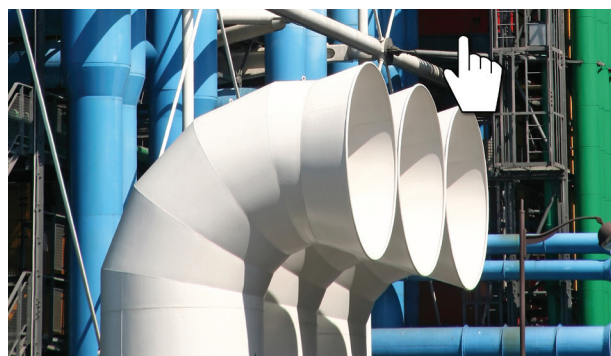
## CGI pilote la transformation numérique du Centre Pompidou, à Paris

Le Centre Pompidou, à Paris, est un centre culturel de renommée mondiale qui accueille le Musée national d'art moderne. Il a fait appel à CGI pour l'élaboration, la conception, la mise en œuvre et la gestion du changement d'un programme de transformation numérique, permettant aux visiteurs du site Web du musée de vivre une toute nouvelle expérience numérique et culturelle. Le projet s'est concrétisé en octobre 2012, lors de la mise en ligne du Centre Pompidou Virtuel, une plateforme novatrice qui permet d'accéder à la totalité du contenu numérique du Centre en mettant à profit les dernières technologies Web.

Cette plateforme en code source libre, qui intègre la technologie du Web sémantique, permet aux internautes de trouver facilement et rapidement de l'information au moyen de simples mots-clés. Grâce à l'établissement de liens sémantiques entre les sources de contenus que l'équipe de CGI a créés en collaboration avec les experts en arts, en histoire et en culture du Centre Pompidou, les visiteurs peuvent naviguer aisément entre les œuvres d'art, les artistes et les ressources littéraires et historiques.

Par l'entremise du Centre Pompidou Virtuel, le public a désormais accès à l'une des plus importantes collections d'art moderne et contemporain au monde, et les chercheurs ont accès à un large éventail de ressources documentaires. En outre, les visiteurs ont l'option d'enregistrer leurs ressources préférées, de contribuer à l'enrichissement du contenu et de partager leur expérience sur les médias sociaux.

**« En tant que mécène technologique de notre programme de transformation, CGI a fourni le savoir-faire et l'expérience en milieu**



**numérique dont nous avons besoin pour mettre à profit les technologies du code source libre et du Web sémantique afin de renforcer notre présence sur le Web et d'enrichir l'expérience utilisateur. Ce projet nous a permis d'offrir au public une plateforme virtuelle qui va de pair avec notre vision et nos services. »**

**Aurélie Filippetti**

Ministre de la Culture et de la Communication, France



## Stimuler l'innovation chez nos clients, nos membres et nos partenaires

Nos clients sont à la recherche de solutions novatrices pour réaliser des gains d'efficacité, réduire leurs coûts et maximiser leur avantage concurrentiel. La technologie est généralement au cœur de chacune de ces solutions. CGI saisit cette occasion pour procurer une valeur ajoutée à ses clients en leur offrant une perspective et des points de vue nouveaux. Nous croyons que les réponses ne se trouvent pas toujours dans un laboratoire de R et D. Nous préférons utiliser une approche ouverte et collaborative qui tient compte de l'ensemble du processus

d'affaires. CGI recueille les meilleures idées issues des marchés, de ses clients, de ses partenaires, des chercheurs et de ses membres, et les met à l'épreuve au cours de tests pratiques afin de trouver la meilleure solution. En combinant les actifs existants de nos clients avec les nouvelles technologies et les meilleures innovations du monde des affaires, nous nous sommes assuré une réputation d'experts lorsque vient le temps de trouver des solutions créatives.

### Étude de cas

#### La solution EMO de CGI réduit les dépenses en carburant des écoles de conduite en Suède

L'Association nationale des écoles de conduite de Suède (STR) a recommandé à tous ses membres d'utiliser la solution EMO de CGI afin de permettre à quelque 100 000 titulaires de permis de conduire et 10 000 conducteurs professionnels de conduire de façon plus écologique et économique.

Grâce à ce partenariat, une grande majorité de nouveaux conducteurs pourront apprendre à conduire de façon plus écologique et économiser, en réduisant leur consommation de carburant à l'aide de la solution EMO. Cette dernière consiste en un petit dispositif, placé sous le tableau de bord du véhicule, qui est connecté à une application conçue pour les appareils iPhone et Android. Ce dispositif recueille des données sur le freinage, l'accélération, la vitesse et le régime au ralenti, que l'instructeur de l'école de conduite peut ensuite examiner afin de donner des conseils de conduite écologique aux apprentis conducteurs.

Des projets pilotes ont indiqué une réduction des coûts de carburant pouvant aller jusqu'à 15 %.

Les écoles de conduite offrent aussi une application mobile en complément à la solution EMO. L'application permet aux étudiants de s'entraîner à la conduite écologique de façon autonome.

**« Le partenariat avec CGI permet à la STR de donner des cours de conduite écologique uniques. Avec l'aide de CGI, les écoles de conduite de la STR peuvent offrir aux particuliers et aux entreprises la possibilité de surveiller leur conduite et d'en faire un compte-rendu. »**

**Håkan Björklund**

Chef de la direction, STR

# Protéger l'environnement pour les générations futures

CGI comprend que son expansion ne doit pas se faire au détriment des collectivités où elle exerce ses activités ou de l'environnement en général. C'est pourquoi CGI s'engage à contribuer à la protection de l'environnement en appliquant des pratiques d'exploitation responsables et écologiques.

CGI a accru l'étendue de sa certification de gestion environnementale ISO 14001. C'est en 2000 que nos premiers bureaux ont obtenu cette certification. Aujourd'hui, 38 % des membres de CGI travaillent au sein d'emplacements certifiés ISO 14001 et nous continuons d'augmenter sa portée.

## Aperçu des principaux indicateurs environnementaux de CGI pour l'exercice 2012

Type de consommation	Unité de mesure initiale	Émissions de gaz à effet de serre
Consommation énergétique dans les bureaux et centres de gestion des documents	211 GWh	66 688 tCO <sub>2</sub> e
Consommation énergétique dans les centres de traitement des données	133 GWh	18 418 tCO <sub>2</sub> e
Déplacements d'affaires (voiture, train, avion)	412 M km	61 529 tCO <sub>2</sub> e
Approvisionnement en papier	0,92 M kg	874 tCO <sub>2</sub> e

Au cours de l'exercice 2012, CGI n'a été sanctionnée pour aucune infraction en matière d'environnement.



« L'adoption de solutions durables nous permet de réduire les émissions de CO<sub>2</sub> associées à nos activités. Par exemple, les téléconférences et les vidéoconférences permettent de réduire les déplacements, les systèmes d'immeubles intelligents permettent de réaliser des économies d'énergie dans nos bureaux et une infrastructure informatique écologique réduit considérablement la consommation d'énergie et les coûts associés à nos centres de traitement de données et à d'autres composantes informatiques. Des solutions durables et une infrastructure informatique écologique sont non seulement rentables pour CGI, mais elles constituent également une source de développement des affaires pour aider nos clients à réduire leurs coûts et leur propre incidence sur l'environnement. »

### Laurent Allard

Directeur de la direction technologique, CGI

## Consommation d'énergie dans les bureaux de CGI

La proximité des clients est l'une des principales valeurs opérationnelles de CGI, qui exerce ses activités dans 400 bureaux totalisant 850 000 m<sup>2</sup> (9,15 millions de pieds carrés) d'espace de travail. Notre portefeuille de bureaux comprend d'importants emplacements en Amérique du Nord, en Europe et en Asie-Pacifique ainsi que de plus petits espaces situés à proximité de nos clients dans l'ensemble des pays où nous exerçons nos activités.

L'utilisation et la conception optimales de nos espaces de travail ont permis à CGI de réduire de façon directe sa consommation d'énergie dans les espaces de travail. Puisque notre entreprise mise d'abord sur le capital humain, le travail peut être effectué n'importe où, dans la mesure où nous pouvons maintenir des liens

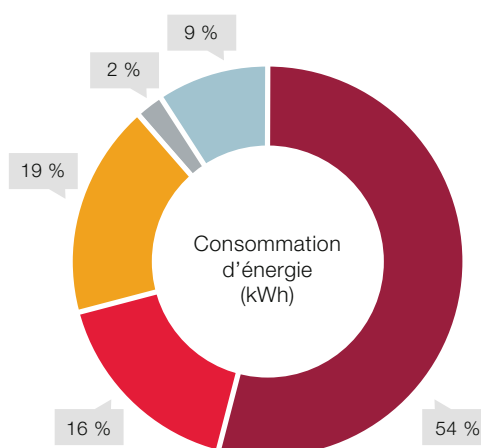
étroits avec nos clients et nos collègues. En Amérique du Nord, au Royaume-Uni et aux Pays-Bas, l'optimisation des espaces de travail a permis de rationaliser et de consolider les bureaux pour réduire notre espace de travail de près de 100 000 m<sup>2</sup> depuis 2010. Lors de l'évaluation des différentes options immobilières, CGI tient compte du coût total de propriété, y compris les coûts énergétiques et la proximité des transports en commun.

De plus, CGI s'efforce d'accroître son approvisionnement en énergie renouvelable dans ses emplacements où elle détient des contrats d'énergie et lorsqu'une source d'approvisionnement viable en énergie renouvelable est offerte.



## Consommation énergétique des bureaux et des centres de gestion des documents de CGI pour l'exercice 2012

Type d'énergie	Énergie totale (kWh)	Émissions de gaz à effet de serre (tCO <sub>2</sub> e)
■ Électricité du réseau	113 912 597	53 341
■ Électricité renouvelable à 100 %	33 435 669	-
Électricité totale	147 348 266	53 341
■ Gaz naturel	39 417 445	8 126
■ Autres combustibles, y compris le mazout léger	4 573 589	1 225
■ Climatisation et chauffage urbains	19 428 141	3 996
Consommation totale	210 767 441	66 688



## Centres de traitement des données

À titre de fournisseur de services d'impartition en TI, les services d'infrastructure et les centres de traitement des données sont à la base de nos activités et génèrent approximativement 20 % de nos revenus mondiaux.

CGI est membre du Green Grid, un consortium mondial d'entreprises et de professionnels du secteur des TI visant à accroître et à promouvoir l'efficacité énergétique dans les écosystèmes informatiques des centres de traitement des données et des entreprises à l'échelle mondiale.

Au fil de notre croissance, nous continuons de mesurer et d'accroître l'efficacité énergétique et de réduire nos émissions de carbone en combinant des méthodes, des solutions et des processus axés sur l'efficacité énergétique pour promouvoir l'efficacité en matière de climatisation et d'alimentation de nos centres. Conformément à ces objectifs, nous veillons à :

- mettre en place des systèmes de surveillance environnementale pour mesurer de façon continue l'utilisation d'énergie des composantes et des serveurs pour assurer que la consommation énergétique et les émissions de chaleur sont adéquatement gérées et ajustées;
- tirer parti d'une technologie de refroidissement naturel permettant à nos centres de traitement des données canadiens d'utiliser l'air extérieur au lieu des appareils de climatisation électriques durant l'hiver pour assurer la climatisation des installations. En Europe, la majorité de nos plus importants centres de traitement des données sont situés dans des pays nordiques et le climat qu'on y retrouve nous permet de réduire notre consommation énergétique en matière de climatisation;
- minimiser le recours aux centres de traitement des données dans les régions plus chaudes, où les émissions de carbone sont plus importantes;
- nous assurer que la virtualisation et la consolidation constituent des projets clés en matière de réduction des coûts énergétiques de nos serveurs;

- tirer parti de sources d'énergie renouvelable; 64 % de la consommation énergétique des centres de traitement des données de CGI provient de sources d'énergie renouvelable à 97 % ou plus.

**64 %** de la consommation énergétique de nos centres de traitement des données provient de sources d'énergie renouvelable

## Rapport de consommation d'énergie des centres de traitement des données de CGI pour l'exercice 2012

Type d'énergie	Énergie totale (kWh)	Émissions totales de gaz à effet de serre (tCO <sub>2</sub> e)
Électricité du réseau	45 449 844	16 502
Électricité renouvelable à 100 %	35 538 872	0
Électricité renouvelable à 97 %	47 749 358	117
Électricité des centres de traitement des données en impartition utilisée pour la climatisation et l'alimentation	3 951 425	1 757
Autre énergie consommée par les centres de traitement des données	266 444	42
Consommation totale	132 955 943	18 418



## Déplacements

### Vers un transport plus écologique

CGI partage la volonté du secteur de l'automobile et des organismes de réglementation de réduire la consommation de carburant. Nous optons pour les véhicules de location les mieux cotés en matière d'émissions de carbone; 60 % de notre parc automobile en Europe fait l'objet de programmes de réduction du carbone.

La proximité de nos bureaux aux réseaux de transport en commun incite également nos membres à utiliser ces services. Notre siège social canadien ainsi que nos bureaux de Paris et de Londres, entre autres, sont situés à une courte distance de marche d'une station de métro ou d'une gare.

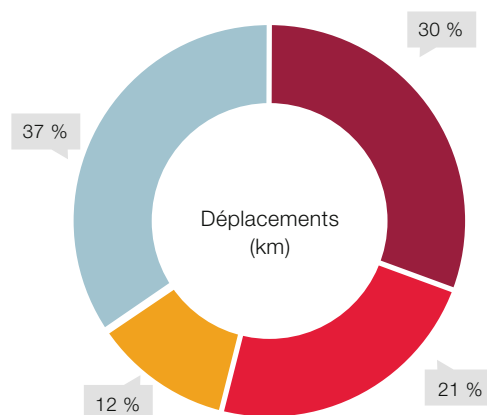
### Rapport de consommation d'énergie liée au transport pour l'exercice 2012\*

Type de déplacement	Distance totale parcourue (km)	Litres de carburant (déplacements en voiture)	Émissions de gaz à effet de serre (tCO <sub>2</sub> e)
■ Voitures louées ou appartenant à l'entreprise	124 834 686	9 137 855	23 078
■ Voitures appartenant aux membres	85 787 564	7 637 492	18 286
■ Transport en commun	50 659 800		2 408
■ Transport aérien	150 222 088		17 757
<b>Consommation totale</b>	<b>411 504 140</b>		<b>61 529</b>

En Inde, notre service de gestion des biens immobiliers s'est joint à un groupe de pression encourageant le gouvernement à entamer la création d'un monorail reliant le nouveau métro de Chennai à nos bureaux.

### Transport aérien

Grâce au modèle de proximité de CGI et à une sensibilisation accrue en matière de coûts, nos déplacements par avion ne sont pas aussi nombreux que l'on pourrait s'y attendre d'une entreprise mondiale de prestation de services en TI et en gestion des processus d'affaires. De plus, plusieurs unités d'affaires ont restreint les déplacements aériens de courte distance dans les régions qui disposent d'autres options de transport public efficaces. Au cours de l'exercice 2012, un total de 151 millions de kilomètres a été parcouru par avion, soit une moyenne de 2 100 km par membre.



## Études de cas

### Location d'un parc de neuf voitures électriques aux Pays-Bas

Aux Pays-Bas, le système des services gouvernementaux de l'informatique (« CiMS ») de CGI exploite 2 200 stations de recharge de véhicules électriques dans l'ensemble du pays. En 2012, passant de la parole aux actes, CGI a lancé un projet pilote en louant un parc de neuf voitures électriques qui s'alimentent au réseau croissant de stations de recharge.

Au cours de leurs six premiers mois d'utilisation, ces véhicules ont parcouru un total de 90 000 km pour des déplacements professionnels ou quotidiens. Les véhicules, munis de moteurs entièrement électriques, ont enregistré une consommation moyenne de 11,4 kWh pour 100 km.

### Remboursement des abonnements de transport en commun et de location de vélos en France

Cette année encore, nous rembourserons en totalité les abonnements au transport en commun de nos membres en France, à Paris et à Lyon (train,

métro et autobus). Grâce à cette mesure, nous offrons à nos membres la possibilité d'agir pour limiter l'utilisation de moyens de transport polluants.

### Promotion de la conduite écoénergétique en Inde

La promotion de la conduite écoénergétique constitue une autre manière efficace qu'a CGI de réduire ses coûts et son incidence sur l'environnement. En Inde, CGI a organisé un concours de rendement énergétique auquel participaient dix membres, d'août 2011 à mai 2012. Leurs voitures ont été équipées de notre solution EMO, qui surveille le rendement énergétique

des véhicules de façon continue et fournit des renseignements utiles aux conducteurs. Le gagnant du concours a réussi à réduire sa consommation de carburant de 15 %, alors que les autres participants ont réduit leur consommation de 11,3 % en moyenne, totalisant des économies de 1,2 tCO<sub>2</sub>e en émissions de gaz à effet de serre.

\* Ce rapport présente les données liées aux déplacements qui ont été payés ou remboursés par CGI et ne tient pas compte des déplacements privés des membres.

## Eau et déchets

### Gestion des déchets

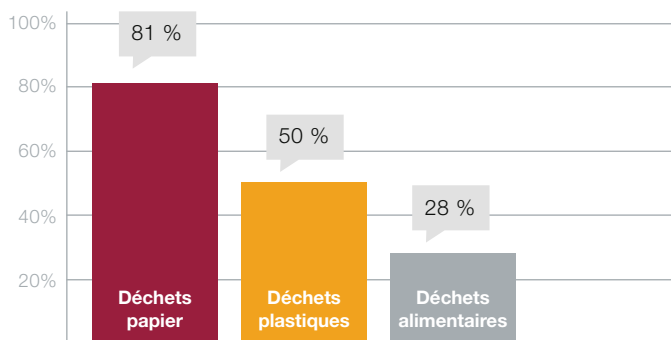
La majorité des activités de CGI sont réalisées dans des bureaux et génèrent des types et des quantités de déchets propres à une entreprise de services. Les principaux types de déchets que nous générons sont les déchets papier et les déchets électroniques.

#### Recyclage des déchets

Le tableau ci-dessous illustre le pourcentage des bureaux qui disposent d'installations de recyclage. CGI a lancé un certain nombre de projets visant à réduire l'impact environnemental lié à son utilisation de papier : 79 % des sites évalués emploient l'impression recto verso par défaut, réduisant jusqu'à 50 % la consommation de papier.

- Plusieurs pays ont mis en place une politique de suivi d'impression, éliminant ainsi les impressions superflues
- 28 % de notre papier provient de fournisseurs de papier recyclé ou certifié FSC
- Plusieurs projets ont été mis sur pied pour réduire notre consommation de papier. Notamment, l'envoi de relevés de paie électroniques, la numérisation des dossiers des membres, les vendredis sans papier (en Inde) et l'approvisionnement électronique auprès des fournisseurs. Veuillez consulter la section *Contribuer à la croissance et au succès de nos clients* du présent rapport pour découvrir les services que nous offrons à nos clients pour les aider à réduire leur consommation de papier.

#### Recyclage des déchets



#### Utilisation du papier

**915 223** kg de papier

69 %

**629 846 kg**

pour les bureaux

31 %

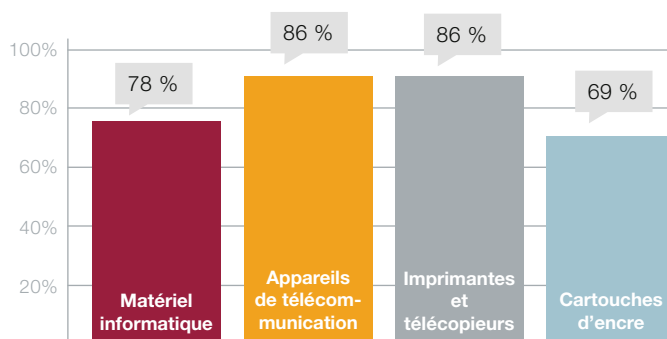
**285 378 kg**

pour les centres de gestion des documents

### Traitement des déchets électroniques

CGI se départit de plusieurs types de produits électroniques, tels que du matériel informatique comme des PC, des ordinateurs portables, des serveurs, des appareils de télécommunication, des imprimantes, des télécopieurs et des cartouches d'encre, ce qui génère des déchets électroniques. Nous avons l'obligation de disposer de ces déchets électroniques conformément aux règlements locaux. La plupart de ces déchets sont envoyés à des centres de traitement des déchets électroniques ou à des fournisseurs de services en TI certifiés pour le traitement des déchets électroniques. Généralement, ces fournisseurs sont en mesure de déterminer si les déchets peuvent être réutilisés ou recyclés.

#### Déchets électroniques retournés aux fournisseurs certifiés



### Faits saillants

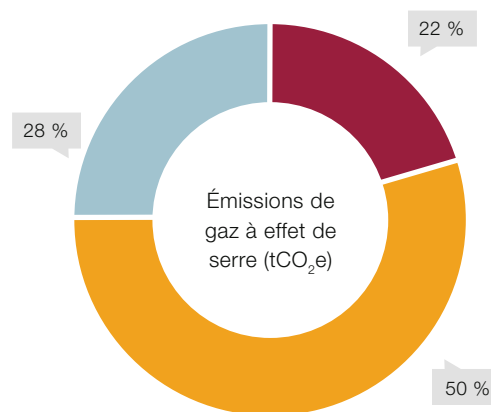
- **Poids des déchets électroniques** - Les données relatives au volume et au poids des déchets électroniques générés par nos activités en Europe et en Asie-Pacifique ont été compilées par nos fournisseurs en traitement des déchets. Près de 79 % de nos membres travaillent dans ces régions. Ces données font état de 97 tonnes de déchets électroniques et de 4,5 tonnes de cartouches d'encre vides.
- **Eau** - La majeure partie de la consommation d'eau de CGI résulte d'activités relatives aux installations d'entreprise comme les toilettes, les cafétérias et les douches. Elles consomment relativement peu d'eau. Au cours de l'exercice 2012, les bureaux de CGI ont consommé environ 350 000 m³ d'eau provenant de fournisseurs locaux de services publics.

# Émissions de gaz à effet de serre

## Rapport des émissions de gaz à effet de serre pour l'exercice 2012 (en tCO<sub>2</sub>e)

<b>■ Catégorie 1 : émissions directes</b>	
Véhicules loués ou appartenant à l'entreprise	23 078
Combustion de carburant	9 380
<b>Total de la catégorie 1 : émissions directes nettes</b>	<b>32 458</b>
<b>■ Catégorie 2 : émissions indirectes</b>	
Consommation brute d'électricité, y compris l'électricité de source renouvelable fournie par le réseau, comprenant :	88 148
la consommation des bureaux et des centres de gestion des documents;	64 631
la consommation des centres de traitement des données.	23 517
Climatisation et chauffage urbains	4 009
<b>Total de la catégorie 2 : émissions indirectes nettes</b>	<b>92 157</b>
moins la consommation d'électricité renouvelable comptabilisée dans l'électricité fournie par le réseau	-/- 18 188
<b>Total de la catégorie 2 : émissions indirectes nettes</b>	<b>73 969</b>
<b>■ Catégorie 3 : émissions de la chaîne d'approvisionnement</b>	
Voitures appartenant aux membres	18 286
Transport en commun	2 408
Transport aérien	17 757
Centres de traitement des données impartis	1 757
Approvisionnement en papier	874
<b>Total de la catégorie 3 : émissions nettes de la chaîne d'approvisionnement</b>	<b>41 082</b>
<b>Émissions totales nettes de gaz à effet de serre des catégories 1, 2 et 3</b>	<b>147 510</b>

Le présent rapport des émissions de gaz à effet de serre rassemble les données d'émission réunies des bureaux, des centres de traitement des données et des déplacements de CGI.



**147,510**  
tCO<sub>2</sub>e

Émissions totales nettes de gaz à effet de serre des catégories 1, 2 et 3

## Perspectives d'avenir

Le présent rapport sur la responsabilité sociale comprend les premières données quantitatives de CGI sur notre performance environnementale. Les données de 2012 et celles de nos partenaires internes et externes serviront de référence pour guider l'évolution de nos politiques et de nos pratiques de régie

interne en matière d'environnement. Nous déterminerons des indicateurs clés de performance, fixerons des objectifs pour ces indicateurs, lancerons des programmes qui serviront à atteindre ces objectifs et en rendrons compte dans notre rapport 2013 sur la responsabilité sociale.

Ce rapport des émissions de gaz à effet de serre est fondé sur l'édition révisée de 2009 du Protocole des gaz à effet de serre : Une norme de comptabilisation et de déclaration destinée à l'entreprise et applique le principe de contrôle opérationnel. Les données y figurant sont en tonnes d'équivalent en dioxyde de carbone (tCO<sub>2</sub>e).



# Des partenariats responsables

À titre de fournisseur de services, nous estimons que la gestion durable de notre chaîne d'approvisionnement contribue fortement à nous assurer que notre entreprise procure, de façon efficace, une valeur ajoutée à nos clients, à nos membres et à nos actionnaires. Nous croyons qu'il est de notre responsabilité de favoriser des pratiques d'affaires durables dans tous nos partenariats ainsi que de promouvoir la diversité et l'inclusion auprès de nos milliers de fournisseurs partout au monde.

Jusqu'à récemment, le prix, la qualité et les échéances étaient les principaux facteurs dont les responsables de l'approvisionnement tenaient compte lors de leur prise de décision. Or, l'importance croissante accordée à la durabilité leur donne une nouvelle matière à réflexion. En intégrant pleinement le facteur de durabilité à notre politique d'approvisionnement, nous visons à réduire nos coûts, à diminuer les risques liés à la non-conformité aux normes sociales et environnementales, et à favoriser la croissance de nos revenus grâce aux nouvelles occasions d'affaires cet élément représente sur le marché. De plus, nous portons une attention particulière à l'harmonisation de nos ententes contractuelles avec les fournisseurs afin qu'elles respectent nos valeurs et notre Code d'éthique.

## Des partenariats responsables

CGI achète des produits et des services partout au monde, y compris du matériel informatique, des fournitures de bureau, de l'énergie, des services de déplacements en voiture, en train ou en avion ainsi que la location de bureaux.

Nous visons des partenariats responsables, car l'efficacité de la gestion de notre chaîne d'approvisionnement et la capacité de nos fournisseurs à gérer leurs propres fournisseurs ont une incidence sur notre capacité à fournir des services fiables et de qualité à nos clients, et contribuent à notre positionnement sur le marché ainsi qu'au succès de notre entreprise et de nos clients.

Nous croyons qu'il est indispensable d'instaurer un dialogue avec nos fournisseurs afin d'établir une relation de confiance. Ce dialogue permet bien sûr d'atténuer les risques liés à la chaîne d'approvisionnement, mais il offre également un moyen très simple de rallier nos partenaires et fournisseurs autour de sujets importants comme le développement durable et les défis qui y sont associés.

## Notre politique d'approvisionnement

Au début de l'exercice 2012, CGI a ajouté des questions relatives à l'approvisionnement responsable dans le profil d'entreprise que nous demandons aux fournisseurs de remplir afin de s'établir comme fournisseurs autorisés de CGI. Les fournisseurs de matériel informatique sont priés d'indiquer si leur système de gestion est conforme aux exigences du Code de déontologie de l'industrie électronique. Nous leur posons également

des questions pour nous assurer qu'ils respectent les droits fondamentaux de leurs employés, les normes de santé et sécurité et l'environnement. Nous leur demandons également d'indiquer si leurs propres fournisseurs de matériel se conforment à ces impératifs liés à la durabilité de l'environnement. Ce nouveau questionnaire a été envoyé à nos 100 principaux fournisseurs.

## Études de cas

### Réaliser des économies d'énergie dans nos bureaux néerlandais

Aux Pays-Bas, nous avons formé un partenariat avec Corporate Facility Partners (CFP), un fournisseur de services de gestion immobilière, en vue de faire des économies d'énergie dans nos bureaux. Mike Pertierra, chef du Service de la santé, de la sécurité et de la protection de l'environnement chez CGI aux Pays-Bas, explique : « CFP surveille la consommation d'énergie de tous nos bureaux et repère les économies d'énergie potentielles à partir des résultats de la surveillance et de visites sur les lieux.

Après avoir obtenu l'accord de CGI, CFP met en place des mesures d'économie d'énergie éprouvées et coordonne les efforts des propriétaires

des locaux, des ingénieurs et des gestionnaires de nos établissements. Un suivi de la procédure et des économies de coût réalisées grâce à ces mesures est ensuite effectué. CFP reçoit 50 % des économies de coûts d'énergie réalisées au cours de la première année de mise en œuvre d'une mesure donnée, tandis que CGI conserve l'autre moitié. Au cours des années suivantes, CGI conserve la totalité des économies de coût réalisées. Ce partenariat avec notre fournisseur nous permet de réduire notre consommation d'énergie et nos coûts de façon efficace, grâce aux connaissances approfondies de CFP en matière d'efficacité énergétique. »



### Recyclage de matériel informatique à Montréal

Depuis 2009, CGI est associée à Global Electric Electronic Processing (GEEP), un fournisseur de services axés sur une solution d'approvisionnement inversée pour les produits des technologies de l'information et des communications (TIC), afin de recycler son matériel informatique et celui de certains de ses clients de Montréal. GEEP utilise des installations de recyclage de pointe en utilisant des équipements novateurs pour le traitement du matériel électronique et la gestion des actifs des TIC. De plus, GEEP continue à consolider son alliance avec le Centre de formation en entreprise et récupération (CFER), une véritable école entreprise qui favorise l'intégration professionnelle d'adolescents aux prises avec des problèmes d'intégration sociale et d'orientation.

En 2012, grâce aux services de GEEP, CGI a recyclé plus de 5 000 ordinateurs de bureau et plus de 1 200 ordinateurs portables, serveurs, imprimantes et autres appareils informatiques, et ce, uniquement à Montréal. De plus, 51 % des ordinateurs de bureau et 80 % des ordinateurs portables recyclés ont eu droit à une seconde vie et ont été revendus. Au total, 138 tonnes de matériel provenant des bureaux de CGI et de ses clients de la région du Grand Montréal ont été recyclées.

### CGI contribue au développement de la carrière de personnes handicapées

Depuis 2008, GESTFORM gère et numérise l'ensemble des factures des fournisseurs de CGI en France. Depuis 2011, GESTFORM se charge aussi de la numérisation des notes de frais des membres de CGI. GESTFORM est une entreprise adaptée dont la vocation est d'employer 80 % de personnes handicapées dans un environnement économique concurrentiel. Dans son siège social, basé à Mérignac, et deux autres emplacements en France (Toulouse et Paris), GESTFORM fournit à son personnel un accompagnement continu et adapté à leur handicap. Sa mission de formation et de réinsertion

est permanente et déclinée dans tous les aspects de sa stratégie. Au 30 octobre 2012, une équipe dévouée de personnes en situation de handicap avait traité 72 000 factures, 25 000 notes de frais et 270 000 images numérisées pour tous les services de CGI. Grâce à ce partenariat, CGI contribue au développement de la carrière des personnes handicapées dans un environnement adapté à leur situation.

## Perspectives d'avenir

Durant cette année de transition, CGI a renforcé sa politique d'approvisionnement. En combinant notre savoir-faire et notre expérience, nous avons été en mesure d'enrichir et d'élargir la portée de notre responsabilité sociale au sein de notre processus d'approvisionnement.

Au cours de la prochaine année, nous mettrons en œuvre une structure de régie d'entreprise en matière d'approvisionnement

durable afin d'établir une feuille de route et de déterminer les principaux facteurs que doit comprendre une politique d'approvisionnement responsable améliorée et intégrée, appliquée à l'échelle mondiale.





## À propos du présent rapport

L'an dernier, nous avons publié une feuille de route qui a donné vie à notre politique de responsabilité sociale, permettant ainsi de définir les objectifs et les mesures à prendre pour soutenir nos engagements. Conformément à un engagement pris dans cette feuille de route, nous présentons, dans ce premier rapport en matière de responsabilité sociale, nos résultats quantitatifs et qualitatifs, mettons de l'avant nos réalisations et énumérons les indicateurs clés qui nous serviront à atteindre nos objectifs pour les années à venir.

Le Rapport 2012 de CGI en matière de responsabilité sociale examine la performance mondiale de l'entreprise pour l'exercice 2012, qui s'est terminé le 30 septembre 2012. Pour établir le contenu de ce premier rapport annuel, nous avons utilisé les Lignes directrices G3.1 de la Global Reporting Initiative (GRI). Le Global Reporting Initiative (GRI) est une organisation à but non lucratif qui favorise la durabilité économique et est l'une des normes les plus répandues sur les rapports de développement durable. L'index GRI et les éléments d'information se trouvent à la fin du présent rapport. Selon notre évaluation, le présent rapport remplit les critères correspondant au niveau d'application B de la GRI.

---

### Limites et restrictions

Le présent rapport ainsi que les tableaux de données d'accompagnement contiennent des renseignements sur toutes nos unités d'exploitation et filiales en propriété exclusive, ainsi que sur nos bureaux régionaux et sur les Services corporatifs; la portée du présent rapport tient pleinement compte de leur

incidence en matière de responsabilité sociale. Vous y trouverez également les répercussions associées aux actifs qui sont la propriété de CGI ou qui sont loués par CGI.

**Vous pouvez communiquer par courriel avec l'équipe de responsabilité sociale de CGI à l'adresse [csr@cgi.com](mailto:csr@cgi.com)**

# Index GRI

## MENTIONNÉ

● Entièrement couvert

◐ Partiellement couvert

○ Non couvert

## RÉFÉRENCE

◆ Rapport de responsabilité sociale 2012

▲ Rapport annuel 2012

■ Rapport 2012 du Comité sur la régie d'entreprise

\* Circulaire de la direction 2012

● Code d'éthique

## ÉLÉMENTS D'INFORMATION PARTIE I : Information sur le profil

Information sur le profil	Description	Mentionné	Référence	Explication
<b>I. Stratégie et analyse</b>				
1.1	Déclaration par le décideur le plus haut placé.	●	4 ◆	
1.2	Description des principales conséquences, des principaux risques et des principales possibilités.	◐	8 ◆	Au cours de l'exercice 2013, CGI continuera de développer sa gouvernance en matière de responsabilité social d'entreprise (RSE) et constituera un comité officiel qui évaluera les répercussions, les risques et les possibilités associés à notre RSE. De plus, les indicateurs clés de performance essentiels que nous avons fixés nous aideront à évaluer notre progrès par rapport à nos objectifs stratégiques, ainsi que les risques et les possibilités associés.
<b>II. Profil de l'organisation</b>				
2.1	Nom de l'organisation.	●	5 ◆	
2.2	Principaux produits et/ou services et marques correspondants	●	5 ◆; 72 ▲	
2.3	Structure opérationnelle de l'organisation, avec description des principales divisions, entités opérationnelles, filiales et coentreprises.	●	5 ◆	
2.4	Lieu où se trouve le siège de l'organisation	●		1350, boulevard René-Lévesque Ouest, Montréal (Québec) Canada H3G 1T4
2.5	Nombre de pays où l'organisation est implantée et nom des pays où soit l'exploitation est majeure, soit les questions relatives au développement durable traitées dans le rapport s'avèrent particulièrement pertinentes.	●	5 ◆	
2.6	Nature du capital et forme juridique.	●	5 ◆; 44 ▲	
2.7	Marchés où l'organisation opère avec répartition géographique, secteurs desservis et types de clients ou de bénéficiaires.	●	5 ◆; 10 ▲	
2.8	Taille de l'organisation.	●	5 ◆	
2.9	Changements importants de taille, de structure ou de capital de l'organisation au cours de la période.	●	5 ◆; 5 ▲	
2.10	Distinctions reçues au cours de la période.	●	5 ◆	
<b>III. Paramètres du rapport</b>				
3.1	Période considérée.	●	38 ◆	
3.2	Date du dernier rapport publié, le cas échéant.	●	38 ◆	
3.3	Cycle considéré (annuel, biennal, etc.).	●		CGI publiera un rapport sur une base annuelle
3.4	Personne à contacter pour toute question sur le rapport ou son contenu.	●	38 ◆	
3.5	Processus de détermination du contenu du rapport.	●	38 ◆	
3.6	Périmètre du rapport (pays, divisions, filiales, installations en crédit-bail, coentreprises, fournisseurs, par exemple), voir pour de plus amples renseignements le Protocole GRI sur le périmètre.	●	38 ◆	
3.7	Indication des éventuelles limites précises du champ ou du périmètre du rapport.	●	38 ◆	
3.8	Principes adoptés pour la communication des données concernant les coentreprises, filiales, installations en crédit-bail, activités sous-traitées et autres situations susceptibles d'avoir une incidence majeure sur les possibilités de comparaison d'une période à l'autre et/ou d'une organisation à l'autre.	●	38 ◆	



Information sur le profil	Description	Mentionné	Référence	Explication
3.9	Techniques de mesure des données et bases de calcul, y compris les hypothèses et les techniques qui sous-tendent les estimations appliquées à la compilation des indicateurs et à d'autres données du rapport. Expliquez toute décision de ne pas appliquer les protocoles d'indicateurs GRI, ou qui s'en éloigne grandement.		38 ♦	Pour préparer les valeurs du rapport, CGI a utilisé les lignes directrices de la GRI. Les données environnementales ont été préparées en appliquant le protocole sur les gaz à effet de serre. Lorsque cela est possible, les données environnementales réelles proviennent des factures, de rapports de fournisseurs et de rapports internes. Sinon, des estimations ont été produites. Les estimations pour les données manquantes sur la consommation d'énergie dans les bureaux reposent sur les valeurs de référence locales par mètre carré de surface de bureau occupé. Les estimations pour les données manquantes sur les déplacements ont été produites par extrapolation à partir des données disponibles sur les déplacements par employé. Les facteurs d'émissions de gaz à effet de serre pour la consommation d'énergie ont été appliqués comme le stipulent le protocole relatif aux gaz à effet de serre de l'Agence internationale de l'énergie, Environnement Canada et la base de données eGrid des États-Unis. Les facteurs d'émission des gaz à effet de serre pour les déplacements proviennent du Protocole relatif aux gaz à effet de serre du World Resource Institute, du ministère de l'environnement, de l'alimentation et des affaires rurales (DEFRA) du R.-U. et des exploitants de trains européens.
3.10	Explication des conséquences de toute reformulation de renseignements communiqués dans des rapports antérieurs et des raisons de cette reformulation (par exemple fusions/acquisitions, modification de la période considérée, nature de l'activité, méthodes de mesure).	●		Puisqu'il s'agit du premier rapport annuel de CGI sur la responsabilité sociale, il ne contient aucun énoncé provenant de rapports antérieurs.
3.11	Changements significatifs, par rapport à la période couverte par les rapports antérieurs, du champ, du périmètre ou des méthodes de mesure utilisées dans le rapport.	●		Puisqu'il s'agit du premier rapport annuel de CGI sur la responsabilité sociale, il ne peut y avoir de changement d'importance par rapport aux précédentes périodes de rapport.
3.12	Indicateurs mondiaux de présentation de l'information.	●		
3.13	Politique et pratique actuelles en lien avec l'obtention d'une vérification externe du rapport.	●	38 ♦	Aucune validation externe n'a été demandée pour le présent rapport.

#### IV. Gouvernance, engagements et dialogue

4.1	Structure de gouvernance de l'organisation y compris les comités relevant du plus haut organe de gouvernance (conseil d'administration ou assimilé), responsables de tâches spécifiques telles que la définition de la stratégie ou la supervision de l'organisation.	●	10 ♦; 40 ■	
4.2	Indiquer si le président du conseil d'administration (ou assimilé) est aussi un administrateur exécutif.	●	41 ■	
4.3	Pour les organisations ayant un système de conseil d'administration (ou assimilé) à organe unique, indiquer le nombre d'administrateurs indépendants et/ou non exécutifs.	●	14-15 ▲	Onze membres ne font pas partie de l'équipe de direction de CGI et trois sont des femmes.
4.4	Mécanismes permettant aux actionnaires et aux salariés de faire des recommandations ou de transmettre des instructions au conseil d'administration (ou assimilé).	●	9 ♦	
4.5	Lien entre la rémunération des membres de l'instance supérieure de gouvernance, des cadres supérieurs et des dirigeants (y compris les dispositions de départ), et le rendement de l'organisation (y compris le rendement social et environnemental).	●	26 ★	
4.6	Processus mis en place par l'instance supérieure de gouvernance pour éviter les conflits d'intérêts.	●	10-11 ♦; 45 ★	
4.7	Processus pour déterminer la composition des membres de l'instance supérieure de gouvernance et de ses comités, leurs compétences et leur expertise, y compris leur sexe et autres indicateurs de diversité.	●	47 ★	
4.8	Énoncés préparés à l'interne sur la mission ou les valeurs, les codes de conduite, et les principes pertinents pour le rendement économique, environnemental et social, et l'état de leur mise en œuvre.	●	8 ♦	
4.9	Procédures de l'instance supérieure de gouvernance pour superviser la détermination et la gestion par l'organisation du rendement économique,	◐	8 ♦	Au cours de l'exercice 2013, CGI continuera l'élaboration de sa stratégie de gouvernance en matière de RSE.



Information sur le profil	Description	Mentionné	Référence	Explication
	environnemental et social, y compris les risques et les possibilités pertinents, et le respect des principes, des codes de conduite et des normes internationales reconnus.			
4.10	Processus pour évaluer le rendement de l'instance supérieure de gouvernance elle-même, particulièrement en ce qui concerne le rendement économique, environnemental et social.	●	46 ★	Des processus sont en place pour évaluer le rendement du Conseil d'administration sur le plan économique.
4.11	Explication à savoir si l'organisation aborde l'approche ou le principe de précaution et si oui, comment.	●	29-30 ▲	
4.12	Chartres, principes ou autres initiatives économiques, environnementales et sociales, préparés à l'externe et endossés par l'organisation.	●		CGI est membre de « The Green Grid », participe au Projet de divulgation des émissions de carbone (Carbon Disclosure Project), figure dans l'indice de durabilité Dow Jones et dans l'indice FTSE4Good.
4.13	Adhésions à des associations (telles que des associations industrielles) et/ou des organismes nationaux ou internationaux de défense où l'organisation : * occupe des postes dans des instances de gouvernance; * participe à des projets ou des comités; * apporte un financement important au-delà des frais d'adhésion exigés; ou * perçoit son affiliation comme quelque chose de stratégique.	●		<p>Quelques exemples de la participation de CGI au sein d'organisations qui contribuent à la croissance économique et sociale des collectivités où nous travaillons :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Le président et chef de la direction de CGI est membre du conseil d'administration du Conference Board du Canada qui se consacre au renforcement des capacités de leadership au Canada en faisant part de ses observations sur les tendances économiques, les questions de stratégie publique et le rendement des organisations.</li> <li>2. L'initiative de CGI pour un gouvernement de collaboration est un projet de politique publique lancé par CGI en partenariat avec des établissements universitaires de premier ordre des États-Unis. Elle a pour mission d'examiner les modèles de collaboration des gouvernements avec les secteurs privés et sans but lucratif afin de déterminer les meilleures pratiques de collaboration pour atteindre leurs objectifs.</li> <li>3. Au Royaume-Uni, CGI est membre du Business Disability Forum, qui cherche à faciliter l'intégration et l'emploi productif de personnes handicapées. Tim Gregory, président de CGI au R.-U., fait partie du Presidents Group qui regroupe des leaders pour déterminer les défis stratégiques liés à la sensibilisation aux personnes handicapées en milieu de travail et pour en discuter.</li> <li>4. CGI est un membre de la Coalition Financière Suédoise (CFS) contre la pornographie infantile et Björn Ivroth, le chef de la direction en Suède, est un des membres de son comité de direction. CGI a joué un rôle clé dans la création de la CFS et soutient activement ce programme communautaire au moyen des technologies de l'information.</li> </ol>
4.14	Liste des groupes de parties prenantes inclus par l'organisation.	●	9 ◆	
4.15	Base d'identification et sélection des parties prenantes avec lesquelles dialoguer.	●	9 ◆	
4.16	Approches à l'engagement des parties prenantes, y compris la fréquence de l'engagement par type et par groupe de parties prenantes.	●	9 ◆	
4.17	Principaux sujets et principales préoccupations soulevés par l'engagement des parties prenantes et comment l'organisation y a répondu, y compris par ses rapports.	●	8-9 ◆	

## ÉLÉMENTS D'INFORMATION PARTIE II: Divulcation de l'approche de gestion

### DMA EC - Divulcation de l'approche de gestion EC

Aspects	Performance économique	●	5 ◆
	Présence sur le marché	●	5 ◆
	Impacts économiques indirects	●	18 ◆





Information sur le profil	Description	Mentionné	Référence	Explication
<b>DMA EN - Divulgence de l'approche de gestion EN</b>				
Aspects	Matières	●	34 ♦	
	Énergie	●	31-32 ♦	
	Eau	●	34 ♦	
	Biodiversité	●		En tant qu'entreprise de services-conseils, CGI a une incidence faible sur la biodiversité.
	Émissions, effluents et déchets	●	34 ♦	
	Produits et services	●	24 ♦	
	Conformité	●	31 ♦	
	Transport	●	32-33 ♦	
	Aperçu général	●	31 ♦	
<b>DMA LA - Divulgence de l'approche de gestion LA</b>				
Aspects	Emploi	●	13 ♦	
	Relations entre la direction et les salariés	●	13 ♦	
	Santé et sécurité au travail	●	14 ♦	
	Formation et éducation	●	15-16 ♦	
	Diversité et égalité des chances	●	10, 16-17 ♦; 62 ●	
	Parité salariale entre les hommes et les femmes	●	10, 16-17 ♦; 62 ●	
<b>DMA HR - Divulgence de l'approche de gestion HR</b>				
Aspects	Pratiques d'investissement et d'achat	●	36 ♦	Consultez également la politique de CGI en matière de RSE à l'adresse <a href="http://www.cgi.com/fr/responsabilite-sociale">http://www.cgi.com/fr/responsabilite-sociale</a>
	Non-discrimination	●	16, 36 ♦; 62 ●	Consultez également la politique de CGI en matière de RSE à l'adresse <a href="http://www.cgi.com/fr/responsabilite-sociale">http://www.cgi.com/fr/responsabilite-sociale</a> ainsi que la section A de l'EICC - Main d'œuvre - Non-discrimination : nous demandons à nos fournisseurs de matériel informatique s'ils respectent le code de conduite de l'industrie électronique (EICC pour Electronic Industry Code of Conduct) qui comprend le droit des travailleurs à ne pas subir de harcèlement et de discrimination basée sur la race, la couleur de peau, le sexe, l'orientation sexuelle, l'ethnicité, le handicap, la grossesse, la religion, l'appartenance politique, l'appartenance syndicale ou l'état matrimonial.
	Liberté syndicale et droit de négociation collective	◐	36 ♦; 61 ●	Consultez également la section A de l'EICC - Main d'œuvre - Emploi librement choisi : on demande à nos fournisseurs de matériel informatique s'ils respectent le code de conduite de l'industrie électronique (EICC) qui comprend le droit des travailleurs à s'associer librement, d'adhérer ou non à un syndicat, à être représentés et à devenir membre de conseils des travailleurs conformément aux lois en vigueur localement.
	Interdiction du travail des enfants	◐	36 ♦; 61-62 ●	Consultez également la section A de l'EICC - Main d'œuvre - Emploi librement choisi : on demande à nos fournisseurs de matériel informatique s'ils respectent le code de conduite de l'industrie électronique (EICC) qui stipule le non-recours au travail des enfants à aucune étape de la fabrication.
	Abolition du travail forcé ou obligatoire	◐	36 ♦; 61-62 ●	Consultez également la section A de l'EICC - Main d'œuvre - Emploi librement choisi : on demande à nos fournisseurs de matériel informatique s'ils respectent le code de conduite de l'industrie électronique (EICC) qui comprend la prévention du travail forcé ou obligatoire.



Information sur le profil	Description	Mentionné	Référence	Explication
	Pratiques de sécurité	●	11 ♦	
	Droits des populations autochtones	●	61-62 ●	
	Évaluation	●	61 ●	
	Remédiation	●	63 ●	
<b>DMA SO - Divulgence de l'approche de gestion SO</b>				
Aspects	Communauté	●	4-8-18 ♦	
	Corruption	●	11 ♦; 60-61, 64 ●	
	Politiques publiques	●	68 ●	
	Comportement anti-concurrentiel	●	63 ●	
	Conformité	●	10 ♦; 61, 68-69 ●	
<b>DMA PR - Divulgence de l'approche de gestion PR</b>				
Aspects	Santé et sécurité des consommateurs	◐	28 ♦	
	Étiquetage des produits et des services	◐	9 ♦	
	Communication marketing	◐	65-68 ●	
	Respect de la vie privée	◐	11 ♦	
	Conformité	◐	67 ●	

## ÉLÉMENTS D'INFORMATION PARTIE III: Indicateurs de performance

### ÉCONOMIE

#### Performance économique

EC1	Valeur économique directe créée et distribuée, incluant les produits, les coûts opérationnels, prestations et rémunérations des salariés, dons et autres investissements dans les collectivités, les bénéfices non-distribués, les versements aux fournisseurs de capitaux et aux gouvernements.	●		<p>Revenus : Rapport annuel, p. 38, Revenus</p> <p>Frais d'exploitation : Rapport annuel, p. 40, Charges opérationnelles</p> <p>Rémunération du personnel : Rapport annuel, p. 64, Coûts des services et frais de vente et d'administration - Salaires et autres coûts liés aux membres</p> <p>Dons et autres investissements communautaires : Section sur les engagements communautaires – Investir dans des organismes sans but lucratif et collaborer avec eux, p. 20.</p> <p>Bénéfices non répartis : Rapport annuel, p. 42, États consolidés des variations des capitaux propres</p> <p>Versements aux fournisseurs de capitaux : Rapport annuel, p. 64, Charges financières</p> <p>Versements aux gouvernements : Rapport annuel, p. 40, Charge d'impôt sur les bénéfices</p>
EC2	Implications financières et autres risques et possibilités pour les activités de l'organisation liés aux changements climatiques.	◐	24-26 ♦	
EC3	Étendue de la couverture des retraites avec des plans de retraite à prestations définies.	●	74-78 ▲	

#### Présence sur le marché

EC7	Pertinences d'embauche locale et proportion de cadres dirigeants embauchés localement sur les principaux sites opérationnels.	◐		<p>Notre modèle axé sur la proximité des clients nous permet d'organiser nos activités autour des marchés métropolitains et des endroits où se trouvent les clients. Nous sommes ainsi bien ancrés dans la collectivité et imputables de la réussite des projets de nos clients. Il est donc primordial d'embaucher des cadres supérieurs issus de la collectivité locale dans des endroits clés de nos activités.</p>
-----	---	---	--	--

#### Impacts économiques indirects

EC9	Compréhension et description des impacts économiques indirects significatifs, y compris l'importance de ces impacts.	●	23 ♦	
-----	--	---	------	--



Information sur le profil	Description	Mentionné	Référence	Explication
<b>ENVIRONNEMENT</b>				
<b>Matières</b>				
EN1	Consommation de matières en poids ou en volume.	●	34 ♦	
EN2	Pourcentage de matières consommées provenant de matières recyclées.	●	34 ♦	
<b>Énergie</b>				
EN3	Consommation d'énergie directe répartie par source d'énergie primaire.	●	31 ♦	
EN4	Consommation d'énergie indirecte répartie par source d'énergie primaire.	●	31-32 ♦	
EN5	Énergie économisée grâce à l'efficacité énergétique.	●	31-32-36 ♦	
EN6	Initiative pour fournir des produits et des services reposant sur des sources d'énergie renouvelables ou à rendement amélioré, réductions des besoins énergétiques obtenues suite à ces initiatives.	●	26 ♦	
EN7	Initiatives pour réduire la consommation d'énergie indirecte et réductions obtenues.	●	26 ♦	
<b>Eau</b>				
EN8	Volume total d'eau prélevé, par source.	●	34 ♦	
EN9	Sources d'approvisionnement en eau significativement touchées par les prélèvements.	●		En tant qu'entreprise de services, la consommation en eau de CGI et sa production de déchets n'ont pas d'effet important sur les sources d'eau. Les sites de CGI ne sont pas situés dans des zones protégées ou représentant une grande valeur pour la biodiversité, ou près de celles-ci.
EN10	Pourcentage et volume total d'eau recyclée et réutilisée.	◐		Nous disposons d'installations de réutilisation des eaux grises dans certains de nos sites en Inde et en Allemagne, mais elles ne sont pas munies de compteurs.
<b>Émissions, effluents et déchets</b>				
EN16	Émissions totales, directes ou indirectes, de gaz à effet de serre, en poids (teq CO2).	●	35 ♦	
EN18	Initiatives pour réduire les émissions de gaz à effet de serre et réductions obtenues.	◐	31-33 ♦	Ce rapport présente les initiatives mises en place pour réduire notre consommation d'énergie et les répercussions environnementales des déplacements. Puisqu'il s'agit de notre premier rapport de RSE où nous divulguons les valeurs d'émissions de gaz à effet de serre, ces réductions de gaz à effet de serre ne sont pas compilées.
EN22	Masse totale de déchets, par type et par mode de traitement.	●	34 ♦	
<b>Produits et services</b>				
EN26	Initiatives pour réduire les impacts environnementaux des produits et des services, et portée de celles-ci.	●	26 ♦	
<b>Respect des textes</b>				
EN28	Montant des amendes importantes et nombre total de sanctions non pécuniaires pour non-respect des législations et des réglementations en matière d'environnement.	●	31 ♦	
<b>Transport</b>				
EN29	Impacts environnementaux significatifs du transport des produits, autres marchandises et matières utilisés par l'organisation dans le cadre de son activité et du transport des membres de son personnel.	●	32 ♦	
<b>Emploi, relations sociales et travail décent</b>				
<b>Emploi</b>				
LA1	Effectif total par type d'emploi, contrat de travail et zone géographique.	◐	13-17 ♦	L'effectif total ainsi que sa répartition selon le sexe sont indiqués.
LA2	Taux de roulement du personnel en nombre de salariés et en pourcentage par tranche d'âge, sexe et zone géographique.	◐	15 ♦	Le nombre total de départs volontaires est indiqué.



## Information sur le profil

### Description

### Mentionné

### Référence

### Explication

## Santé et sécurité au travail

LA8 Programme d'éducation, de formation, de conseil, de prévention et de maîtrise des risques géographiques mis en place pour aider les salariés, leur famille ou les membres des communautés locales en cas de maladie grave.



14 ♦

## Formation et éducation

LA11 Programmes de développement des compétences et de formation tout au long de la vie destinés à assurer l'employabilité des salariés et à les aider à gérer leur fin de carrière.



15-16 ♦

La façon dont CGI attire des employés talentueux assure leur perfectionnement et favorise leur rétention est indiquée.

## Diversité et égalité des chances

LA13 Composition des organes de gouvernance et répartition des employés par sexe, tranche d'âge, appartenance à une minorité et autres indicateurs de diversité.



16-17 ♦

La répartition des effectifs selon le sexe (poste de gestion ou non) est indiquée.

## Droits de l'Homme

### Pratiques d'investissement et d'achat

HR2 Pourcentage de fournisseurs et de sous-traitants majeurs dont le respect des droits de l'Homme a fait l'objet d'un contrôle ; mesures prises.



Nous avons demandé aux 100 principaux fournisseurs de CGI si leur système de gestion respecte les éléments du code de conduite de l'industrie électronique (Electronic Industry Code of Conduct - EICC) qui impose le respect des droits de la personne.

### Liberté syndicale et droit de négociation collective

HR5 Activités identifiées au cours desquelles le droit à la liberté syndicale et à la négociation collective risque d'être menacé ; mesures prises pour assurer ce droit.



Les fournisseurs de matériel informatique présentent des risques quant au respect de la liberté d'association. Nous avons demandé à nos 100 principaux fournisseurs si leur système de gestion respecte les éléments du code de conduite de l'industrie électronique (Electronic Industry Code of Conduct - EICC) quant au respect de la liberté d'association.

### Interdiction du travail des enfants

HR6 Activités identifiées comme présentant un catif d'incidents impliquant le travail d'enfants ; mesures prises pour contribuer à interdire ce type de travail.



Les fournisseurs de matériel informatique présentent des risques quant au travail des enfants. Nous avons demandé à nos 100 principaux fournisseurs si leur système de gestion respecte les éléments du code de conduite de l'industrie électronique (Electronic Industry Code of Conduct - EICC) qui porte sur le non-recours au travail des enfants.

### Abolition du travail forcé ou obligation

HR7 Activités identifiées comme présentant un risque significatif d'incidents relatifs au travail forcé ou obligatoire; mesures prises pour contribuer à abolir ce type de travail.



Les fournisseurs de matériel informatique présentent des risques quant au recours au travail forcé ou obligatoire. Nous avons demandé à nos 100 principaux fournisseurs si leur système de gestion respecte les éléments du code de conduite de l'industrie électronique (Electronic Industry Code of Conduct - EICC) quant au travail librement choisi.

## Société

### Communauté

SO1 Nature, portée et efficacité de tout programme et pratique d'évaluation et de gestion des impacts des activités, à tout stade d'avancement, sur les communautés.



23 ♦

### Corruption

SO3 Pourcentage de salariés formés aux politiques et procédures anti-corruption de l'organisation.



11 ♦

## Responsabilité liée aux produits

### Étiquetage des produits et des services

PR5 Pratiques relatives à la satisfaction client et notamment résultats des enquêtes de satisfaction client.



9 ♦