



# RAPPORT EXTRA-FINANCIER



AVANT-PROPOS.....	06
-------------------	----

## COOPÉRER

<b>PROGRAMME GOUVERNANCE.....</b>	<b>08</b>
Cultiver la différence coopérative à l'échelle du Groupe.....	10
Up, un acteur engagé dans la promotion de son modèle coopératif.....	11
Instances décisionnelles du Groupe.....	12
Certificats, labels et évaluations.....	14
Démarche d'évaluation volontaire avec Ecovadis.....	15

## PROGRESSER

<b>PROGRAMME ÉCONOMIQUE.....</b>	<b>16</b>
Une organisation au service du client.....	18
Acteur de l'innovation.....	18
Digitalisation et offres intégrées : anticiper les besoins des clients.....	19
Croissance externe soutenue.....	21
Cartographie des implantations 2017 du groupe Up.....	22
Chiffres clés 2017.....	23

## ENCOURAGER

<b>PROGRAMME SOCIAL.....</b>	<b>24</b>
Une organisation Ressources Humaines au service du Groupe.....	26
Promouvoir un modèle de management coopératif et en assurer la performance opérationnelle.....	27
Accompagner le développement des compétences des collaborateurs et assurer leur employabilité.....	27
Faire du dialogue social un outil au service de l'amélioration continue et d'une politique sociale innovante.....	28
Un engagement renouvelé en matière de diversité et de qualité de vie au travail.....	29
Structuration des effectifs.....	31
Emploi.....	33
Organisation du travail.....	37
Santé et sécurité.....	38
Formation.....	40
Promotion et respect des stipulations des conventions fondamentales de l'OIT.....	41

## INSPIRER

<b>PROGRAMME SOCIÉTAL</b> .....	42
Une politique de mécénat engagée au service du pouvoir d’agir .....	44
Le mécénat selon Up .....	45
Focus sur des projets de mécénat Impulse .....	47
Embarquer les collaborateurs .....	48
Un engagement sociétal qui se poursuit... ..	49
L’Économie Sociale et Solidaire (ESS) au service du développement durable .....	50
Déployer la Charte des achats responsables .....	51
Déployer la Charte des achats responsables en France .....	52
L’impact territorial de Up .....	55

## PRÉSERVER

<b>PROGRAMME ENVIRONNEMENTAL</b> .....	58
Des enjeux partagés avec les collaborateurs .....	61
Maîtriser l’impact des produits du groupe Up .....	62
Agir au quotidien .....	64

<b>CADRE DE RÉFÉRENCE DU CONTRÔLE INTERNE</b> .....	70
Référentiel de contrôle interne retenu par le groupe Up .....	70
Un dispositif articulé autour de 6 axes .....	70
Interlocuteurs concernés .....	73

<b>CADRE DE RÉFÉRENCE DU RAPPORT EXTRA-FINANCIER</b> .....	76
Période de reporting .....	76
Périmètre de consolidation des données extra-financières .....	76
Outils utilisés pour la collecte des données .....	76
Statut des filiales .....	77
Tableau récapitulatif du périmètre, listant les filiales et leurs statuts .....	78
Évolutions du périmètre en 2017 .....	79
Vérification des données 2017 .....	79
Consolidation .....	79
Rédaction .....	79
Taux de couverture .....	79

<b>RAPPORT DE L’ORGANISME TIERS INDÉPENDANT</b> .....	80
---	----

<b>ANNEXES</b> .....	84
Table de correspondance : Article 225 Grenelle II .....	84
Table des légendes .....	88



Ceci est notre **Communication sur le Progrès** sur la mise en œuvre des principes du **Pacte mondial des Nations Unies**.

Nous apprécions vos commentaires sur son contenu.

## Le groupe Up, un Groupe engagé au service d'une ambition sociétale



La singularité, la force et l'ambition du groupe Up se trouvent incarnées dans son projet stratégique, dont les cinq programmes irriguent au quotidien l'action et l'engagement de tous nos collaborateurs, en France et dans le monde. Le modèle démocratique de gestion de l'entreprise qui caractérise la maison-mère depuis son origine, est un modèle dont il importe de promouvoir les caractéristiques et les vertus : celles qui contribuent à donner une voix à chacun pour participer de façon effective au destin partagé d'une entreprise différente.

Le programme social que le Groupe déploie en est le prolongement naturel, il se caractérise par notre volonté de faire que le dialogue social soit au cœur de notre progression commune.

2017 a été une année forte placée sous le signe de l'innovation.

Quels que soient les pays d'implantation du Groupe, le développement de nos activités est guidé par la volonté constante d'apporter de nouvelles solutions à nos bénéficiaires, de renforcer le service à nos clients, et de mettre le numérique et le digital au service de ces ambitions.

Les engagements sociétaux du groupe Up se sont également renforcés en 2017. Une nouvelle politique de mécénat a été lancée, prise en main par nos filiales, et s'est matérialisée par la transformation de notre Fondation en Fondation d'entreprise. Contribuer au "pouvoir" d'agir ensemble, en lien avec la société civile, partout où nous sommes présents, sur des enjeux aussi essentiels que la santé, l'éducation, le logement et l'alimentation.

Enfin, les engagements environnementaux du Groupe se sont matérialisés en 2017 par des actions spécifiques engagées en France et dans l'ensemble de nos filiales, afin, notamment de lutter contre le réchauffement climatique.

L'ensemble de ces ambitions explique pourquoi, en qualité de membre du Pacte Mondial des Nations Unies pour la France, nous réitérons notre soutien aux 10 principes du Pacte Mondial et aux Objectifs de Développement Durable. Ce soutien est l'expression d'une ambition forte, celle d'un Groupe qui souhaite que notre Société soit plus juste, plus solidaire et plus durable."

**CATHERINE COUPET,**  
Présidente Directrice Générale  
du groupe Up

Engagé depuis sa création, le groupe Up a toujours affirmé ses valeurs et conduit des actions démontrant que sa responsabilité ne se limite pas qu'à la création de profits. Au sein du groupe Up, être responsable c'est conjuguer gouvernance démocratique, création de richesses, bien-être au travail, proximité avec la société civile et la protection de l'environnement.

Son projet stratégique intègre toutes les dimensions de la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) au travers de ses cinq programmes. Ce projet est porté au plus haut niveau de ses instances décisionnelles, et se concrétise à travers la mobilisation des presque 3 500 collaborateurs du Groupe !

Le groupe Up contribue au progrès social depuis son origine, à travers son modèle coopératif, sa gouvernance démocratique, ses produits, ses services et ses engagements auprès de la société civile.

Il fait partie des acteurs majeurs de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS), un secteur d'avenir qui conjugue modernité, innovation et développement durable.

## LE PROJET STRATÉGIQUE EST STRUCTURÉ AUTOUR DE 5 PROGRAMMES

### 01 GOUVERNANCE

**Gouverner de façon démocratique** dans le respect de son statut coopératif et de ses valeurs. Revendiquer son appartenance au secteur de l'économie sociale et son engagement dans une économie alternative, qui choisit de placer l'Homme au cœur de sa réussite. Porter l'ambition d'être et de rester un groupe libre, indépendant et innovant.

### 02 ÉCONOMIQUE

**Innover pour générer une croissance soutenue et durable.** Le Groupe vise 10 milliards d'euros de volume d'émission et 500 millions de chiffre d'affaires en 2018. Il souhaite également accroître son volume d'émission numérique pour répondre aux besoins de ses nouveaux clients et distributeurs. Ces objectifs ambitieux garantiront la pérennité du Groupe et lui permettront d'établir de nouvelles relations avec ses clients, partenaires et utilisateurs.

### 03 SOCIAL

**Faire de chaque collaborateur l'acteur d'une ambition collective.** Écouter, accompagner et reconnaître les collaborateurs afin de les impliquer dans cette réussite économique et les faire bénéficier du fruit de leur travail.

Le groupe Up est engagé dans une démarche libre et volontaire de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) depuis 2010. Il publie, depuis 2012, un rapport responsable qui présente ses engagements et ses réalisations en faveur du développement durable, illustrés par des chiffres et des tendances.

Depuis 2014, le groupe Up soumet son rapport à la vérification volontaire d'un OTI (Organisme Tiers Indépendant).

Dès 2015, avec un an d'avance, le Groupe s'est volontairement soumis à l'audit extra-financier réalisé par un OTI. Celui-ci a attesté l'exhaustivité et la sincérité des critères matériels définis dans le rapport.

En 2016, le Groupe a atteint les seuils réglementaires. Il a donc été audité pour la deuxième année consécutive par l'OTI, qui lui a délivré à nouveau l'attestation de présence et l'avis motivé sur la sincérité, intégrés au rapport.

Cette année encore, le groupe Up souhaite que son rapport extra-financier permette de matérialiser, suivre et piloter la réalisation de son projet stratégique, de façon transparente. C'est pourquoi, il présente dans son rapport les indicateurs et les

réalisations effectuées en faveur d'une politique responsable au cours de l'exercice précédent.

Par ailleurs, ce rapport évoque la volonté du Groupe de valoriser ses actions en lien avec les engagements qu'il a pris, tels que le Pacte mondial des Nations Unies, la Charte de la diversité, les engagements pris auprès du Labo de l'ESS...

Des rapports filialisés ont également été créés pour permettre à chaque filiale, ayant reporté, de suivre et de communiquer ses données extra-financières. Ils constituent en cela un véritable outil de pilotage que chaque entité s'approprie.

À l'ère du reporting intégré, les informations financières et extra-financières se complètent de façon pertinente et sont amenées à fusionner vers un rapport de gestion unique, qui comprendra la Déclaration de Performance Extra-Financière (DPEF).

Un protocole spécifique au rapport extra-financier 2017 présente de façon détaillée : le périmètre, les outils de collecte, le calendrier, la méthodologie et les règles de consolidation, employés pour réaliser ce rapport. Une synthèse de ce document est présentée en fin de rapport dans la partie intitulée « Cadre de référence du reporting ».

## 04 SOCIÉTAL

**Créer du lien pour donner à chacun le pouvoir d'agir,** à travers une politique de mécénat ambitieuse. Engager ses filiales, dans le monde entier, dans une démarche d'achats responsables conforme à sa stratégie de performance durable.

## 05 ENVIRONNEMENT

**Engager les salariés pour réduire les impacts sur l'environnement.** Contribuer de façon plus proactive et responsable à la lutte contre le réchauffement climatique et agir dans l'intérêt des générations futures.



coop



# Coopérer

CONSTRUIT SUR DES BASES COOPÉRATIVES SPÉCIFIQUES, LE GROUPE UP FAIT PARTIE DES ACTEURS MAJEURS DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE (ESS). CRÉÉE EN 1964, UP, LA MAISON-MÈRE DU GROUPE, ENTRE PLUS PRÉCISÉMENT DANS LA CATÉGORIE DES SOCIÉTÉS COOPÉRATIVES ET PARTICIPATIVES (SCOP), UN STATUT IMPLIQUANT QU'ELLE EST SOUMISE AUX IMPÉRATIFS ÉCONOMIQUES DES ENTREPRISES, TOUT EN REPOSANT SUR UN FONCTIONNEMENT DÉMOCRATIQUE ET PARTICIPATIF.

Depuis 53 ans, à travers son modèle entrepreneurial et ses solutions intégrées au service du progrès social et sociétal, le groupe Up démontre qu'il est possible de réussir économiquement en adoptant un modèle de développement différent, plus équitable et plus durable.

### CULTIVER LA DIFFÉRENCE COOPÉRATIVE À L'ÉCHELLE DU GROUPE

Cultiver la différence coopérative fait partie des ambitions du projet stratégique du Groupe, dans lequel est affirmée la volonté de porter les 5 grands principes du modèle coopératif dans l'ensemble des pays d'implantation. En 2016, 10 engagements, qui découlent de ces principes, ont été formalisés par le Conseil d'Administration du Groupe et leur déploiement a été réalisé en mai 2017 à l'occasion du séminaire stratégique réunissant les Directions Générales.

Avec 3 465 collaborateurs, une croissance soutenue et une présence dans 19 pays, travailler sur un socle de valeurs communes, sur lequel

s'appuie la stratégie du Groupe, devient une priorité.

Afin de traduire cette dernière en actes, des ateliers ont ainsi été organisés en 2016 dans différents pays : Espagne, Italie, Roumanie, Pologne, Maroc et France. Ils se sont poursuivis courant 2017 dans les pays suivants : République tchèque, Slovaquie, Mexique, Belgique et Brésil. Ils se poursuivront ultérieurement dans d'autres pays.

L'objectif de ces ateliers est de favoriser l'expression, la responsabilisation de chacun, de contribuer à la construction d'une culture et d'une identité Groupe, par-delà la diversité d'origines, qui viendra alimenter le système d'information des ressources humaines des filiales.

#### PRINCIPES ET ENGAGEMENTS DU GROUPE UP

PRINCIPES	ENGAGEMENTS
ANIMER UNE GOUVERNANCE PARTICIPATIVE	<b>Informier et échanger régulièrement</b> avec les salariés sur la stratégie, les objectifs, les résultats du Groupe et de la filiale. <b>Encourager les représentations et l'engagement</b> des salariés au sein de l'entreprise afin de favoriser le dialogue social.
ASSURER PLEINEMENT NOTRE RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE	<b>Mener des actions</b> au bénéfice de l'intérêt général. <b>Entretenir des relations équilibrées</b> avec nos parties prenantes.
DÉVELOPPER UN SYSTÈME DE MANAGEMENT COOPÉRATIF	<b>Animer, mobiliser et fédérer le collectif</b> pour responsabiliser et impliquer le salarié.
PENSER L'ENTREPRISE COMME UNE SOURCE D'ÉPANOUISSEMENT DES PERSONNES	<b>Penser le travail</b> comme facteur d'évolution des personnes. <b>Favoriser l'égalité et la diversité</b> et encourager le vivre ensemble. <b>Organiser la protection financière et sociale</b> du salarié et de sa famille.
CRÉER DE LA RICHESSE POUR ASSURER NOTRE DÉVELOPPEMENT ET LA PARTAGER DANS LE RESPECT DES VALEURS GROUPE	<b>Répartir dans le respect des valeurs du Groupe</b> les richesses produites collectivement (distribuer une partie des résultats : participation, intéressement...) <b>Assurer la pérennité</b> de l'entreprise.

P1-Schéma 1



**CETTE RÉUSSITE ÉCONOMIQUE EST LE FRUIT  
D'UN MODÈLE DE GOUVERNANCE COOPÉRATIF.**

Il démontre chaque jour qu'il est possible de réussir économiquement tout en entreprenant autrement. »

**Catherine Coupet, PDG du groupe Up**

**UP, UN ACTEUR ENGAGÉ  
DANS LA PROMOTION  
DE SON MODÈLE COOPÉRATIF**

La réussite économique et le développement international du groupe Up sont indissociablement liés à son attachement historique aux valeurs coopératives qui nourrissent son identité. S'il est attentif à diffuser cette culture différenciante au sein de ses équipes et de ses filiales, partout dans le monde, il s'attache également à faire entendre sa voix en direction des pouvoirs publics et de la société civile pour promouvoir un modèle de développement plus équitable et durable, fondé sur une gouvernance démocratique.

En France, Up est aujourd'hui reconnu comme un acteur emblématique de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS). Son implantation dans de nombreux pays l'a par ailleurs conduit à s'ouvrir à de nouveaux réseaux, à l'international, afin de contribuer à la diffusion d'approches entrepreneuriales différentes, porteuses de valeurs et de sens.

Cette logique d'ouverture et d'engagement est clairement inscrite dans le projet stratégique du Groupe.

Acteur engagé au sein de son écosystème, Up participe sur le plan régional, national et international, à de nombreuses structures représentatives de l'ESS, qui travaillent à asseoir la reconnaissance du modèle coopératif, à accompagner son développement, à favoriser la mise en réseau et les échanges, et à construire une action de plaidoyer auprès des institutions et des acteurs politiques.

En tant que première Scop de France par son chiffre d'affaires, la coopérative Up est l'un des principaux contributeurs financiers de la Confédération générale des Scop, porte-parole du Mouvement Scop, et présidée, depuis octobre 2016, par Jacques Landriot, l'ancien PDG de Up.

À ce titre, Up apporte un soutien important à l'action principale des Unions régionales des Scop dont les objectifs sont : d'accompagner la création de nouvelles sociétés coopératives et participatives, de contribuer à la transformation d'entreprises classiques en Scop, et d'apporter son appui aux coopératives existantes. Les chiffres montrent une croissance régulière (supérieure à 4 % par an depuis plusieurs années) du nombre d'entreprises et d'emplois créés dans les territoires grâce au réseau des Scop.

L'année 2017 a marqué une première étape dans la mise en œuvre d'un plan ambitieux, soutenu par le mouvement des Scop, visant à créer 20 000 emplois à l'horizon 2020. L'objectif est de porter l'effectif global des Scop, en France, à 70 000 salariés d'ici cette échéance.

À travers son adhésion à l'Avise (Agence d'ingénierie pour développer l'ESS), dont il est membre administrateur, le Groupe contribue par ailleurs à la mise en œuvre d'expérimentations et d'actions de terrain innovantes (notamment le programme Jeun'ESS) qui permettent de faire progresser l'ESS et de mobiliser de nouveaux partenaires, publics et privés.



**LA PRINCIPALE AMBITION DE L'AVISE, EN TANT QU'AGENCE D'INGÉNIEURIE  
ET DE SERVICES, EST D'ACCROÎTRE LE NOMBRE ET LA PERFORMANCE DES  
STRUCTURES DE L'ESS, QUI SONT À LA FOIS CRÉATRICES D'ACTIVITÉS, D'EMPLOIS,  
D'INNOVATION ET DE COHÉSION SOCIALE.**

La présence de Up au sein de notre Conseil d'Administration, aux côtés des grandes familles et entreprises de l'écosystème ESS, légitime notre action. Très concrètement, les contributions financières de nos adhérents nous permettent d'innover, d'expérimenter et d'inciter de nouveaux partenaires à nous suivre dans des programmes d'action toujours plus ambitieux. À titre d'exemple, Avise est l'animateur d'une communauté de 106 dispositifs (incubateurs, fabriques à initiatives...) dédiés à l'émergence et à l'accélération de l'innovation sociale. Nous animons également le HubESS, initié par la Caisse des Dépôts et Consignations, pour orienter les entrepreneurs de l'ESS vers les acteurs les plus à même de les accompagner dans leurs projets de développement. »

**Jerôme Saddier, président de l'Avise**

Par son histoire, sa culture propre, son développement et sa position au sein du mouvement coopératif, le groupe Up apporte également une contribution importante aux échanges, réflexions et actions de promotion visant à faire avancer le modèle coopératif et l'ESS.

En 2017, il a ainsi participé à deux journées nationales, organisées par Coop FR, les 13 et 14 septembre à Paris sur le thème « Planète Coopérative : les coopératives pour un monde meilleur ! » L'objectif de ces 2 journées était de présenter l'action coopérative, son cadre juridique, ses principes, et d'ouvrir une réflexion prospective sur l'avenir du modèle dans la société.

Coop FR est l'organisation représentative du mouvement coopératif français. Elle porte la voix de plus de 23 000 entreprises coopératives issues des différentes familles du mouvement (coopératives agricoles, coopératives de consommateurs, coopératives bancaires...et donc Scop).

Le Groupe est aussi actif au sein du Labo de l'ESS, think tank qui œuvre à faire connaître et reconnaître l'ESS à travers ses travaux, ses publications et l'organisation d'événements grand public.



LE SOUTIEN D'ACTEURS  
COMME UP LÉGITIME  
NOTRE ACTION »

**Jerôme Saddier,**  
président de l'Avise

Le Groupe a notamment participé aux réflexions engagées dans le cadre du cycle Prospectiv'ESS. Enfin, le groupe Up s'implique activement dans les structures de représentation du mouvement coopératif au niveau international et européen : il est membre adhérent du Leadership Circle de l'Alliance coopérative internationale et contribue fortement à la promotion des modèles démocratiques, coopératifs et participatifs. En 2017, son implication et ses prises de parole lui ont permis de valoriser son expérience.

## INSTANCES DÉCISIONNELLES DU GROUPE

### LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil d'Administration a été élu par les sociétaires lors de l'Assemblée Générale de juin 2015, pour un mandat de 4 ans. Il est composé de 10 administrateurs et 2 administratrices. En 2017, 8 réunions du Conseil d'Administration ont été organisées, avec un taux de participation de 97,92 %.

**12 MEMBRES AU CA**  
(2 FEMMES 10 HOMMES)



**4 ANS**  
DE MANDAT



**8**  
RÉUNIONS



**TAUX MOYEN DE PARTICIPATION**



P1-Schéma 2

## COMITÉ EXÉCUTIF

Le Comité Exécutif réunit la Présidente et Directrice Générale, les Directeurs Fonctionnels Groupe et les Directeurs Généraux de Zones. En 2017, il est composé de 29 % de femmes et 7 réunions ont eu lieu, avec un taux moyen de participation de 95,24 %.

**14 MEMBRES AU COMEX**  
(4 FEMMES 10 HOMMES)



**19,92**  
JOURS DE FORMATION



**7**  
RÉUNIONS



**TAUX MOYEN DE PARTICIPATION**

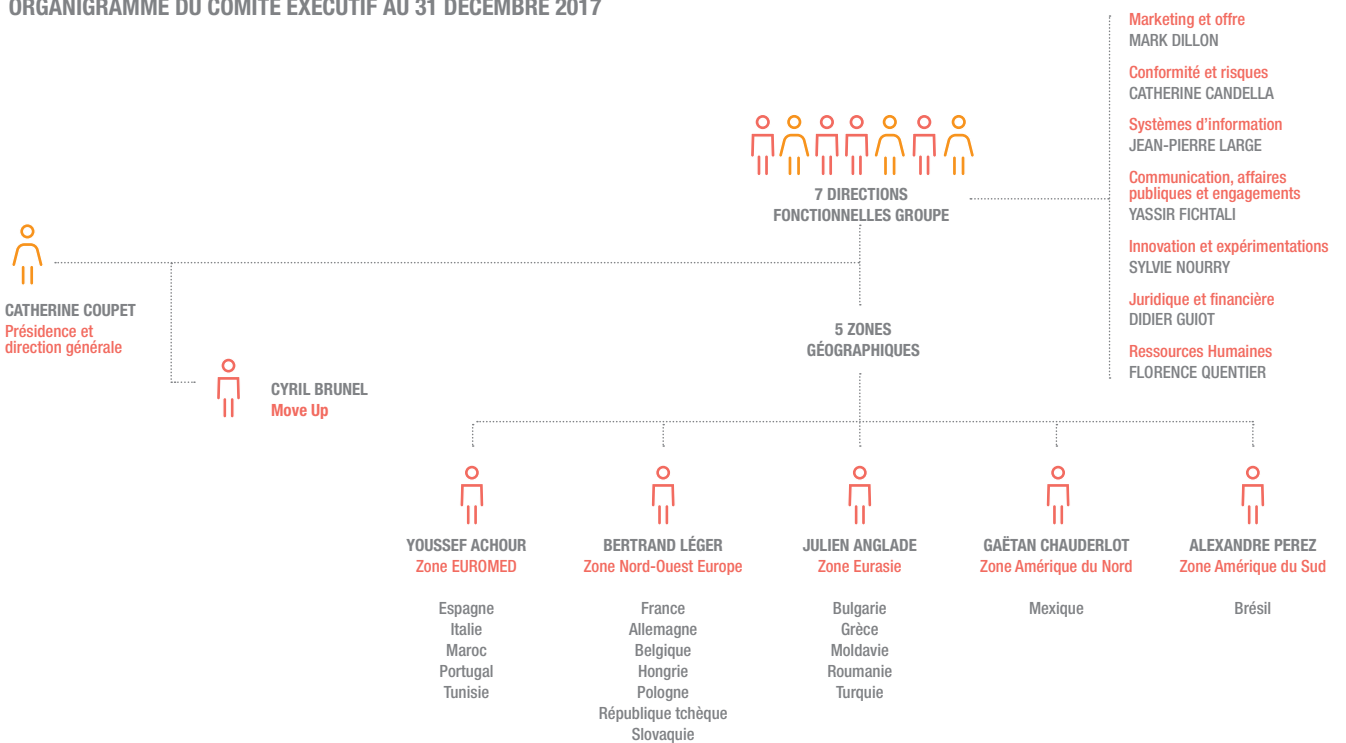


La baisse du nombre de jours de formation s'explique par le fait que des formations en langue étrangère et en « Design Thinking » ont été réalisées en 2016.

P1-Schéma 3

## UNE ORGANISATION MISE EN ŒUVRE EN 2017 AU SERVICE DU PROJET STRATÉGIQUE

### ORGANIGRAMME DU COMITÉ EXÉCUTIF AU 31 DÉCEMBRE 2017



P1-Schéma 4

### PART DES FEMMES DANS LES MANDATS SOCIAUX



Le changement dans le libellé de la donnée («Femmes dans les instances de direction» en 2016 par «Femmes dans les mandats sociaux» en 2017) ne permet pas de comparabilité avec 2016.

P1-Schéma 5

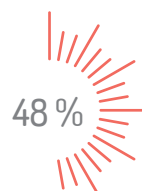
### PART DES FEMMES DANS LES 10 % DES PLUS HAUTES RÉMUNÉRATIONS DU GROUPE



P1-Schéma 6

En 2017, 22% de femmes composent les instances de Direction au sein du Groupe. Le nombre de femmes dans les 10% des plus hautes rémunérations diminue légèrement en 2017 et s'établit à 33%.

### PART DES FEMMES RECRUTÉES EN CDI DANS LE GROUPE



2016



2017

P1-Schéma 7

### CERTIFICATS, LABELS ET ÉVALUATIONS

Grâce à la redéfinition du périmètre de collecte, le nombre de certifications a augmenté significativement, passant de 18 à 25 certifications pour l'année 2017. Par exemple, les certificats ISO9001 des filiales Alios, Kalidea, Up Bulgarie et Up Viroba ont été pris en compte cette année.

#### PANORAMA 2017 DES CERTIFICATS, LABELS ET ÉVALUATIONS

Taux de couverture : 100 %	France	Rép. tchèque	Slovaquie	Belgique	Italie	Espagne	Turquie	Roumanie	Bulgarie	Brésil	Mexique	TOTAL
<b>CERTIFICATIONS</b>												
Certification ISO 9001	3	2	1		1	1	1	1	2		1	13
Certification ISO 27001								1	1	1		3
Certification ISO 14001	1				1			1				3
Certification SA 8000					1							1
Certification ISO 10002							1					1
Certification PEFC	1											1
Certification FSC					1						1	2
Certification OHSAS 18001								1				1
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>1</b>		<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>25</b>
<b>ÉVALUATIONS</b>												
Évaluation IQNet SR10						1						1
Notation ECOVADIS	3		1	1		1			1		1	8
Label Great Place To Work											1	1
<b>BILANS CARBONE</b>												
Évaluation empreinte carbone						1		1				2

En 2016, les certificats et labels avaient été collectés uniquement pour les filiales au statut Principal (Cf. Cadre de référence en fin de rapport). Cette année, l'inventaire a été fait sur l'ensemble des filiales afin de valoriser le travail de tous les collaborateurs. Les notations Ecovadis 2016/2017 doivent avoir au minimum 6 mois de validité en 2017 pour être prises en compte.

P1-Schéma 8

Le nombre de notations Ecovadis (de 14 à 8 filiales) a diminué entre 2016 à 2017 du fait que les notations des filiales évaluées début 2016 n'ont pas été comptabilisées, n'étant valides que jusqu'à début 2017.

Ces choix sont le reflet de la recherche permanente de sincérité et de fiabilité dans la collecte des données utilisées par le groupe Up pour illustrer ses démarches de certification et d'évaluation.

### **DÉMARCHE D'ÉVALUATION VOLONTAIRE AVEC ECOVADIS**

Le groupe Up, conscient des enjeux liés à la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE), a souhaité se faire évaluer dès 2014 par Ecovadis. Cette plateforme, indépendante et reconnue à travers 140 pays, est utilisée par des entreprises issues de 150 secteurs d'activité différents.

La méthodologie Ecovadis repose sur les standards internationaux du développement durable, en particulier le « Global Reporting Initiative », le Pacte Global des Nations Unies et la norme ISO 26 000.

La plateforme permet une évaluation sur la base de 21 critères articulés autour de 4 thématiques :

- Environnement
- Social
- Éthique des affaires
- Achats responsables

En 2017, le Groupe a renouvelé sa démarche d'évaluation dont les résultats sont en constante progression depuis quatre ans.

La coopérative atteint le niveau « Gold », pour la deuxième année consécutive, avec une note globale de 72/100 et améliore ainsi son score global de 10 points par rapport à sa note de 2016. Cela la place dans le TOP 1 % des 40 000 entreprises les plus vertueuses, évaluées par Ecovadis.

Cette année, 9 autres filiales ont souhaité se faire évaluer afin de s'améliorer, mais également de communiquer sur leur niveau d'engagement auprès de leurs partenaires.

Pour faciliter l'intégration de critères du développement durable dans ses relations clients et fournisseurs, le Groupe vient de renouveler son partenariat commercial avec Ecovadis pour les 3 années à venir, permettant ainsi à chaque filiale qui le souhaite d'améliorer ses bonnes pratiques RSE et d'apporter de la visibilité sur ses différents plans d'action au sein de son organisation.

L'ambition du Groupe est de faire de cette démarche un réel levier de performance auprès de ses parties prenantes.



A woman with her hair in a bun, wearing a grey t-shirt and dark leggings, is shown in profile in a gym setting. She is looking upwards and to the right, with her right arm raised. The background is a blurred gym environment with a yellow tint. The word "program" is written in large, white, lowercase letters across the center of the image.

program





# essier

LE GROUPE UP PUISE SES VALEURS DANS UN MODÈLE DE RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE ET INVESTIT DANS UNE ÉCONOMIE DURABLE, DONT LA DYNAMIQUE D'INNOVATION ET L'ESPRIT D'ENTREPRENEURIAT SONT MIS AU SERVICE D'UNE SOCIÉTÉ PLUS JUSTE, PLUS SOCIALE ET PLUS DÉMOCRATIQUE. SUR SES 5 MARCHÉS, COMME DANS CHACUN DE SES 19 PAYS, IL S'INSCRIT DANS **UNE DÉMARCHE D'INNOVATION VOLONTARISTE** IMPLIQUANT SES COLLABORATEURS ET DE NOMBREUX PARTENAIRES EXTERNES. EN 2017, LE DYNAMISME DU GROUPE S'EST CONCRÉTISÉ PAR LE LANCÉMENT DE NOUVELLES SOLUTIONS CONTRIBUANT À AMÉLIORER LE QUOTIDIEN DE SES CLIENTS ET DE SES BÉNÉFICIAIRES.

Chaque jour, Up connecte les individus, les entreprises et les territoires en développant des plateformes de gestion, de transactions et de relations qui contribuent au bien-être et à la performance.

En concevant des solutions intégrées qui répondent aux besoins de ses différents clients et bénéficiaires, il facilite l'accès à l'alimentation, la culture, les loisirs, l'éducation, l'aide à domicile, l'aide sociale, la gestion des frais professionnels et l'animation de dispositifs de motivation et de fidélité.

En 2017, Up a accompagné le quotidien de 24,5 millions de personnes dans le monde.

Ces dernières années, le digital a profondément révolutionné les manières de vivre et de consommer. Désormais équipé d'outils numériques, le citoyen-consommateur a compris ce qu'induit ce changement et les avantages qu'il peut en tirer. Il développe de nouvelles attentes, exige immédiateté, interactivité et reconnaissance individuelle. De leurs côtés, commerçants, entreprises et collectivités sont en recherche de nouvelles solutions innovantes, performantes et sécurisées, afin de répondre à ces attentes.

Le groupe Up accompagne ces transformations. Il s'attache aujourd'hui à faire évoluer ses produits et ses services pour concevoir une offre adaptée à ces nouveaux usages.

Fidèle à ses valeurs fondatrices, centrées sur l'humain, il entend développer des solutions à la fois porteuses de sens et de valeur ajoutée au quotidien, qui permettent de créer du lien.

### UNE ORGANISATION AU SERVICE DU CLIENT

Afin de répondre à ces enjeux qui exigent tout à la fois agilité, créativité, capacité d'innovation et ouverture sur un écosystème de nouveaux acteurs, le groupe Up a repensé son organisation. Il a mis en place de nouvelles directions chargées d'apporter, en pleine complémentarité, une contribution plus active au projet stratégique. Elles ont commencé à déployer leur activité début 2017.

Chargée de construire une vision prospective des différents marchés, à l'échelle internationale, la nouvelle Direction Marketing et Offre Groupe (DMOG) explore les nouveaux usages de consommation et évalue leurs impacts sur le modèle économique en vue d'accélérer le développement stratégique du Groupe. Elle s'attache par ailleurs à identifier les relais de croissance : futurs pays d'implantation, projets d'acquisitions et de partenariats, en cohérence avec la stratégie du Groupe.

La Direction Systèmes d'Information Groupe (DSIG) a vocation, pour sa part, à accompagner la mise en marché et l'évolution des offres digitales. Elle propose un appui technique aux filiales, les accompagne dans le développement de leurs projets et dans la sécurisation de leurs systèmes. Elle œuvre surtout à la mise en cohérence et à la mutualisation de l'ensemble des outils du Groupe. C'est notamment l'objectif du programme « Happy Place », qui vise à faciliter la réutilisation des développements informatiques et donc à accélérer la mise sur le marché des solutions proposées par le Groupe. En facilitant le déploiement d'applications et le partage de « briques » logicielles, cet espace contribue à créer une culture collaborative entre les filiales et à renforcer l'agilité du Groupe.

La nouvelle Direction Innovation et Expérimentations Groupe (DIEG) a, quant à elle, pour missions de stimuler, de structurer et d'animer la démarche de transformation technologique du Groupe afin d'accélérer la construction d'une offre digitale à haute valeur d'usage. Véritable laboratoire, elle interagit avec l'ensemble des directions et des filiales, mais également avec des partenaires extérieurs, start-up et fonds d'investissement, dans une logique d'open innovation. Pour ce faire, elle s'appuie sur deux outils : le « booster » pour accompagner, sur des délais très courts, l'expérimentation et le lancement de projets ciblés, en phase avec les objectifs du Groupe ; et un fonds d'innovation doté de 30 millions d'euros sur 5 ans pour soutenir leurs développements dans la durée.

### ACTEUR DE L'INNOVATION

Engagée fin 2016, la démarche d'innovation portée par la Direction Innovation et Expérimentations Groupe a continué à s'organiser et à se structurer tout au long de l'année 2017. Elle a commencé à

porter ses fruits, notamment à travers deux projets.

Dans le cadre du fonds d'innovation, un premier investissement a été réalisé au printemps 2017 auprès de la start-up Les Habitueés. Cette jeune pousse française a imaginé une solution de fidélisation par le prépaiement, déployée pour l'instant dans une quinzaine de villes en France. Cette application mobile et Internet permet au consommateur de créditer un compte chez son commerçant de quartier. En contrepartie, ce dernier lui propose des avantages et des promotions selon son niveau de fidélité. Ce projet s'inscrit parfaitement dans la volonté du groupe Up de développer de nouveaux services aux commerçants et de tisser de nouveaux liens de proximité dans les villes.

Dans la continuité des partenariats stratégiques engagés avec différents fonds d'investissement, comme Idinvest ou Paris&Co, le groupe Up s'est par ailleurs associé à l'accélérateur Lafayette Plug & Play. Cette initiative portée par les Galeries Lafayette et Plug & Play Tech Center, première plateforme d'innovation au monde, implantée dans la Silicon Valley, vise à accompagner des start-up françaises et internationales et les mettre en relation avec de grands groupes afin de favoriser l'éclosion d'un nouvel écosystème dans le secteur du commerce et de la mode. En phase avec le projet stratégique du Groupe, ce rapprochement permettra également d'ouvrir à ses filiales un accès au réseau international de Plug & Play (technologie « brancher et utiliser ») en Europe, aux États-Unis et en Amérique du Sud.

Parmi ses missions, la Direction Innovation et Expérimentations Groupe a aussi pour objectif d'insuffler une culture de l'innovation chez les collaborateurs du Groupe et de leur donner la possibilité d'exprimer leur créativité. Initié en France en 2016, le Défi Innovation a vu le jour en 2017, en République tchèque, en Slovaquie et en Italie. Ce défi invite les collaborateurs à imaginer et à formaliser, en lien avec des start-up, des solutions innovantes susceptibles de faire évoluer les services du Groupe.

En France, le projet lauréat a donné naissance au dispositif Kenkoï, une plateforme web, lancée et commercialisée en 2017, qui propose aux entreprises une solution clé en main d'anim-

### EN ESPAGNE, UP FAIT L'ACQUISITION DE LA START-UP HEYPLEASE

En 2017, le groupe Up a enrichi son offre avec l'acquisition de la start-up HeyPlease et de son application mobile. Le principe : proposer aux utilisateurs une solution intégrant le paiement sécurisé auprès des restaurateurs et de nombreux services en ligne : gestion des frais, accès à des points fidélité et à des offres préférentielles... Déjà bien engagée en 2017, la constitution du réseau de restaurateurs va également se poursuivre avec un objectif de 1 000 à 1 500 affiliés en juin 2018.

tion de la qualité de vie au travail, à travers un jeu collectif et connecté.

### DIGITALISATION ET OFFRES INTÉGRÉES : ANTICIPER LES BESOINS DES CLIENTS

Portée par l'ensemble des filiales, la dynamique d'innovation se déploie dans tous les pays d'implantation du Groupe. Elle vise à intégrer les nouveaux usages des clients, bénéficiaires et affiliés en accélérant le processus de digitalisation et mettant en œuvre une approche de plus en plus transversale des offres. Il s'agit tout à la fois de proposer des solutions de paiement facilité, voire élargies à d'autres domaines, et d'y associer, via des plateformes Internet et mobiles, une gamme de nouveaux services et de fonctionnalités balayant l'ensemble d'un univers de consommation (alimentation, santé, cadeau, éducation...).

Après un an d'expérimentations, 2017 a été l'année du développement industriel de la solution de paiement mobile du Groupe, avec des niveaux de performance adaptés aux déploiements dans les filiales. 2018 sera l'année de l'intégration du paiement mobile dans les offres digitales intégrées de plusieurs pays. La Slovaquie, la République tchèque et la France, seront ainsi les premiers pays à proposer une application de paiement à leurs bénéficiaires.

En parallèle de cette innovation, de nombreuses filiales ont lancé de nouveaux supports dématérialisés en 2017 : la carte vacances en Roumanie, les cartes repas en Slovaquie et en République tchèque.

En Turquie, la solution Bravo offre une alternative au compte bancaire classique. En quelques clics, via le wallet mobile Bravo (porte-monnaie numérique), le client a la possibilité de commander une carte Mastercard lui donnant accès à un réseau universel et peut avoir accès à différentes

fonctionnalités : consultation en temps réel de l'historique des paiements, paiement par QR code, recherche de promotions et de remises, paiement de factures, transfert d'argent, etc. En supplément, l'utilisation de la carte Bravo donne accès à une multitude de programmes de remises et de cashback (rétro remises).

En Belgique, Up Monizze cumule désormais trois avantages extra-légaux sur une même carte. Au titre repas sont successivement venus s'ajouter l'éco-chèque en 2016 et le titre cadeau en 2017. La filiale projette désormais la construction d'une plateforme de gestion d'avantages.

Dans ce domaine, plusieurs avancées ont aussi été enregistrées en 2017.

La filiale slovaque a inauguré sa plateforme Don Apetit. Cette offre facilite la mise en relation entre les clients et les commerçants affiliés (géolocalisation, réservation, accès à des tarifs préférentiels...).

En Italie, profitant de l'évolution de la législation sur les avantages aux salariés, Day a lancé le titre Up Welfare, adossé à une solution en ligne permettant de gérer un ensemble d'avantages sociaux défiscalisés dans des domaines aussi variés que les soins, l'éducation, les transports, le bien-être, la culture... Cette formule intégrée a connu un fort développement en 2017 sur un marché pourtant très concurrentiel.

En Pologne, la plateforme web de gestion d'avantages liés aux ressources humaines et de récompenses pour les salariés, OpenBenefit, créée dès 2014, a été optimisée en termes de sécurité et d'ergonomie. Elle a intégré de nouvelles offres

qui lui ont notamment permis de renforcer sa position sur le marché des titres cadeaux.

En France, Up a révolutionné le marché des avantages aux salariés et de la billetterie en offrant l'accès à Up Kiosque, un site proposant des milliers d'offres à tarifs remisés toute l'année. Les Comités d'Entreprise (devenus CSE) peuvent désormais proposer aux salariés de découvrir des activités en leur facilitant l'accès à la culture et aux loisirs à travers une offre digitale innovante, tout en leur faisant profiter de réductions et de nombreux avantages complémentaires.

Sur le marché incentive, Up a lancé, en France, une nouvelle solution de récompense innovante et 100 % digitale. L'espace Up cadeaux est proposé aux entreprises pour dynamiser leurs programmes d'incentive et récompenser leurs salariés : accès à la plus grande e-boutique de cartes, chèques et coffrets cadeaux mono-enseignes à utiliser en ligne ou en magasin.

#### **UP, TOUJOURS PLUS PRÈS DES CITOYENS...**

La construction d'une offre transversale concerne également le marché des programmes publics et sociaux. Partenaire des collectivités, organismes sociaux et autres acteurs relais des politiques publiques, le groupe Up développe une expertise et des outils spécifiques (progiciels de gestion, plateformes de transactions...) pour accompagner la mise en œuvre des politiques publiques et faciliter le parcours administratif des citoyens.

Up gère également, pour le compte de l'État et du ministère de l'Intérieur, le versement de l'allocation pour demandeur d'asile (ADA). La solution dématérialisée mise en œuvre permet de garantir la sécurisation du dispositif et la traçabilité des sommes allouées, tout en facilitant la vie des bénéficiaires.

En 2017, 5 filiales œuvrant sur ce marché (ABC Engineering, Apologic, Arcan, Implicit et Info DB) se sont ainsi rapprochées afin de proposer une offre plus cohérente et plus efficiente, ainsi qu'un suivi global des usagers. Cette démarche, qui a abouti à la création de la société CityZen fin 2017, permet d'accélérer le développement d'une offre globale de plateformes et de services. Pour cela, il est indispensable de se rapprocher du bénéficiaire final en proposant des services directement au citoyen. Aujourd'hui, ces solutions sont pré-

#### **DU CÔTÉ DES RESTOS, UN PORTAIL DÉDIÉ AUX RESTAURATEURS**

Lancé en octobre 2017 en France, Du Côté des restos regroupe une offre inédite, réservée aux professionnels des métiers de bouche et de la restauration. Co-construit avec des restaurateurs, ce portail digital propose à la fois un réseau social professionnel (fil d'actualités, petites annonces, forums de discussion...), une plateforme d'approvisionnement auprès d'une sélection de fournisseurs spécialisés (produits alimentaires et équipement professionnel) et un accès privilégié à des services complémentaires (comptabilité, conseil juridique, recrutement...) à des tarifs négociés.

sentes pour accompagner le citoyen tout au long de sa vie : petite enfance, jeunesse, vie active, vieillissement.

Au-delà du positionnement stratégique sur ce marché, la création de CityZen permet d'apporter une plus grande cohérence dans les procédures, d'améliorer le fléchage des aides publiques.

Par son potentiel d'innovation, Up se positionne donc comme un partenaire de l'État dans la modernisation de l'action publique et dans l'amélioration de la relation de ses services avec le citoyen.

Confronté à des situations de crises, liées à des événements politiques ou climatiques, l'État doit régulièrement, et souvent dans l'urgence, venir en aide à des populations en difficulté. Pour ce faire, il doit pouvoir s'appuyer sur des opérateurs fiables et réactifs. À sa demande, en 2017, les équipes Up se sont mobilisées pour assurer et sécuriser dans les plus brefs délais le versement des aides aux victimes de l'ouragan Irma à Saint-Martin et Saint-Barthélemy via la carte préchargée Cohésia.

Fort de l'expertise française sur le marché, le Groupe souhaite accompagner ses filiales au développement du modèle de la carte Cohésia dans leurs pays respectifs. En République tchèque, Up a expérimenté à Prague une solution informatique pour aider les municipalités dans la gestion des aides qu'elles accordent à leurs administrés pour l'accès aux centres de loisirs et de vacances.

### ...ET DES ENTREPRISES

Sur le marché de la gestion des frais professionnels, au Mexique, et dans un contexte de fluctuation des prix du carburant et de libéralisation du monopole, la filiale Si Vale accélère la digitalisation avec le développement de la solution mobile Inteligas, qui permet à l'utilisateur de régler ses achats de carburant et d'accéder, via un compte en ligne, à des informations sur son véhicule, sa consommation et ses dépenses pour une meilleure gestion. Cette application a par ailleurs valu à Si Vale d'être reconnue parmi les 5 entreprises les plus innovantes du Mexique en 2017.

Toujours au plus près de ses bénéficiaires et de ses clients, Si Vale a lancé en 2017 deux clubs d'avantages :

- Good 2 Great, qui propose des services d'assistance au quotidien (soins de santé, assistance funéraire, assistance routière...) via abonnement mensuel.

- PyMe, destiné à ses clients TPE-PME, qui propose des services d'assistance juridique, conseils RH... à des tarifs concurrentiels.

### CROISSANCE EXTERNE SOUTENUE

Clairement positionné aujourd'hui en tant que groupe international, au terme d'une importante phase de croissance externe, depuis quelques années, le groupe Up est désormais engagé dans une phase de consolidation et de construction d'une identité commune à l'ensemble de ses filiales, implantées dans 19 pays et réparties en cinq grandes zones géographiques. Il n'en reste pas moins attentif aux opportunités susceptibles de se présenter et de lui permettre de renforcer son assise internationale.

En ligne avec les ambitions de son projet stratégique, le groupe Up a accéléré sa dynamique de croissance en 2017, avec un volume d'émission de 7,3 milliards d'euros en hausse de 3 % par rapport à 2016, et un chiffre d'affaires de 494 millions d'euros qui progresse de 9 %. L'acquisition d'entreprises a permis de conforter son assise internationale et de renforcer ses activités.

En Tunisie, le groupe Up a fait l'acquisition de Top Checks, un opérateur local spécialisé dans l'émission de titres-restaurants et de titres cadeaux. Créée en 2010, cette société s'appuie sur un réseau de plus de 3500 restaurants et commerçants affiliés qui profitent à plus de 8000 bénéficiaires. La société, qui emploie 7 salariés, affiche un volume d'émission d'environ 852 000 euros. Le Groupe est ainsi le 2<sup>e</sup> émetteur international ayant fait le choix d'investir dans le pays. L'objectif est de développer les offres existantes et d'élargir l'activité à d'autres produits et services dans un contexte de retour progressif de la croissance en Tunisie.

Dans le même temps, le Groupe a fait le choix de renforcer sa présence dans la zone Eurasie, en créant, en novembre 2017, une nouvelle filiale en Moldavie, qui devient son 19<sup>e</sup> pays d'implantation. Anticipant l'adoption, au 1<sup>er</sup> mars 2018, d'une loi sur le titre-restaurant, Up Moldova a conçu une offre déjeuner, Up Dejun. La nouvelle filiale lancera, en 2018, une carte associée à des applications mobiles. Son ambition est de devenir un acteur majeur sur ce marché local en pleine croissance.

# CARTOGRAPHIE DES IMPLANTATIONS 2017 DU GROUPE UP



P2-Schéma 1

## CHIFFRES CLÉS 2017



19 PAYS  
SUR 4 CONTINENTS



494 M €  
DE CHIFFRE D'AFFAIRES



1,1 M  
DE CLIENTS



26,6 M  
DE BÉNÉFICIAIRES



7,3 MDS €  
DE VOLUME D'ÉMISSION

P2-Schéma 2



**CEV**  
Développement et hébergement de solutions de fidélisation

**Alios**  
Site de production

**Apologic**  
Édition et hébergement de solutions logicielles pour les structures de services et de soins à domicile

**Info DB**  
Développement de solutions logicielles de gestion de l'action sociale départementale

**ABC Engineering**  
Édition de solutions logicielles de suivi de parcours d'insertion et d'orientation professionnelle, développement de solutions métiers

**Rev & Sens**  
Site de production  
Commercialisation de produits et services

**Implicit**  
Édition de solutions logicielles pour l'action sociale

**Up**  
Site de production  
Commercialisation de produits et services  
**Chèque Domicile**  
Commercialisation de produits et services  
**Cad hoc**  
Commercialisation de produits et services  
**InterfaCE**  
Développement de solutions logicielles pour les comités d'entreprise  
**Domicours**  
Prestations de soutien scolaire  
**Kalidéa**  
Développement de solutions logicielles pour les comités d'entreprise

**Arcan**  
Édition de solutions logicielles pour la coordination des soins

● Filiales ayant été fusionnées au 31 décembre 2017 pour créer CityZen.

P2-Schéma 3

A blue-tinted photograph showing two people, likely a man and a woman, leaning over a wooden desk. They are looking at a laptop computer. The man is on the left, and the woman is on the right. The laptop is open, and its keyboard and trackpad are visible. The background is a wooden surface. The overall mood is collaborative and focused.

# encou



A person with curly hair is leaning over a desk, looking at a laptop. The desk has a glass of water, a pen, and a model airplane. The background is a dark blue gradient.

# ragger

LA POLITIQUE RESSOURCES HUMAINES DU GROUPE UP CONJUGUE PERFORMANCE ÉCONOMIQUE, PARTAGE DES VALEURS ET DÉVELOPPEMENT PERSONNEL. POUR ACCOMPAGNER SES AMBITIONS STRATÉGIQUES, LE GROUPE S'EFFORCE DE **GARANTIR POUR TOUS LES MÊMES CHANCES DE DÉVELOPPEMENT PERSONNEL ET D'ÉPANOUISSEMENT PERSONNEL AU TRAVAIL.**

Après avoir connu une importante phase de développement marquée par l'intégration de nouvelles filiales, en France comme à l'international, le groupe Up s'inscrit aujourd'hui dans une démarche de consolidation. Cette démarche vise à la construction d'une identité commune à l'ensemble des collaborateurs autour de la marque Up et à l'affirmation d'une différence portée à la fois par les valeurs du Groupe et son ancrage dans la culture coopérative.

Comme le souligne le projet stratégique, l'ambition est de passer d'un ensemble d'émetteurs de titres à un groupe mondial, qui imagine des solutions intégrées en réponse aux besoins de ses différents marchés. Cette ambition s'inscrit dans une profonde transformation de l'environnement et des métiers du Groupe, liée à la digitalisation.

## UNE ORGANISATION RESSOURCES HUMAINES AU SERVICE DU GROUPE

Pour accompagner ces évolutions et répondre efficacement à ces enjeux, le Groupe a fait le choix, en 2017, de fusionner au sein d'une seule et même direction, les directions des ressources humaines France et Groupe. La fonction Ressources Humaines devient donc transversale pour mieux servir l'ensemble des filiales, faciliter l'appropriation du projet stratégique et son déploiement.

La Direction des Ressources Humaines Groupe (DRHG) s'organise désormais autour de quatre départements :

- Développement Ressources Humaines
- Transformation managériale et appui des Ressources Humaines aux évolutions d'organisation
- Différence Coopérative
- Rémunération et conformité sociale

DÉVELOPPEMENT RH	TRANSFORMATION MANAGÉRIALE ET APPUI RH AUX ÉVOLUTIONS D'ORGANISATION	DIFFÉRENCE COOPÉRATIVE	RÉMUNÉRATION ET CONFORMITÉ SOCIALE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accompagner le développement et l'évolution professionnelle des collaborateurs à travers la construction d'une organisation apprenante au service de l'employabilité, de la transformation et de la performance.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Développer une dynamique managériale cultivant l'identité et les valeurs, porteuses des transformations du Groupe.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faire du modèle coopératif un avantage concurrentiel porté par la marque Up.</li> <li>• Rendre les sociétaires acteurs de la réussite du projet collectif et déployer les principes Up à l'ensemble du Groupe.</li> <li>• Favoriser un dialogue social constructif et innover socialement</li> <li>• Impulser et déployer une politique diversité et QVT (Qualité de Vie au Travail) à l'échelle du Groupe.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Garantir le respect des engagements sociaux du Groupe et sécuriser juridiquement ses décisions.</li> </ul>

Cette nouvelle organisation s'articule avec les structures des Ressources Humaines de chaque filiale, dont certaines ont elles-mêmes connu des évolutions en 2017.

### **PROMOUVOIR UN MODÈLE DE MANAGEMENT COOPÉRATIF ET EN ASSURER LA PERFORMANCE OPÉRATIONNELLE**

Le digital est un défi et un levier de performance majeur pour les entreprises. Pour accompagner cette transformation digitale, le manager doit repenser son rôle et faciliter le changement au sein de son équipe. Dans un contexte de croissance et d'évolution des modèles économiques en lien avec la digitalisation de ses offres, le groupe Up a souhaité se doter d'une équipe dédiée à la transformation managériale. Son rôle est de conseiller et d'accompagner le Groupe sur les sujets de transformation de l'entreprise et de répondre aux sollicitations des Directions Générales sur leurs problématiques organisationnelles. L'adaptation du management aux impacts de la digitalisation et le renforcement de la culture Groupe à travers les pratiques managériales font partie intégrante de ses missions.

Redéfinir les attendus du Groupe vis-à-vis de ses managers a été en 2017 un premier axe de travail autour de trois journées managers, en partant de la vocation du Groupe jusqu'à l'écriture d'un référentiel de pratiques managériales.

De nouvelles pratiques ont notamment été expérimentées en 2017 : workshop avec des comédiens, module de e-learning sur le processus des augmentations, jeu de plateau dédié au management de projet... Un système de coaching à distance a été mis en place pour les nouveaux arrivants n'ayant pas encore pu intégrer le parcours de formation des managers.

### **ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES DES COLLABORATEURS ET ASSURER LEUR EMPLOYABILITÉ**

#### **LA FORMATION**

Dans un contexte d'importantes évolutions de l'entreprise et de ses métiers, l'effort de formation, désormais porté par le nouveau département Développement RH, s'est poursuivi en

#### **CRÉATION DU PORTAIL D'INTÉGRATION**

Afin de répondre à l'enjeu de construction d'une identité commune à l'ensemble des collaborateurs, en France comme à l'international, le groupe Up a inauguré, en septembre 2017, un portail d'intégration destiné aux embauchés. À travers cet outil partagé, l'objectif est d'offrir aux nouveaux arrivants un premier contact avec le Groupe. Co-construit par la DRH Groupe, avec l'appui des filiales roumaines et turques qui en avaient exprimé le besoin, ce portail comprend deux espaces distincts : l'un, consacré au groupe Up (son organisation, ses valeurs, son projet stratégique) et commun à tous les pays, l'autre piloté directement par la filiale.

Le portail a, pour l'instant, été développé en 5 langues (français, espagnol, turc, roumain et tchèque). Il a été lancé en France, sur la société-mère coopérative et dans la filiale roumaine. En 2018, son déploiement se poursuivra en Turquie, République tchèque et au Mexique ainsi que sur d'autres périmètres en fonction des besoins des filiales du Groupe.

2017 dans la continuité des actions entreprises les années précédentes. Il vise à répondre aux nombreux enjeux liés à la transformation du Groupe, à la recherche de la performance, au souci d'accompagner l'évolution professionnelle des collaborateurs et à garantir leur employabilité.

D'une façon plus générale, la tendance est à la diversification des outils et des supports de formation (e-learning, formats one minute to know...) utilisés individuellement et souvent combinés avec des approches plus collaboratives (ateliers, mises en situation...). La mise en place d'un MOOC (Massive Open Online Course) pour le déploiement d'un module de formation dédié aux produits digitaux est à noter en 2017.

Autre volet important, s'inscrivant dans la démarche de gestion prévisionnelle de l'emploi et des compétences (GPEC) du Groupe : la préparation à la transition vers de nouveaux métiers du fait de la digitalisation des offres, que ce soit en France ou à l'international.

Enfin, dans le contexte d'internationalisation du Groupe, le département Développement Ressources Humaines accompagne le déploiement, sur la France et sur 5 pays (Espagne, Italie, Slovaquie, Roumanie, République tchèque) des outils et des contenus (guide, tutoriels, jeux) pour faciliter l'appropriation d'Office 365 par les collaborateurs. Ce déploiement, qui s'appuie sur l'engagement de salariés « ambassadeurs » préalablement formés, se poursuit.

## LES ENTRETIENS DE PROGRÈS

En 2017, 56 % des effectifs du Groupe ont bénéficié d'un entretien de progrès.

La zone Amériques n'a, quant à elle, pas réalisé d'entretiens de progrès, ce qui pénalise significativement le taux de couverture à l'échelle du Groupe.

### PART DES SALARIÉS AYANT BÉNÉFICIÉ D'UN ENTRETIEN DE PROGRÈS PAR GENRE

	FEMMES		HOMMES		TOTAL	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017
COOPÉRATIVE UP	0 %	82 %	0 %	78 %	0 %	81 %
FRANCE (Hors Coopérative Up)	0 %	53 %	0 %	70 %	0 %	63 %
AMÉRIQUES	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
EURASIE	43 %	86 %	26 %	72 %	33 %	77 %
EUROPE OCCIDENTALE	39 %	100 %	48 %	100 %	43 %	100 %
EUROMED	69 %	89 %	80 %	88 %	73 %	89 %
GRUPE	15 %	57 %	12 %	55 %	13 %	56 %

P3-Schéma 1

Comme précisé dans le rapport 2016, la campagne d'entretien de progrès se déroulant en fin d'année, les entretiens débutés en décembre 2016 sont comptabilisés sur l'année 2017.

## FAIRE DU DIALOGUE SOCIAL UN OUTIL AU SERVICE DE L'AMÉLIORATION CONTINUE ET D'UNE POLITIQUE SOCIALE INNOVANTE

Dès 2016, le groupe Up a fait figure de précurseur en réorganisant le dialogue social au sein de la société-mère autour d'une instance unique, le Comité Économique et Social (CES). Cette fusion des instances représentatives du personnel (Comité d'Entreprise, Délégués du Personnel et CHSCT) a permis d'anticiper les nouvelles dispositions légales, inscrites dans l'ordonnance du

22 septembre 2017, qui rendent obligatoire la création de cette instance unique.

Élus en décembre 2016, pour une durée de 3 ans, les 30 membres du CES (15 titulaires et 15 suppléants), organisés en 6 sections thématiques, ont entamé leurs travaux en 2017 :

- Stratégie et finances
- Organisation, emploi et compétences
- Hygiène, sécurité et qualité de vie au travail
- Délégation du personnel
- Politique sociale
- Activités sociales et culturelles

La création du CES, combinée à la nouvelle organisation des Ressources Humaines, a conduit la Direction à reporter d'un an l'ouverture d'une négociation sur un nouvel accord ayant trait au droit syndical et à la valorisation des compétences acquises par les élus dans le cadre de leurs mandats.

En 2017, le CES a travaillé à la création d'un Comité Inter-Entreprises (CIE), ce qui représente une innovation sociale importante pour le groupe Up. Cette nouvelle structure permet, depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2018, de mutualiser les acti-



LA CRÉATION DU COMITÉ INTER-ENTREPRISES EST LE FRUIT D'UN LONG TRAVAIL COLLECTIF avec la Direction des Ressources Humaines et les élus. C'est pour moi un véritable aboutissement. D'année en année, nous avons vu arriver ou se créer de nouvelles filiales dans le Groupe, le nombre de salariés a augmenté. Il est vite apparu que tous n'étaient pas logés à la même enseigne en matière d'avantages sociaux. Ce décalage était inconcevable au sein d'une entreprise sociale, qui se veut différente, qui défend des valeurs d'équité et dont tous les salariés ont une histoire du Groupe à vivre et à partager. Ce changement de périmètre, ce partage des activités sociales et culturelles, sont porteurs de sens dans le contexte actuel de construction d'une culture et d'une identité de Groupe.

Thomas Delpéch, secrétaire du CES de la coopérative Up

vités sociales et culturelles de la maison-mère et des 14 filiales françaises du Groupe, permettant ainsi à l'ensemble des salariés français d'y accéder de plein droit, indépendamment de la filiale qui les emploie et de la contribution qu'elle y apporte. Cet effort de répartition des avantages sociaux contribue à renforcer la cohésion au sein du Groupe et correspond pleinement aux valeurs d'équité et de solidarité qu'il défend.

Cette démarche de cohésion et d'innovation dans le dialogue social est déployée également au-delà du territoire français contribuant ainsi à la construction de l'identité du Groupe à l'international.

En 2017, le Comité d'Entreprise Européen (CEE) est entré dans sa 3<sup>e</sup> année de fonctionnement. Il compte 18 élus, issus de six pays : la France, l'Espagne, la Roumanie, la Slovaquie, la République tchèque et l'Italie. Deux réunions plénières ont été organisées au cours de l'année.

Le CEE induit l'apprentissage d'un dialogue social multiculturel à travers la rencontre de méthodes de travail et d'approches très différentes du dialogue social selon les pays. Dans cette optique, un groupe de travail sur la Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences (GPEC) a été mis en place en 2017.

#### NOMBRE D'ACCORDS SIGNÉS AVEC LES ORGANISATIONS SYNDICALES OU LES REPRÉSENTANTS DU PERSONNEL EN FRANCE

	2016	2017
SANTÉ ET SÉCURITÉ	1	0
RÉMUNÉRATION ET PÉRIPHÉRIQUES	2	3
FORMATION	0	0
EMPLOI	2	0
TEMPS DE TRAVAIL	5	0
DIVERSITÉ ET ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE	1	0
AUTRES THÈMES	6	1
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	<b>17</b>	<b>4</b>

P3-Schéma 2

#### NOMBRE D'ACCORDS SIGNÉS AVEC LES ORGANISATIONS SYNDICALES OU LES REPRÉSENTANTS DU PERSONNEL HORS FRANCE

(TC : taux de couverture)	2016			2017	
	PUBLIÉ	RETRAITÉ	TC	PUBLIÉ	TC
SANTÉ ET SÉCURITÉ	4	4	75,8%	2	94,2%
RÉMUNÉRATION ET PÉRIPHÉRIQUES	5	5	75,8%	4	99,2%
FORMATION	16	16	75,8%	13	99,2%
EMPLOI	3	3	75,8%	0	99,2%
TEMPS DE TRAVAIL	3	3	75,8%	1	99,2%
DIVERSITÉ ET ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE	2	2	75,8%	0	99,2%
AUTRES THÈMES	8	0	75,8%	0	99,2%
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	<b>41</b>	<b>33</b>	<b>75,8%</b>	<b>20</b>	<b>98,5%</b>

P3-Schéma 3

La donnée 2016 concernant les accords collectifs Hors France «Autres Thèmes» a été retraitée en 2016 car cette donnée n'a pas pu être justifiée en 2017.

#### UN ENGAGEMENT RENOUVELÉ EN MATIÈRE DE DIVERSITÉ ET DE QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

La diversité, la promotion de l'égalité des chances et la qualité de vie au travail, constituent un axe clé de la politique sociale du groupe Up. Celui-ci est spécifiquement porté par le département Différence Coopérative dont l'une des missions est d'en assurer le déploiement à l'échelle du Groupe.

#### LA POLITIQUE HANDICAP DU GROUPE

Depuis décembre 2016, le groupe Up est signataire en France d'un accord sur l'emploi des personnes en situation de handicap, agréé par l'administration du travail en 2017. Il s'inscrit dans la continuité d'une convention avec l'Association de Gestion du Fonds pour l'Insertion Professionnelle des Personnes Handicapées (AGEFIPH) signée sur le périmètre des activités titrés en France et vise, sur la période 2017-2019, à faciliter le recrutement et le maintien dans l'emploi des salariés en situation de handicap. Le taux d'emploi global visé à la fin de l'accord est de 4 %. L'objectif est également d'augmenter, à l'horizon 2019, de 5 à 7 % le chiffre d'affaires réalisé avec le secteur protégé et adapté.

La progression du nombre de salariés en situation de handicap, sur le périmètre France et de la maison-mère, est la conséquence des actions de sensibilisation et de formation engagées depuis plusieurs années. Ainsi, plusieurs

collaborateurs ont fait la démarche de demander la reconnaissance de leur situation de handicap auprès de la Maison Départementale des Personnes Handicapées (MDPH) ou ont transmis leur reconnaissance administrative auprès des services Ressources Humaines. Afin de faire vivre cette politique, un réseau de

**EFFECTIF HANDICAP**  
AU 31/12/2017

	EFFECTIF HANDICAP		Tendance
	2016	2017	
<b>COOPÉRATIVE UP</b>	21	31	↗ 48 %
<b>FRANCE (Hors Coopérative Up)</b>	13	15	↗ 15 %
<b>AMÉRIQUES</b>	17	13	↘ -24 %
<b>EURASIE</b>	10	8	↘ -20 %
<b>EUROPE OCCIDENTALE</b>	4	3	↘ -25 %
<b>EUROMED</b>	7	6	↘ -14 %
<b>GROUPE</b>	72	76	↗ 6 %

P3-Schéma 4

12 correspondants Diversité a été mis en place sur la France courant 2017. Deux chargées de mission en assurent l'animation depuis le siège. Durant l'année, 26 actions de maintien dans l'emploi ont été réalisées. Parallèlement, le travail de sensibilisation s'est poursuivi, notamment en novembre, autour de la Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées, avec des événements organisés au siège (Dansez à l'aveugle avec l'association Odaas, rencontre avec le fondateur de l'application RogerVoice...), mais aussi dans les filiales (jeu digital Handiscover).

**LA POLITIQUE EN FAVEUR DE L'ÉQUILIBRE VIE PERSONNELLE – VIE PROFESSIONNELLE**

Autre innovation : la création, en juin 2017, sur le périmètre France, d'une permanence hebdomadaire, physique et téléphonique, assurée par une assistante sociale. Sa mission est d'accompagner les collaborateurs rencontrant un problème de vie, via des rendez-vous. Son intervention s'inscrit dans une démarche de conciliation vie personnelle et vie professionnelle, et plus largement de « qualité de vie au travail ».

Des actions ont également été réalisées en France et à l'international sur l'aménagement des horaires de travail et la promotion du télétravail.

Ces deux grands sujets ont continué à être por-

tés en 2017 notamment à travers la participation à la Semaine de la Qualité Vie au Travail (QVT) en octobre, où des ateliers de sensibilisation sur les addictions et le risque routier ont été proposés aux collaborateurs du siège.

Agir sur les facteurs qui permettent de mieux articuler la vie professionnelle des salariés et leurs obligations personnelles fait partie des engagements vis-à-vis des clients du Groupe. Il est naturel que cela le soit également vis-à-vis de ses propres collaborateurs.

La filiale Up Roumanie, engagée depuis plusieurs années sur ce sujet, a également obtenu en 2017 un prix pour la longévité de ses programmes Work Life Balance visant à promouvoir l'équilibre vie professionnelle - vie personnelle.

À l'occasion de la journée internationale des droits des femmes en mars 2017, le Groupe a mis en œuvre des actions visant à sensibiliser ses collaborateurs à l'égalité professionnelle avec l'édition et la publication du journal 50/50 dans 11 pays d'implantation du Groupe.

À cette occasion, le Groupe a mobilisé les salariés pour briser les stéréotypes en participant au challenge #Ilooklike, challenge visant à prouver aux autres que les passions, les métiers, les caractères ne sont pas déterminés par le genre. 90 salariés du Groupe ont participé à cette action. En France, deux comédiens ont fait le tour de France des principales délégations (Atrium, Bron, Épernay, Dinan, Plérin) pour faire prendre conscience des stéréotypes de genre et ce, sous un format ludique.

**LA DÉFINITION D'UN SOCLE SOCIAL**

En 2017, les Ressources Humaines ont initié un travail sur la définition d'un socle social commun à l'ensemble des collaborateurs du Groupe. L'objectif en est de définir, à l'échelle internationale, les minima sociaux garantis par le Groupe à tous ses salariés. Une première réflexion du Conseil d'Administration, réalisée en septembre avec les Ressources Humaines, a conduit à l'identification de cinq grands domaines : temps de travail, protection sociale, avantages sociaux, conditions de travail, rémunération. Ce premier travail a été complété par une réflexion des équipes RH internationales. En parallèle, plusieurs rencontres avec de grandes entreprises ayant engagé une démarche similaire ont été organisées afin de capitaliser des expériences et de recueillir les bonnes pratiques.

## STRUCTURATION DES EFFECTIFS

### L'ÉVOLUTION DES EFFECTIFS

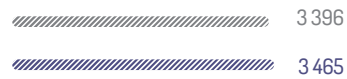
Les effectifs du groupe Up (emplois permanents et non permanents) progressent de 2 % en 2017.

Les effectifs de la maison-mère du Groupe, les zones France, Europe Occidentale et Euromed ont augmentés d'environ 6 %, tandis que les zones Eurasie et Amériques ont des effectifs en baisse de 3 %.

Les effectifs internationaux représentent 58 % de l'effectif du Groupe en 2017.

L'âge moyen des salariés du Groupe est de 37,66 ans en 2017. La zone Eurasie présente l'effectif le plus jeune : l'âge moyen y est de 34,85 ans.

### EFFECTIF GROUPE AU 31/12/2017 2016 - 2017



+ 2%

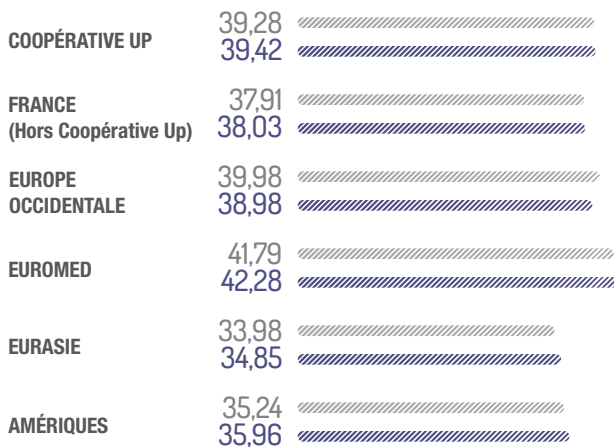
P3-Schéma 5

### EFFECTIFS PAR ZONE 2016 - 2017



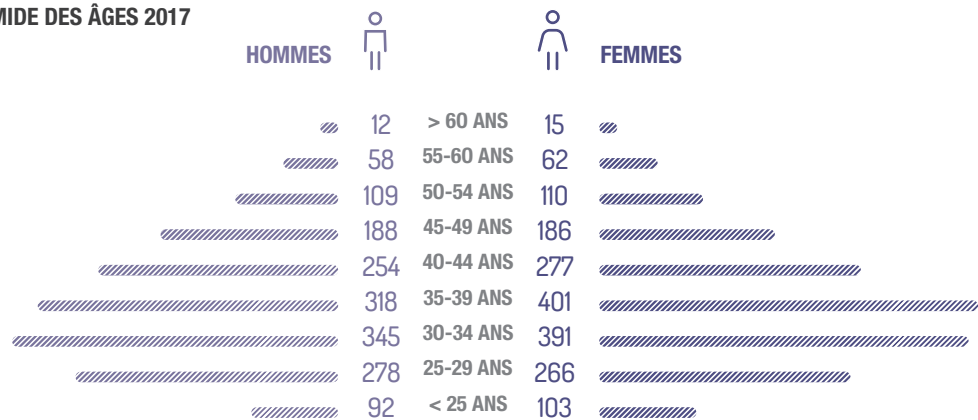
P3-Schéma 6

### ÂGE MOYEN PAR ZONE 2016 - 2017



P3-Schéma 7

### PYRAMIDE DES ÂGES 2017



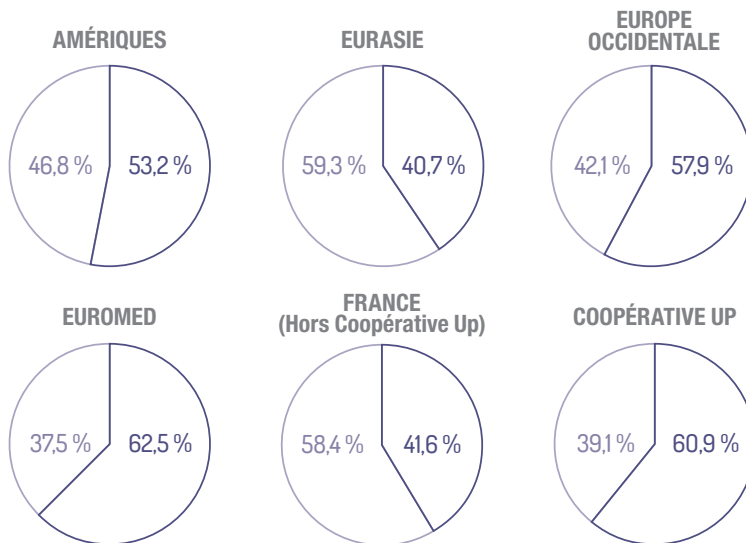
P3-Schéma 8

### RÉPARTITION DE L'EFFECTIF PAR GENRE ET ZONE



La pyramide des âges présente une population relativement jeune, avec 43 % des effectifs ayant moins de 35 ans. Par ailleurs, 11 % des collaborateurs ont plus de 50 ans : une attention particulière leur est portée dans le cadre des politiques en faveur de l'emploi des séniors.

Enfin, la parité femmes-hommes est largement respectée avec un équilibre à l'avantage de la population féminine sur l'ensemble des classes d'âge, à l'exception de la tranche 25-29 ans et 45-49 ans.



### RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR GENRE

En 2017, les effectifs féminins du Groupe sont en légère diminution. En effet, les effectifs du groupe Up sont composés de 52 % de collaboratrices et 48 % de collaborateurs. Ce constat est partagé sur les zones Europe Occidentale, Euromed, Amériques, ainsi que sur la société-mère coopérative Up, qui présentent un effectif majoritairement féminin.

Seules les zones Eurasie et France (hors Coopérative Up) font exception. Pour la zone Eurasie, ce particularisme s'explique par la prédominance des effectifs masculins dans les sociétés turques du Groupe. Pour la zone France (hors Coopérative Up), les sociétés éditrices de logiciels du Groupe présentent un effectif majoritairement masculin.

P3-Schéma 9



## EMPLOI

### EMPLOI PERMANENT ET EMPLOI NON PERMANENT

La création d'emplois permanents est une volonté forte qui se traduit par des effectifs en Contrat à Durée Indéterminée très majoritaires dans le Groupe. Le taux de Contrat à Durée Déterminée (CDD) est de 5,3 % à l'échelle du Groupe, en prenant en considération les alternants et les stagiaires.

La notion de contrats CDD et CDI est très franco-française ; elle n'est pas utilisée dans les autres zones. Cependant, une distinction entre contrat permanent et contrat non-permanent existe bien dans l'ensemble du Groupe.

Les effectifs en CDD en France avec la Coopérative, représentent 69 % de l'ensemble des contrats non permanents dans le Groupe.

### DYNAMIQUE D'EMBAUCHE PAR GENRE ET PAR TYPE DE CONTRAT

Cette nouvelle donnée permet d'analyser le recrutement par genre et de le mettre en parallèle avec la répartition de l'effectif total. Ainsi, il est possible de voir si le Groupe tend vers la parité de son effectif.

## LA CLASSIFICATION DES EMPLOIS

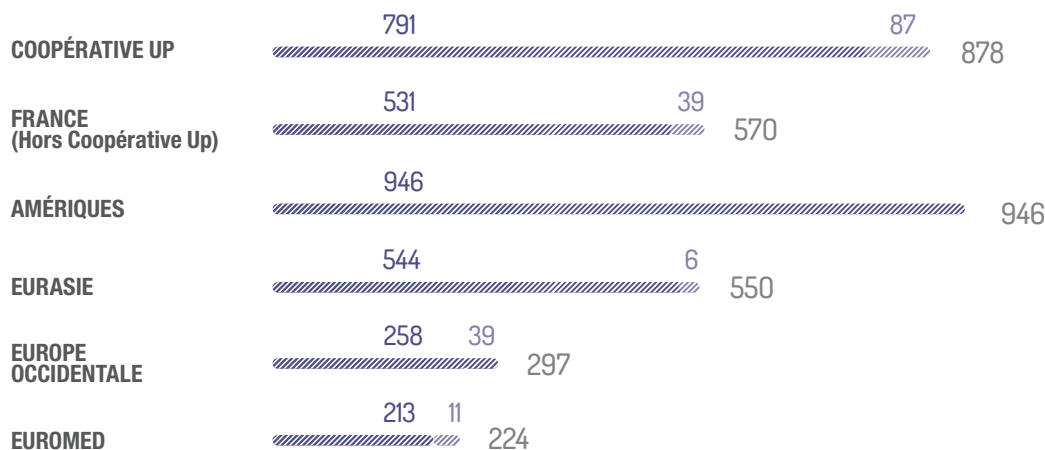
Signée en juin 2014, la classification des emplois a été déployée le 1<sup>er</sup> janvier 2015 en France. La classification des emplois accompagne le développement et la transformation du Groupe, en permettant l'adéquation des emplois avec les besoins actuels et futurs. Des emplois sont ainsi amenés à émerger, d'autres à disparaître ou à évoluer en fonction du contexte de l'organisation. En 2017, la grille de classification des emplois compte 99 emplois identifiés, reliés à une grille de salaires définie pour la Zone France.

### RÉPARTITION DES EMBAUCHES PERMANENTES PAR GENRE EN 2017

	Femmes	%	Hommes	%
COOPÉRATIVE UP	42	56,8 %	32	43,2 %
FRANCE (Hors Coopérative Up)	44	48,9 %	46	51,1 %
AMÉRIQUES	132	46,8 %	150	53,2 %
EURASIE	29	26,6 %	80	73,4 %
EUROPE OCCIDENTALE	18	45,0 %	22	55,0 %
EUROMED	7	43,8 %	9	56,3 %
<b>GROUPE</b>	<b>272</b>	<b>44,5 %</b>	<b>339</b>	<b>55,5 %</b>

P3-Schéma 10

### RÉPARTITION DES EMPLOIS EN 2017 PERMANENTS - NON PERMANENTS - TOTAL



P3-Schéma 11

## NOMBRE D'EMBAUCHES PAR CONTRAT EN 2017

	2017		
	Permanents	Non permanents	Alternants
<b>COOPÉRATIVE UP</b>	<b>74</b>	<b>111</b>	<b>24</b>
<b>FRANCE (Hors Coopérative Up)</b>	<b>90</b>	<b>53</b>	<b>9</b>
<b>AMÉRIQUES</b>	<b>282</b>	<b>7</b>	<b>3</b>
<b>EURASIE</b>	<b>109</b>	<b>9</b>	<b>2</b>
<b>EUROPE OCCIDENTALE</b>	<b>40</b>	<b>41</b>	<b>16</b>
<b>EUROMED</b>	<b>16</b>	<b>11</b>	<b>1</b>
<b>GROUPE</b>	<b>611</b>	<b>232</b>	<b>55</b>

P3-Schéma 12

Cette année, toutes les entrées en contrats permanents et non permanents sur l'ensemble des effectifs de 2017 ont été prises en compte dans le calcul des embauches. Les alternants et les stagiaires ne sont pas comptabilisés. Cette nouvelle méthode de calcul ne permettant pas la comparabilité avec les données 2016, celles-ci ne sont pas publiées.

Un Comité Cotation a eu lieu en 2017. Il a été chargé d'actualiser les fiches emplois et de procéder à la cotation de nouvelles fiches emploi. Le Comité Cotation est composé de membres dont la fonction ou le parcours permet une appréciation transversale des métiers et des filiales, ainsi que d'un représentant syndical. 10 emplois ont été présentés cette année : 7 emplois ont été créés et 3 emplois ont été révisés.

Au sein du Groupe, les Observatoires Métiers et Compétences permettent de réaliser le travail d'adaptation des emplois en fonction des grandes tendances d'évolution des métiers, un métier regroupant plusieurs emplois. L'Observatoire Métier réunit plusieurs « experts métiers » ainsi qu'un responsable Ressources Humaines International et deux élus du personnel. Pour la première année, un élu du Comité d'Entreprise Européen participe aux observatoires métiers en tant qu'élu du personnel. En 2017, trois Observatoires Métiers et Compétences ont ainsi eu lieu sur les référentiels métiers : Moyens logistiques, Achats et Finances.

## LA RÉMUNÉRATION

En 2017, la masse salariale du groupe Up progresse de 6 %. Les effectifs français, incluant la Coopérative, représentent 58 % de la masse salariale du Groupe et 42 % de l'effectif total des collaborateurs. La masse salariale augmente sur toutes les zones, hormis la zone Eurasie. Ceci s'explique principalement par une baisse de la masse salariale en Turquie et en Bulgarie. Les écarts de masse salariale entre les différentes zones s'expliquent quant à eux par les différences de niveau de vie et de rémunération en fonction des contextes nationaux dans lesquels s'inscrivent les sociétés du Groupe.

Jusqu'au rapport extra-financier 2016, les montants de la masse salariale provenaient de la Direction des Ressources Humaines Groupe (DRHG), ceux-ci ayant été au préalable fournis par les filiales. Ces montants étaient issus d'une méthode de calcul différente et comportaient de légers écarts par rapport aux chiffres provenant de la Direction Administrative et Financière Groupe (DAFG).

Pour l'année 2017, le choix a été fait de communiquer la masse salariale transmise par la DAFG, issue des comptes consolidés. Ainsi, ce montant sera identique à celui du rapport financier et aura été vérifié par les Commissaires Aux Comptes.

## MASSE SALARIALE EN MILLIONS D'EUROS

	2016		2017	TENDANCE
	Publié	Retraité	Publié	
<b>COOPÉRATIVE UP</b>	38,16	38,30	<b>39,90</b>	↗ 4 %
<b>FRANCE (Hors Coopérative Up)</b>	19,09	17,30	<b>19,30</b>	↗ 12 %
<b>AMÉRIQUES</b>	14,40	14,39	<b>17,63</b>	↗ 23 %
<b>EURASIE</b>	13,33	11,92	<b>10,22</b>	↘ - 14 %
<b>EUROPE OCCIDENTALE</b>	5,91	6,00	<b>6,98</b>	↗ 16 %
<b>EUROMED</b>	6,25	7,56	<b>7,61</b>	— 1 %
<b>GROUPE</b>	<b>97,14</b>	<b>95,47</b>	<b>101,64</b>	↗ 6 %

P3-Schéma 13

## L'ANCIENNETÉ

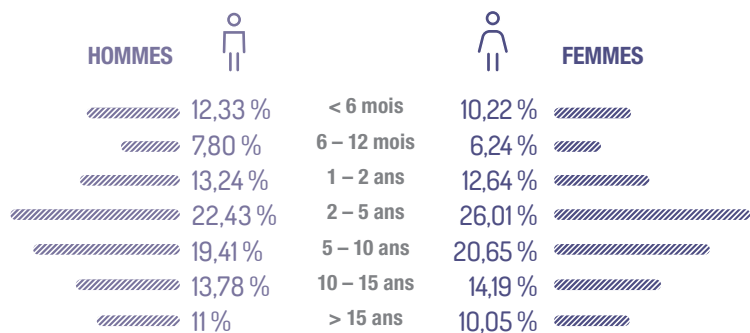
L'ancienneté moyenne au sein du groupe Up est de 6,36 années, contre 6,39 années en 2016. Elle est globalement stable d'une année sur l'autre avec cependant des variations qui se compensent selon les zones. Les zones Eurasie et Amériques voient leur ancienneté moyenne progresser tandis que l'ancienneté moyenne sur la maison-mère et la France restent stables. Les zones Europe Occidentale et Euromed voient, quant à elles, leurs anciennetés moyennes diminuer significativement. Notamment sur la zone Euromed, expliquée principalement par l'intégration dans les effectifs en 2017 d'une nouvelle société en Tunisie dont les effectifs sont très récents.

## ANCIENNETÉ MOYENNE EN ANNÉE

	2016	2017
<b>COOPÉRATIVE UP</b>	9,19	<b>9,05</b>
<b>FRANCE (Hors Coopérative Up)</b>	7,36	<b>7,47</b>
<b>AMÉRIQUES</b>	3,47	<b>3,76</b>
<b>EURASIE</b>	4,51	<b>4,94</b>
<b>EUROPE OCCIDENTALE</b>	7,52	<b>6,99</b>
<b>EUROMED</b>	10,16	<b>6,59</b>
<b>GROUPE</b>	<b>6,39</b>	<b>6,36</b>

P3-Schéma 14

## PYRAMIDE D'ANCIENNETÉ GROUPE 2017



P2-Schéma 15

## LE TAUX DE SORTIE

Le taux de sortie global du Groupe augmente significativement cette année. Les zones Amériques, Europe Occidentale et Euromed sont particulièrement impactées.

En 2017, le nombre de départs augmente de 14 % par rapport à 2016. La zone Amériques et la zone Eurasie sont particulièrement impactées, ceci étant dû à un marché du travail très concurrentiel sur ces zones, ainsi qu'à des évolutions d'organisation.

## TAUX DE SORTIE GROUPE

2016 - 2017

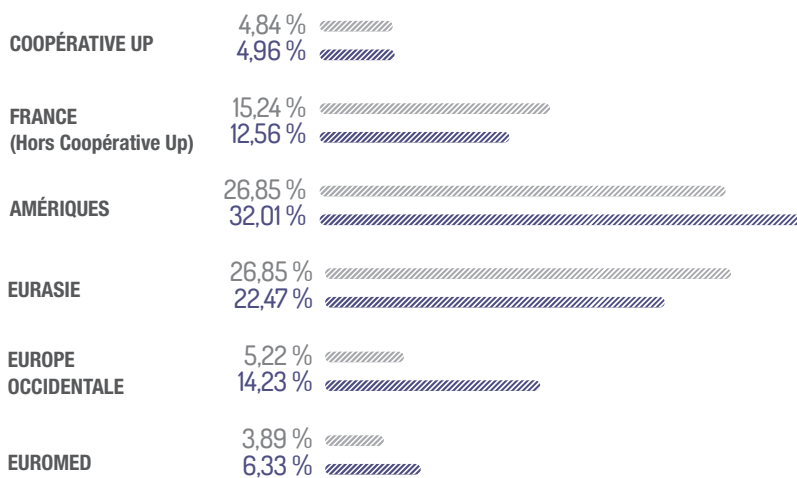
2016 16,61 %

2017 17,57 %

P3-Schéma 16

## TAUX DE SORTIE PAR ZONE

2016 - 2017



Le calcul du taux de sortie au sein du groupe Up est le suivant : total des sorties de l'année sur l'ensemble des effectifs Équivalent Temps Plein (ETP) et équivaut à son taux de turnover.

P3-Schéma 17

**NOMBRE DE DÉPARTS PAR MOTIF ET PAR ZONE**  
2016 - 2017

		COOPÉRATIVE UP	FRANCE (Hors Coopérative Up)	AMÉRIQUES	EURASIE	EUROPE OCCIDENTALE	EUROMED	GRUPE
Départs en retraite	2016	8	2	-	-	-	-	10
	2017	3	-	-	1	2	-	6
Licenciements économiques	2016	-	6	5	-	-	-	11
	2017	-	-	-	-	-	-	-
Démissions	2016	8	24	116	67	-	2	217
	2017	4	33	117	50	8	7	219
Autres licenciements	2016	6	16	132	41	7	6	208
	2017	3	7	190	19	14	1	234
Ruptures conventionnelles	2016	12	11	-	48	5	-	76
	2017	26	14	-	53	14	1	108
Fin de période d'essai	2016	-	-	-	-	-	-	-
	2017	4	3	-	-	3	3	13
Mutations	2016	-	-	-	-	-	-	-
	2017	-	11	1	1	-	2	15
Décès	2016	-	-	-	-	-	-	-
	2017	1	-	-	-	-	-	1
TOTAL	2016	34	59	253	156	12	8	522
	2017	41	68	308	124	41	14	596
TENDANCE		21 %	15 %	22 %	-21 %	242 %	75 %	14 %

P3-Schéma 18

**ORGANISATION DU TRAVAIL**

Avec une présence à l'international, le groupe Up présente des durées de travail sensiblement différentes. En 2017, 145 collaborateurs sont employés à temps partiel.

Les effectifs français, incluant Up Coopérative, représentent 70 % des collaborateurs à temps partiel sur l'ensemble du Groupe.

**COLLABORATEURS TRAVAILLANT À TEMPS PARTIEL PAR ZONE**  
2016 - 2017

	EFFECTIF TOTAL		TAUX DE SALARIÉS TRAVAILLANT À TEMPS PARTIEL		NOMBRE DE SALARIÉS TRAVAILLANT À TEMPS PARTIEL		TENDANCE	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017		
COOPÉRATIVE UP	826	878	6,54 %	6,49 %	54	57	↗	6 %
FRANCE (Hors Coopérative Up)	539	570	7,98 %	7,89 %	43	45	↗	5 %
AMÉRIQUES	979	946	-	-	-	-		-
EURASIE	565	550	0,71 %	1,09 %	4	6	↗	50 %
EUROPE OCCIDENTALE	278	297	1,80 %	2,02 %	5	6	↗	20 %
EUROMED	209	224	13,88 %	13,84 %	29	31	↗	7 %
GRUPE	3 396	3 465	3,98 %	4,18 %	135	145	↗	7 %

P3-Schéma 19

## SANTÉ ET SÉCURITÉ

### ABSENTÉISME

En 2017, le taux d'absentéisme baisse de 0,02 %. Il passe de 3,66 % à 3,64 % sur l'ensemble du Groupe. L'ensemble des zones est concerné par une baisse de l'absentéisme, hormis la maison mère du Groupe qui voit son taux augmenter.

### ABSENTÉISME GLOBAL PAR ZONE

2016 - 2017

	2016	2017
<b>COOPÉRATIVE UP</b>	<b>5,20 %</b>	<b>6,62 %</b>
<b>FRANCE (Hors Coopérative Up)</b>	<b>4,75 %</b>	<b>3,86 %</b>
<b>AMÉRIQUES</b>	<b>1,00 %</b>	<b>1,13 %</b>
<b>EURASIE</b>	<b>2,67 %</b>	<b>2,60 %</b>
<b>EUROPE OCCIDENTALE</b>	<b>9,02 %</b>	<b>7,65 %</b>
<b>EUROMED</b>	<b>3,05 %</b>	<b>2,88 %</b>
<b>GROUPE</b>	<b>3,66 %</b>	<b>3,81 %</b>

P3-Schéma 20

### ABSENTÉISME PAR MOTIF ET PAR ZONE

2016 - 2017

		COOPÉRATIVE UP	FRANCE (Hors Coopérative Up)	AMÉRIQUES	EURASIE	EUROPE OCCIDENTALE	EUROMED	GROUPE
Maladie	2016	2,62 %	2,51 %	0,14 %	0,84 %	2,65 %	1,57 %	1,52 %
	2017	3,46 %	2,41 %	0,68 %	0,85 %	2,42 %	1,30 %	1,85 %
Accident du travail	2016	0,14 %	0,28 %	0,03 %	0,11 %	0 %	0,27 %	0,12 %
	2017	0,18 %	0,26 %	0,14 %	0,07 %	0 %	0 %	0,14 %
Maternité	2016	1,55 %	0,78 %	0,50 %	0,96 %	4,13 %	0,78 %	1,18 %
	2017	1,78 %	0,56 %	0,31 %	0,89 %	2,67 %	0,94 %	1,05 %
Paternité	2016	0,06 %	0,07 %	0 %	0,01 %	0 %	0,05 %	0,03 %
	2017	0,06 %	0,09 %	0 %	0,03 %	0,02 %	0,10 %	0,04 %
Congés parentaux et autres congés sans soldes	2016	0,84	1,11 %	0,33 %	0,75 %	2,23 %	0,39 %	0,81 %
	2017	1,14	0,55 %	0 %	0,76 %	2,53 %	0,54 %	0,74 %

P3-Schéma 21

## L'AMÉLIORATION DES CONDITIONS DE TRAVAIL

Agir pour le bien-être des salariés est un enjeu majeur pour le groupe Up. Des actions ponctuelles sont menées tout au long de l'année au sein des sociétés du Groupe.

En 2017 en France, à l'occasion de la semaine de la Qualité de Vie au Travail, la Direction des Ressources Humaines a proposé des ateliers, conférences et le visionnage d'un film sur les bons réflexes à adopter face à un AVC (Accident Vasculaire Cérébral). Cette année, les conférences ont porté sur les troubles psychiques, le risque routier et les addictions. Des ateliers ont également été organisés sur la nutrition et sur la prévention liée au tabac avec la présence d'un tabacologue.

À l'international, Si Vale s'est distingué en recevant pour la troisième année consécutive la certification « Empresa Socialmente Responsable », distinction récompensant les entreprises engagées dans des démarches vertueuses en matière de responsabilité sociétale d'entreprise. À l'occasion de son trentième anniversaire, Day, filiale italienne du groupe Up, a choisi de mettre à l'honneur ses salariés, véritable force vive de l'entreprise. Un programme de bien-être en entreprise a été mis en place pour leur simplifier le quotidien : près de 600€ en avantages sociaux, services facilitant la conciliation vie privée/vie professionnelle, conciergerie, panier bio, etc.



## FORMATION

### LA GESTION PRÉVISIONNELLE DES EMPLOIS ET DES COMPÉTENCES (GPEC)

Le groupe Up a entamé en 2009 une démarche de gestion des compétences dont l'objectif est de développer l'employabilité à long terme des collaborateurs, de les accompagner dans les transformations technologiques et sociétales. La formation, partie intégrante du dispositif global, représente un outil au service de cet objectif.

### ACCÈS À LA FORMATION

En 2017, l'investissement formation reste stable et s'établit à 1 501 K€ avec cependant des variations importantes selon les zones. Parmi les variations significatives, les zones France et Eurasie voient leurs coûts pédagogiques baisser tandis que la zone Europe Occidentale voit ses coûts pédagogiques augmenter. Malgré un investissement formation équivalent à 2016, on assiste à une baisse du nombre d'heures de formation, qui n'impacte cependant pas le nombre de salariés formés et le taux d'accès à la formation en 2017.

### COÛTS PÉDAGOGIQUES DE FORMATION PAR ZONE EN MILLIER D'EUROS 2016 - 2017

(TC : taux de couverture)	2016		2017		TENDANCE
	Publié	TC	Publié	TC	
<b>COOPÉRATIVE UP</b>	931	100%	979	100%	↗ 5 %
<b>FRANCE (Hors Coopérative Up)</b>	201	97,4%	84	69,60%	↘ -58 %
<b>AMÉRIQUES</b>	139	100%	151	100%	↗ 9 %
<b>EURASIE</b>	128	100%	77	100%	↘ -40 %
<b>EUROPE OCCIDENTALE</b>	15	100%	108	100%	↗ 616 %
<b>EUROMED</b>	86	100%	102	95,50%	↗ 18 %
<b>GROUPE</b>	1 501	99,6%	1 501	94,70%	— 0 %

P3-Schéma 22

### NOMBRE D'HEURES DE FORMATION PAR ZONE 2016 - 2017

	2016	2017	TENDANCE
<b>COOPÉRATIVE UP</b>	20 002	13 560	↘ -32 %
<b>FRANCE (Hors Coopérative Up)</b>	4 423	4 737	↗ 7 %
<b>AMÉRIQUES</b>	24 341	23 534	↘ -3 %
<b>EURASIE</b>	16 000	8 187	↘ -49 %
<b>EUROPE OCCIDENTALE</b>	3 306	3 690	↗ 12 %
<b>EUROMED</b>	4 854	4 698	↘ -3 %
<b>GROUPE</b>	72 926	58 404	↘ -20 %

P3-Schéma 23

Pour les formations en présentiel d'une journée, l'équivalent horaire comptabilisé est de 7h et pour celles d'une demi-journée, l'équivalent horaire comptabilisé est de 3,5h. Les formations à distance (module de E-learning) sont composées d'un temps effectif de formation comptabilisé par le logiciel « LMS 360 Learning » et d'un temps de pratique, estimé en amont par le créateur de la formation, qui varie en fonction de la nature de cette formation. (Cf. note méthodologie pour le e-learning « Comptabilisation\_Form\_CRM2017 (002) »).



**NOMBRE DE SALARIÉS FORMÉS**  
2016 - 2017

	2016	2017	TENDANCE
COOPÉRATIVE UP	609	619	↗ 2 %
FRANCE (Hors Coopérative Up)	178	276	↗ 55 %
AMÉRIQUES	782	741	↘ -5 %
EURASIE	437	470	↗ 8 %
EUROPE OCCIDENTALE	188	171	↘ -9 %
EUROMED	196	184	↘ -6 %
<b>GROUPE</b>	<b>2 390</b>	<b>2 461</b>	<b>↗ 3 %</b>

P3-Schéma 24

**TAUX D'ACCÈS À LA FORMATION**  
2016 - 2017

	2016	2017	TENDANCE
COOPÉRATIVE UP	82 %	78 %	↘ -4 %
FRANCE (Hors Coopérative Up)	35 %	52 %	↗ 49 %
AMÉRIQUES	80 %	78 %	↘ -2 %
EURASIE	79 %	86 %	↗ 9 %
EUROPE OCCIDENTALE	75 %	66 %	↘ -11 %
EUROMED	100 %	86 %	↘ -14 %
<b>GROUPE</b>	<b>74 %</b>	<b>75 %</b>	<b>↗ 1 %</b>

P3-Schéma 25

**PROMOTION ET RESPECT DES STIPULATIONS  
DES CONVENTIONS FONDAMENTALES DE L'OIT**

Le groupe Up s'engage à respecter les mesures contenues dans les conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail (OIT), celles-ci étant couvertes par les droits nationaux des pays d'implantation du Groupe. Seul le Mexique n'a pas ratifié la Convention (n° 98) sur le droit d'organisation et de négociation collective de 1949.

# inspo





# Prioriser

SOUTENIR ET ACCOMPAGNER LA SOCIÉTÉ CIVILE DANS LE CADRE D'UN NOUVEAU PROGRAMME DE MÉCÉNAT, DÉVELOPPER LES ACTIONS À DESTINATION DES ACTEURS DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE ET POURSUIVRE LES ENGAGEMENTS SUR L'IMPACT DES ACHATS, TELS ONT ÉTÉ **LES AXES PRIORITAIRES DU PROGRAMME SOCIÉTAL** DU GROUPE UP EN 2017.

Le programme sociétal du groupe Up a connu une évolution importante en 2017. Cette évolution s'est caractérisée par la création de sa nouvelle Fondation d'entreprise et par la mise en œuvre d'un nouveau cadre de référence pour toutes ses actions de mécénat, en France et à l'étranger



« NOUS SOMMES ACTEURS AUX CÔTÉS DE LA FONDATION UP DEPUIS TROIS ANS MAINTENANT. Notre filiale s'engage tous les ans à mener des actions de solidarité pour aider les personnes dans le besoin. Cette nouvelle politique va apporter un cadre commun au Groupe et impulser une nouvelle dynamique pour nous.

**Up Romania**

« C'EST UN BEAU PROJET QUE NOUS SOMMES FIERS DE REJOINDRE afin d'avoir une action en cohérence avec le Groupe et à forte utilité sociale localement. »

**Up Ceska Republica**

« CETTE DÉMARCHE DE MÉCÉNAT EST INTÉRESSANTE, car elle donne encore plus de sens à notre action quotidienne et est très complémentaire avec notre métier d'origine, qui consiste à accompagner les financeurs sur le terrain de l'insertion, de l'aide économique et sociale. »

**Info DB**

« À TRAVERS LA POLITIQUE DE MÉCÉNAT QUI NOUS EST PRÉSENTÉE, on a le sentiment d'être considéré autant que les autres filiales. Cela fait plaisir et donne l'envie de s'y insérer rapidement, de participer tous ensemble à l'Économie Sociale et Solidaire. »

**Dôme**

## SOUTIEN À LA SOCIÉTÉ CIVILE

### UNE POLITIQUE DE MÉCÉNAT ENGAGÉE AU SERVICE DU POUVOIR D'AGIR

Engagée dans une profonde transformation d'entreprise, Up a entrepris notamment une réflexion sur sa politique de mécénat. À l'issue d'un travail collaboratif inédit, réalisé avec l'ensemble des parties prenantes concernées, un projet résolument différenciant a été construit en 2016 autour du « pouvoir d'agir ». Cette notion centrale structure aujourd'hui, les actions de mécénat en direction de la société civile, qui couvrent 4 grands domaines : l'alimentation, le logement, la santé et l'éducation/la culture.

L'année 2017 a donc été une année décisive dans la mise en œuvre de cette nouvelle politique, labellisée « Impulse » en interne.

Après 18 ans d'engagement sous l'égide de la Fondation de France, elle a vu naître le 25 novembre 2017 la Fondation d'entreprise Up, dont les missions sont de mobiliser l'ensemble des parties prenantes internes et externes autour d'un socle d'engagement fort, d'agir au service des projets et d'animer le déploiement de la nouvelle politique de mécénat « Impulse » dans les filiales. En France comme à l'international, chacune est désormais invitée à s'en approprier les principes et à les décliner localement, de façon autonome, à travers ses propres actions de mécénat.

Pour accompagner ce processus d'appropriation, un Guide du mécénat a été diffusé à l'ensemble des filiales en mars 2017. Il a été complété, entre mai et août, par des sessions de visioconférence auxquelles ont participé la majorité d'entre elles. Plus d'une quarantaine d'interlocuteurs ont été identifiés dans 17 pays pour impulser, sélectionner et porter les projets de mécénat.

Au niveau du siège, 3 salariés de la coopérative Up sont mis à disposition de la Fondation pour gérer ses activités et apporter un appui à toute la communauté d'acteurs du mécénat Up dans le monde en proposant, par exemple, une base d'outils qui encadre et facilite la démarche, pour la mener à bien et de façon cohérente.

## LE MÉCÉNAT SELON UP

En 2017, la déclinaison opérationnelle de la nouvelle politique de mécénat «Impulse» a commencé à s'incarner à travers 30 financements répartis sur 17 projets portés, directement par la Fondation d'entreprise (8 projets), par les filiales françaises (3 projets) ou les filiales internationales (6 projets), pour un budget versé en 2017 de 225,21 K€.

Il est important de préciser que cet engagement financier est pris sur 3 ans donc, en cumulé sur la période 2017/2019, la Fondation et les filiales ont déjà engagé 675,63 K€ pour des projets d'intérêt général, qui devraient permettre de redonner du pouvoir d'agir à plus de 40 000 bénéficiaires.

Cinq pays - France (à travers les filiales Up, Apologic, CityZen, Info DB, CEV et Alios), Italie (Day), Espagne (Up Spain), République tchèque (Up Ceska Republica) et Roumanie (Up Romania) - sont d'ores et déjà engagés dans la logique de convergence autour des nouveaux principes de mécénat Up. Le mouvement va s'amplifier dès 2018, le temps que les acteurs de terrain s'approprient la démarche, s'organisent et sélectionnent des projets «Impulse».

Sur le plan de la méthode, le choix a été fait d'accompagner moins de projets que par le passé, mais de le faire de façon plus qualitative (concertation, suivi et évaluation), en intervenant sur une durée plus structurante (3 ans minimum), pendant laquelle le montant des subventions annuelles octroyées est garanti. Cette approche facilite le développement et l'évaluation des projets, elle donne aux acteurs une plus grande capacité d'agir.

Elle permet également de détecter d'éventuels besoins de soutien en nature, en compétences ou en temps, pour compléter le soutien financier. En effet, il est possible d'engager les collaborateurs du groupe Up sur les projets accompagnés, au-delà de la première année de conventionnement.

Au niveau des domaines d'action investis par les filiales et la Fondation, on remarque qu'au niveau des actions de mécénat Impulse, il y a une nette prédominance à l'Éducation / la Culture (50 %) et la Santé (30 %), viennent ensuite le logement (13 %) et l'alimentation (7 %).

### FONDATION UP : UNE JOURNÉE DE LANCEMENT À L'ATRIUM

La création de la Fondation d'entreprise Up a été l'occasion d'organiser un événement, au siège du groupe Up, le 21 septembre 2017. Au cours de la journée de lancement, l'ensemble des parties prenantes (membres du Conseil d'Administration de la Fondation, collaborateurs, associations et fondations partenaires) qui constituent l'écosystème de la Fondation se sont retrouvées à l'Atrium.

Des ateliers ont permis d'illustrer concrètement le « pouvoir d'agir » et de créer des synergies entre les acteurs. C'est ainsi que les associations Biocycle et La Tablee des chefs se sont associées pour faire confectionner des plateaux-repas par les salariés, à partir de produits invendus, afin de les redistribuer ensuite à une association locale. Les quelque 200 salariés présents ont également pu rencontrer les associations Bibliothèque sans Frontières, La Cloche, Music'O Senior, ODAAS (Objectifs Diversification Autour d'Actions de Sensibilisation). Cette journée a été l'occasion de proposer également des missions d'engagement solidaire aux salariés qui souhaiteraient s'engager bénévolement. Plusieurs filiales ont relayé l'événement et/ou assisté aux discours de lancement en visioconférence à l'image d'Apologic, de CEV, d'Info DB, Day ou encore Up Romania.

### ORIGINE DES BUDGETS DE MÉCÉNAT EN K€ IMPULSE - HORS IMPULSE

	IMPULSE	HORS IMPULSE
COOPÉRATIVE UP	156*	14,40
FRANCE (Hors Coopérative Up)	51	0,37
AMÉRIQUES	-	19,75
EURASIE	5	12,04
EUROPE OCCIDENTALE	5	0,84
EUROMED	8,21	10
GRUPE	225,21	57,39

P4-Schéma 1

\*Il s'agit des actions menées par la Fondation.

**NOMBRE DE PROJETS DE MÉCÉNAT SOUTENUS**  
**IMPULSE - HORS IMPULSE**

	IMPULSE	HORS IMPULSE
COOPÉRATIVE UP	14*	3
FRANCE (Hors Coopérative Up)	10	4
AMÉRIQUES	-	2
EURASIE	1	9
EUROPE OCCIDENTALE	2	1
EUROMED	3	1
GROUPE	30	20

P4-Schéma 2

\*Il s'agit des actions menées par la Fondation.

**COMPARAISON DES DONNÉES**  
**2016 ET 2017**

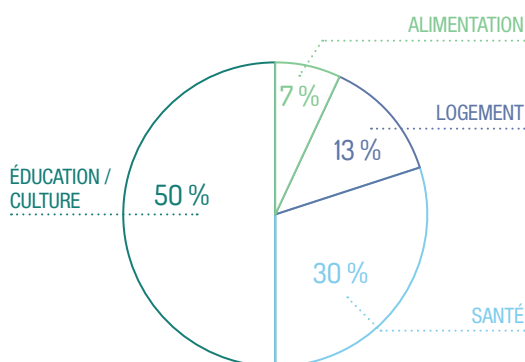
La Fondation sous égide de la Fondation de France est devenue, en novembre 2017, une Fondation d'Entreprise.

Avec un programme d'actions pluriannuel sur 5 ans, redéfinissant intégralement son périmètre et ses domaines d'actions, il a été choisi de ne pas comparer les données 2017 avec celles de 2016.

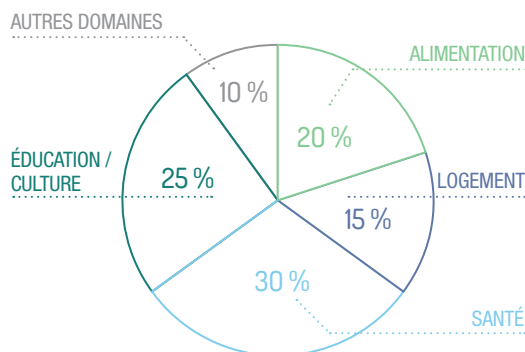
Cette année de transition permet d'installer de bonnes bases pour les années à venir.

Compte tenu d'un lancement en fin d'année 2017, la dotation Up 2017 (327 K€) versée à la Fondation d'entreprise Up sera donc engagée sur les années civiles 2017-2018.

**MÉCÉNAT IMPULSE**



**MÉCÉNAT HORS IMPULSE**



P4-Schéma 3 & 4

Parallèlement au processus de convergence, les actions de mécénat hors politique «Impulse» (sans cadre d'action spécifique) perdurent. On en dénombre 20 sur l'année 2017 pour 57,39 K€, mises en œuvre par Apologic, Info DB et Up en France ; Up Romania, Day, Up Policard (Brésil) et Up Ceska Republica à l'international. Ces actions répondent le plus souvent à des problématiques locales d'intérêt général et ont vocation à coexister dans une faible mesure.

On peut observer une convergence naturelle vers les domaines d'action «Impulse» qui s'est opérée en raison d'une sensibilisation générale sur le nouveau programme de mécénat. Le domaine d'action santé représente 30 % des aides versées et celui de l'éducation / la culture 25 % des fonds.

Une réflexion est à mener, notamment avec le Conseil d'Administration de la Fondation, sur les domaines d'action Alimentation et Logement, qui restent plus délicats à appréhender par l'ensemble des acteurs du groupe Up.

## FOCUS SUR DES PROJETS DE MÉCÉNAT IMPULSE

### LOGEMENT

#### • **Projet « Un Abri pour toutes »**

La Fondation et Info DB soutiennent les femmes sans domicile afin de faire évoluer leurs conditions de vie dans des centres d'hébergement d'urgence mixtes. Ce partenariat s'inscrit pleinement dans la relation initiée et relatée en 2016.

Pourquoi les femmes sans abri ne rejoignent-elles pas un centre d'hébergement ? Parce que ces lieux, le plus souvent mixtes, sont synonymes pour elles d'insécurité. Tel est le point de départ du projet « Un abri pour toutes », lancé fin 2017 par la Fondation des Femmes, qui œuvre en faveur de la défense des droits des femmes en situation de précarité. Ce projet de recherche-action vise à organiser un accueil sécurisé des femmes dans 3 centres d'hébergement pilotes mixtes en Île-de-France et à proposer, à terme, une démarche d'essai-mage de bonnes pratiques à tous les centres d'hébergements en France.

#### • **Projet « Réhabilitation de logements »**

La filiale Up Spain et la Fondation soutiennent les familles vivant dans la précarité.

L'opération réalisée par l'association Cooperacion Internacional consiste en l'amélioration des logements qui sont dans un état de précarité, habités par des personnes qui ne peuvent pas assumer la rénovation de leurs habitations. Cette action est réalisée par des groupes de jeunes âgés de 16 à 30 ans, qui ont la volonté d'avoir un impact positif dans la société.

### SANTÉ

#### • **Projet « La mémoire en chantant »**

La Fondation, les filiales CEV et Alios soutiennent les personnes âgées en perte d'autonomie afin de leur permettre de retrouver un peu de vie et de souvenirs.

Le projet de l'association Music'O Senior a décidé de placer de jeunes artistes lyriques aux côtés des personnes en grande dépendance afin de les rendre acteurs d'un événement artistique avec les autres résidents, le personnel soignant et les familles.

#### • **Projet « Faire rimer soleil et joie au cœur de l'hôpital »**

La filiale Apologic soutient l'association Je veux du soleil, de Saint-Malo. Le but de cette association est de permettre à des enfants hospitalisés de soulager leur quotidien, et celui de leurs familles, en leur donnant la possibilité de se retrouver en dehors des murs, dans un espace « hors du commun » qui permet de s'évader de l'hôpital et ne pas penser à la maladie.

### ALIMENTATION

#### • **Projet « Développer l'autonomie et la sécurité alimentaire des jeunes »**

La Fondation Up soutient l'association La Tablée des chefs qui permet, à travers la cuisine et le partage, de lutter contre l'inégalité liée à l'accès à une alimentation saine et équilibrée.

Cette association travaille pour l'accès à une éducation culinaire des générations futures, notamment pour les jeunes en foyer et les familles en situation de grande précarité.

### ÉDUCATION / CULTURE

#### • **Projet « Histoire de dire »**

La filiale Info DB soutient les enfants victimes de violence via l'association Adalea, de Saint-Brieuc.

Cette dernière accompagne des publics en situation de précarité, notamment des femmes, victimes de violence, souvent accompagnées de leurs enfants. Également victimes de la situation, ces derniers n'ont pas toujours l'occasion d'exprimer leur ressenti. Sur la base de ce constat, l'association a lancé le projet « Histoire de dire » pour leur ouvrir des espaces d'expression, grâce notamment à des activités artistiques et culturelles, organisées les mercredis après-midi. Dans le cadre du programme de mécénat « Accès à la culture et l'éducation », le projet est soutenu directement par Info DB.

#### • **Projet « Aide aux femmes, mères et victimes de violences domestiques »**

La filiale Up Ceska Republica et la Fondation soutiennent les enfants témoins de violences domestiques à travers le projet de l'association Rosa, qui vise à aider notamment les enfants qui arrivent avec leurs mères victimes de violence sociale.

Ces familles sont hébergées au sein d'une maison d'asile, un milieu amical et sûr, dans un environnement spécialisé. L'objectif du soutien est de ren-

forcer l'aide aux enfants sous forme de thérapie par le jeu, de leur proposer des activités de loisirs, ainsi qu'un apprentissage complémentaire.

• **Projet « Franchir le seuil »**

La filiale Day et la Fondation ont décidé de soutenir les familles victimes de grande pauvreté pour les aider à s'insérer dans la société à travers la Fondation L'Arbre de la Vie.

Cette structure porte le projet de réduction de la pauvreté via la prise en charge de familles et leur intégration à un parcours de réinsertion sociale, éducative, économique et relationnelle. Le soutien vise à agir sur la pauvreté éducative des familles à travers des laboratoires éducatifs et extrascolaires qui intègrent toutes les parties prenantes du processus éducatif.

• **Projet « Educlick »**

La filiale Up Romania et la Fondation soutiennent l'accès au numérique pour les enfants défavorisés depuis 2014 via l'association Ateliere Fara Frontiere, qui a développé un programme de solidarité numérique pour soutenir l'éducation dans les communautés défavorisées de Roumanie.

L'objectif est de collecter, reconditionner des ordinateurs via un atelier d'insertion, et d'équiper des structures qui auront des projets numériques à vocation éducative et locale.

## EMBARQUER LES COLLABORATEURS

Dans le prolongement du déploiement de sa nouvelle politique de mécénat, l'une des ambitions du Groupe est d'encourager ses collaborateurs à s'engager sur des projets solidaires et de créer les conditions pour leur permettre de le faire. Cette dynamique a été lancée en 2017 avec pour objectif, à terme, de proposer une plateforme de l'engagement dynamique et participative.

La démarche associe, là aussi, l'ensemble des parties prenantes internes concernées par la mise en œuvre de dispositifs tels que : le congé solidaire, le mécénat de compétences, la vente solidaire, la collecte solidaire, le voyage solidaire ou encore l'arrondi sur salaire.

Dans un souci de cohérence, l'une des pistes envisagées est de proposer aux salariés volontaires des missions en lien direct avec des projets déjà soutenus par la Fondation et/ou les filiales.

L'animation de l'engagement des salariés sur le temps de travail a été expérimentée en France avec succès en 2017, avec une vingtaine de collaborateurs qui ont mené une action solidaire sur leur temps de travail.

Sept d'entre eux ont, par exemple, participé à une journée de tri / collecte de livres, organisée par Bibliothèque sans frontières. Up accompagne, par ailleurs, cette association dans un projet visant à donner accès à l'information et à la culture à des personnes sans domicile, accueillies dans les gymnases parisiens, pendant le plan grand froid hivernal, par les services de la Ville de Paris.

D'autres salariés ont aussi apporté leur aide à l'association Biocycle en collectant des fruits et légumes bios invendus afin de les redistribuer à des publics défavorisés.

Enfin, 5 collaborateurs et 4 ayants droit sont partis en voyage solidaire au Cambodge, par l'intermédiaire du CE, et ont contribué à rendre des familles locales plus autonomes.

À l'international, de nombreuses initiatives ont été menées notamment par Si Vale (Mexique), Up Multinet (Turquie), Up Ceska Republica, Up Spain...

## L'Arrondi sur salaire, une autre forme d'engagement

En septembre 2017, la France a fêté les 3 ans de son dispositif « Arrondi sur salaire ». Celui-ci offre la possibilité aux salariés de soutenir la structure d'intérêt général de leur choix, en réalisant chaque mois un micro-don sur leur salaire net. Cet anniversaire a coïncidé avec deux évolutions importantes : le renouvellement des projets à soutenir, d'une part, et la convergence du dispositif « Arrondi sur salaire » avec la politique de mécénat, d'autre part.

Ainsi, courant octobre, les salariés du Groupe en France ont choisi d'orienter les micro-dons vers quatre nouvelles associations « coups de cœur » soutenues par la Fondation : La Cloche, ODASS, La Tablée des Chefs et la Fondation des Femmes.

Le dispositif du micro-don sur salaire a été également adopté par deux autres filiales du Groupe : Day et Up Ceska Republica.



## UN ENGAGEMENT SOCIÉTAL QUI SE POURSUIT...

Parallèlement et distinctement de sa politique de mécénat, le groupe Up a également vocation à intervenir sur des projets à dimension sociale (actions de responsabilité sociétale\*), en pleine cohérence avec son positionnement d'acteur économique engagé à travers ses produits et ses services. Le Groupe souhaite ainsi continuer à valoriser ces actions qui contribuent à l'expression de sa différence.

En 2017, ces actions de responsabilité sociétale\*, portées par de nombreux acteurs en interne (8 pays : Turquie, Espagne, Mexique, Italie, Brésil, République tchèque, Roumanie et France, par l'intermédiaire des filiales : Apologic, Dome, Domicours, Kalidéa, Interface et Up), ont atteint un total de 51 projets soutenus, pour une aide globale à hauteur de 193,63 K€. Cette forte évolution trouve sa justification dans une meilleure valorisation des actions engagées et dans l'amélioration des échanges avec les acteurs clés en interne, sous l'impulsion de la nouvelle ambition mécénat afin d'identifier et faire remonter l'exhaustivité des actions de solidarité menées dans le Groupe.

### PROJET « INITIATION DES SENIORS AU NUMÉRIQUE », UNE INITIATIVE COLLECTIVE

En novembre et décembre 2017, une équipe de 19 salariés du Groupe a monté, près de Dinan (Côtes-d'Armor), une initiation au numérique destinée aux usagers d'une structure d'aide aux seniors, l'ASAD (Association de Services et Aide à Domicile). Au cours de 4 sessions, ces salariés bénévoles ont accompagné 12 personnes âgées dans l'apprentissage de l'utilisation d'une tablette tactile pour un usage quotidien. L'originalité du projet réside dans le fait qu'il a réuni des collaborateurs issus de 4 entités différentes du Groupe (Apologic, Domicours, Up et Dôme), qui ont, chacun, apporté leur savoir-faire et leur expertise au service de l'intérêt général.

## DONNÉES CLÉS

### EN FRANCE

(sur une période de 3 ans)

12 filiales engagées

22 009 € collectés, dont 9 249€ en 2017

3 associations et la Fondation Up bénéficiaires

475 donateurs

### EN ITALIE

Day

998,44 € collectés en 2017

2 structures bénéficiaires

81 salariés donateurs

### EN RÉPUBLIQUE TCHÈQUE

Up Ceska Republica

1 755 € collectés en 2017

1 association bénéficiaire

19 donateurs

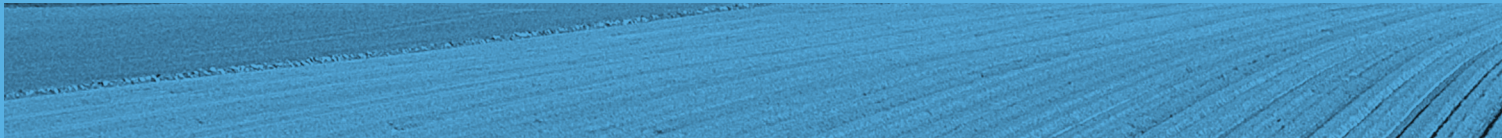
Dans un autre registre, l'aide d'urgence a été peu utilisée en 2017 avec un seul projet représentant une aide de 17,67 K€. Ainsi, la filiale Up Multinet a continué à intervenir en Turquie sur la commune de Soma, touchée par une catastrophe minière en 2014. Depuis le drame, la filiale turque apporte une aide aux familles des victimes sous la forme d'une subvention annuelle permettant de faciliter la scolarisation et l'accès aux études d'enfants de mineurs disparus.

## ACTIONS DE RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE

	NOMBRE DE PROJETS	BUDGET EN K€
COOPÉRATIVE UP	24	165,48
FRANCE (Hors Coopérative Up)	7	2,40
AMÉRIQUES	7	10,36
EURASIE	5	9,50
EUROPE OCCIDENTALE	4	2,48
EUROMED	4	3,41
<b>GROUPE</b>	<b>51</b>	<b>193,63</b>

P4-Schéma 5

\* Une action de responsabilité sociétale recherche une contrepartie directe à l'action menée, à l'inverse du mécénat Impulse / Hors Impulse.



## L'ESS

### L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE (ESS) AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

Dans le prolongement des actions entreprises avec les acteurs du monde coopératif pour renforcer son modèle entrepreneurial et ses pratiques démocratiques (cf. Coopérer, programme Gouvernance), Up contribue activement, depuis de nombreuses années, à soutenir la reconnaissance et le développement de l'ESS, en France et dans le monde. En tant que groupe international reposant sur une Scop « historique » et se positionnant comme acteur emblématique de l'ESS, il s'est prioritairement appuyé sur les principes et valeurs coopératives pour affirmer son identité et sa différence.

Le groupe Up soutient ainsi, sur la base d'une convention pluriannuelle, le Mouvement associatif. Cette organisation représente 13 millions de bénévoles et 1,8 million de salariés, ce qui en fait le porte-voix de la dynamique associative française et l'une des forces vives les plus puissantes du pays.

Le soutien de Up contribue à réaliser son ambition de favoriser le développement d'une force associative utile et créative. Le Mouvement associatif intervient sur quatre grands axes de réflexion et d'action : l'engagement, l'économie, l'action publique et l'emploi.

En 2017, le groupe Up a également apporté une contribution financière au Conseil National des Chambres Régionales de l'Économie Sociale (CNCRESS) et son soutien à l'organisation de la 10<sup>e</sup> édition du Mois de l'ESS, qui a permis de décliner quelque 1 800 événements pendant tout le mois de novembre 2017 sur tout le territoire.

Sur le plan de la reconnaissance internationale de l'ESS, le groupe Up est membre fondateur d'ESS Forum International, une association qui organise tous les deux ans les Rencontres du Mont-Blanc, grand forum des acteurs et dirigeants de l'ESS. Depuis plus de 10 ans, ce réseau international est un véritable laboratoire d'idées poursuivant trois objectifs : rassembler, co-construire et influencer.

Co-secrétaire permanent du groupe pilote international de l'ESS (GPIESS), dont il a impulsé la création, ESS Forum International est accrédité par le Conseil Économique et Social des Nations Unies (ECOSOC) et est membre observateur de la task-force inter-agences de l'ONU sur l'ESS (UNTFSSSE).

Enfin, le groupe Up est membre fondateur de l'ICOSI. Cette association de coopération au développement, fondée en 1983, initie et réalise des programmes de terrain avec des partenaires issus du monde coopératif, mutualiste, associatif et syndical. Son objet premier est de contribuer à la création, la mise en place et/ou au développement de structures de l'ESS. Ses territoires d'intervention sont l'Europe, l'Afrique du Nord et de l'Ouest, ainsi que les Amériques.

Au cours des dernières années, elle accompagne des dizaines de projets entrepreneuriaux, essentiellement coopératifs et mutualistes, ou contribue au renforcement de la société civile.

La contribution du groupe Up à l'ICOSI réside en son adhésion statutaire. En 2017, l'association s'est notamment consacrée au lancement d'un projet de développement des coopératives agricoles familiales au Bénin et au Sénégal.



**EN 2017, NOUS AVONS TRAVAILLÉ AU LANCEMENT D'UN PROJET DE DÉVELOPPEMENT DE COOPÉRATIVES AGRICOLES FAMILIALES DANS DEUX PAYS : LE BÉNIN ET LE SÉNÉGAL.** Le projet a démarré en avril pour une durée de 36 mois. Il implique 1 280 agriculteurs, dans 128 coopératives, et compte 11 500 bénéficiaires.

L'objectif de ce projet est de répondre aux trois défis majeurs des agricultures ouest-africaines : l'amélioration de la sécurité alimentaire, la réduction de la pauvreté et la création d'emplois. À travers cette démarche, la pertinence des modèles de l'ESS est démontrée pour répondre aux objectifs de développement durable. Le projet représente un budget global de 889 837€, dont 48 % sont financés par l'Agence Française de Développement. Sans le soutien d'adhérents comme le groupe Up, ce type d'actions ne pourrait tout simplement pas voir le jour car ce projet n'aurait pas les fonds propres nécessaires pour obtenir l'appui des grands bailleurs de fonds. »

**Oumar Camara, responsable de projets à l'ICOSI/ADER-RIED**

## LES ACHATS RESPONSABLES

### DÉPLOYER LA CHARTE DES ACHATS RESPONSABLES

Pour Up, être un acteur économique différent et engagé impose aussi d'acheter autrement. Afin de construire une démarche d'achats conforme à sa stratégie de performance durable et de construire des relations durables avec ses fournisseurs, Up s'est doté, en 2015, d'une Charte des achats responsables, élaborée sur la base d'un travail collaboratif associant des acheteurs de ses différents pays d'implantation.

Inspirée de ses valeurs (engagement, solidarité, équité, innovation, entrepreneuriat), elle s'articule autour de 3 engagements :

- Mettre la co-crédation de valeur économique, sociale, sociétale et environnementale au cœur des relations acheteurs-fournisseurs ;
- Respecter toutes les parties prenantes impliquées dans la chaîne de valeur ;
- Œuvrer à la préservation du bien commun pour les générations futures.

Exemples de déploiement de la Charte des achats responsables à l'échelle du groupe Up en 2017 :

- En Turquie, la Charte a été traduite et déclinée dans un document diffusé sur l'intranet. Il précise notamment les règles à appliquer lors d'un appel d'offres. Dans le même esprit, un audit interne, par famille d'achats, a été réalisé.
- En Slovaquie, la Charte a également été traduite en langue locale.
- En France, la mise en pratique des principes de la Charte s'est traduite par des avancées concrètes, en particulier dans le domaine de l'achat d'énergie, la poursuite de réflexions, notamment pour développer la sous-traitance avec le secteur adapté et protégé, et la construction d'un parc automobile plus « vert ».

### ORGANISATION DES ACHATS DANS LES FILIALES

S'inscrivant dans la démarche d'accompagnement des filiales sur la professionnalisation de la fonction achat et la mise en œuvre de la charte des achats responsables, un premier questionnaire sur l'organisation des achats a été envoyé en novembre aux filiales Up. Il concourt à la

bonne appréhension des risques liés aux achats, notamment ceux qui ont trait aux fournisseurs critiques.

Quelques filiales ont répondu sur l'organisation achat qu'elles ont mis en place, et de façon plus spécifique sur leurs fournisseurs principaux (identifiés par volume d'affaires, par domaine d'activité et par ancienneté de la relation) :

- En Allemagne : 7 principaux fournisseurs ont été répertoriés.
- En Pologne : 30 principaux fournisseurs.
- En Italie : 34 fournisseurs constituent les principales dépenses.

Au sein de cette dernière, une politique d'évaluation des fournisseurs a été présentée à la Direction en septembre 2017. Cette politique alliant les principes de la Charte, les exigences normatives (ISO 9 001 - 14 001 et SA 8 000) et réglementations locales (modèle organisationnel 231) a été validée par le Directeur Général. Dans cette lignée, deux audits fournisseurs ont été menés. Ils ont également intégré les aspects liés à la sécurité au travail.

- Au Mexique, le responsable des achats fait partie du Comité RSE local et encourage les achats responsables auprès des collaborateurs. Un questionnaire d'évaluation, intégrant des critères RSE, est soumis aux fournisseurs dans le cadre de l'ISO 9 001.

Entamée en 2016, l'animation de la communauté des acteurs achats, en direction de l'ensemble des filiales, s'est poursuivie en 2017 avec l'organisation d'un atelier le 19 décembre. Lors de cet atelier ont été réunis 8 acteurs achat représentant la France, l'Allemagne, la Belgique, et la République tchèque. Le thème de cette journée était « Comment concilier enjeux éthiques et enjeux économiques ? ».

La formule des ateliers sera amenée à évoluer, pour prendre la forme d'un module de e-learning dédié aux achats responsables. L'objectif est de mieux cibler les publics avec l'appui des Directions Générales de filiales et de zones, et d'adopter une approche plus pédagogique de la démarche. Le positionnement de chaque filiale sur la grille de maturité est ainsi reporté et sera facilité suite à la diffusion de ce module.

## ÉVALUATION FOURNISSEUR GROUPE

L'an dernier, 32 fournisseurs ont été évalués par 4 entités, respectivement :

- Day : 2 fournisseurs
- Multinet : 2 fournisseurs
- Up Spain : 26 fournisseurs
- Up : 2 fournisseurs

En 2017, ces 4 sociétés ont poursuivi leurs efforts et de nouvelles filiales ont entrepris la démarche :

- Day : 2 fournisseurs
- Multinet : 2 fournisseurs
- Up Spain : 24 fournisseurs
- Up : 36 fournisseurs
- Up Romania : 55 fournisseurs
- Si Vale : 11 fournisseurs
- Up Ceska Republika : 28 fournisseurs

Ainsi 158 évaluations fournisseurs ont été réalisées, par 7 entités, soit 5 fois plus par rapport à l'an dernier.

## DÉPLOYER LA CHARTE DES ACHATS RESPONSABLES EN FRANCE

Les efforts du département Achats se concentrent prioritairement sur la zone France, avant de se porter vers d'autres filiales.

## RENFORCER LE DIALOGUE AVEC LES FOURNISSEURS

Afin de se positionner comme un acteur économique, mais aussi comme un partenaire responsable vis-à-vis de ses parties prenantes, Up est attentif à développer des relations à la fois solides et transparentes avec ses fournisseurs.

## ÉVALUATION DES FOURNISSEURS CRITIQUES PAR ACTIVITÉS

NOTÉS SUR 20

Moyenne de Notation interne 2016 - Moyenne de Notation interne hors RSE 2017 - Moyenne de Notation interne avec RSE 2017

CENTRE D'APPELS	16,33		GESTIONNAIRE RÉSEAU IMPRESSION	9,72	
	15,75			9,72	
	14,94			13,57	
CONSEIL, INTÉGRATION ARCHITECTURES RÉSEAUX	15,40		LIAISON INFORMATIQUE, TÉLÉPHONIE	12,90	
	15,80			11,60	
	12,14			14,52	
ÉQUIPEMENTS, LOGICIELS INFORMATIQUES	16,60		MAINTENANCE CLIMATISATION	8,33	
	14,31			20,00	
	13,93			17,38	
FABRICATION CARTES	18,16		SERVICES PAIEMENTS	15,48	
	15,48			15,48	
FOURNISSEUR D'ÉNERGIE ET D'EAU	13,90		SOUS-TRAITANCE DE PAIE	12,60	
	20,00			11,60	
	13,57			13,33	
FOURNITURE, INTÉGRATION MATÉRIEL INFORMATIQUE	13,00		SOUS-TRAITANCE DE PRODUCTION	16,70	
	12,96			15,80	
	12,62			13,57	
GESTION INSTALLATIONS INFORMATIQUES	14,20		SOUS-TRAITANCE INFORMATIQUE	7,70	
	14,23			12,50	
	15,71			10,24	
GESTION MAINTENANCE SYSTÈME VOIX, DATA	14,50		TRANSPORT, COURRIER	13,67	
	12,38			11,20	
	13,10			11,67	
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>		13,79		14,08	
				13,57	

P4-Schéma 6

Dans le cadre de ce processus, la coopérative a renouvelé en 2017 la démarche d'évaluation de ses fournisseurs critiques, déjà réalisée en 2016. Démarrée en décembre, cette nouvelle campagne adopte une vision plus large puisque la décision a été prise d'intégrer des critères RSE à l'évaluation. Il ne s'agit donc plus seulement de mesurer les capacités économiques, techniques, l'aspect qualitatif des fournisseurs critiques, mais de mieux qualifier leurs engagements sur les thématiques environnementales, sociales, sociétales, ainsi qu'en matière d'éthique et de gouvernance.

Au 23 mars 2018, l'évaluation est toujours en cours. Au total, 34 fournisseurs critiques ont été répertoriés et 25 ont été totalement évalués.

Les engagements RSE et les achats responsables ont également figuré au cœur d'une concertation fournisseurs lancée en décembre. À travers cette démarche, déjà réalisée en 2014, Up et ses interlocuteurs établissent un dialogue sur la perception respective de leur engagement responsable.

Un questionnaire comprenant 40 items a été adressé à 56 fournisseurs, dont les fournisseurs critiques, pour un taux de retour de 44,64 % (soit 25 réponses).

Il apparaît que les grands groupes sont plus réceptifs aux thématiques RSE, et donc plus enclins à répondre, que les petites structures pour lesquelles ces sujets restent plus difficiles à appréhender.

En regard des résultats recueillis en 2014, il ressort que l'engagement RSE des fournisseurs est en progression, avec notamment des améliorations sur le volet social et un investissement plus important en matière de certification et de labellisation. Up est clairement perçue comme un partenaire engagé et innovant sur le champ de la RSE. Il se démarque notamment sur le plan social tandis que les efforts déployés sur le champ environnemental sont particulièrement appréciés. Dans le cadre de la pratique des achats, Up améliore son processus de sélection intégrant la RSE et se voit davantage perçue comme un interlocuteur de confiance. Des attentes sont toutefois exprimées par les fournisseurs en matière de co-création de valeurs (innovation, réduction impacts environnementaux) et de contractualisation (élaboration, suivi et fin d'engagements).

Afin de compléter cette concertation et d'affiner les informations recueillies, une campagne d'entretien a été réalisée par un cabinet extérieur en janvier 2018 auprès de 10 fournisseurs. À travers une cinquantaine de questions, ils ont été interrogés sur des sujets ayant trait à leur développement économique, leur engagement responsable et leur perception de Up.

## ÉLECTRICITÉ RENOUVELABLE

La maison-mère a fait le choix de contractualiser avec un nouveau fournisseur d'électricité : la société coopérative d'intérêt collectif Enercoop, qui fournit désormais la quasi-totalité des sites français et, depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2018, le siège de Gennevilliers pour 3 ans. Le rapprochement avec cet opérateur, issu du mouvement coopératif, présente un double intérêt pour la coopérative : l'appartenance à une même communauté de valeurs et l'accès à une électricité 100 % renouvelable, d'origine hydraulique, photovoltaïque, éolienne et végétale (biomasse).

La relation entre Up et Enercoop est historique puisque la Fondation Up a été l'un des premiers soutiens lors de la création d'Enercoop il y a 13 ans. Les deux coopératives évoluent dans le même écosystème. Le projet Enercoop est porté, depuis l'origine, par une vingtaine d'acteurs issus du monde des énergies renouvelables, de l'ESS et des associations citoyennes, désireux d'œuvrer, de façon décentralisée, à la transition énergétique en France. Up l'a choisi comme fournisseur en 2017 en réponse à un engagement pris dans le cadre du Labo de l'ESS lors de la COP21 d'opter pour les énergies renouvelables. Aujourd'hui, cette relation ne s'inscrit pas uniquement dans une relation commerciale, mais dans une véritable relation partenariale.

## RECOURS AU SECTEUR PROTÉGÉ ET ADAPTÉ (STPA)

Conformément aux objectifs de l'accord handicap signé en 2017 à l'échelle de la France, Up souhaite développer le recours à la sous-traitance avec des Établissements et Services d'Aide par le Travail (ESAT) et des Entreprises Adaptées (EA). Face aux difficultés rencontrées pour atteindre l'objectif de 7 % d'augmentation du volume d'achat confié aux ESAT/EA, le département des Achats France a réalisé un diagnostic des familles d'achats pouvant être confiées au STPA. Ce diagnostic a été réalisé avec la plateforme d'achats Handéco.

# 24

FOURNISSEURS ESAT/EA  
GROUPE EN 2017

# 91,04%

TAUX DE COUVERTURE

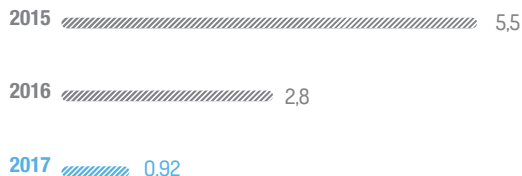
# 83 K€

D'ACHATS RÉALISÉS  
AUPRÈS D'ESAT/EA  
GROUPE EN 2017

# 93,73%

P4-Schéma 7 et P4-Schéma 8

## NOMBRE D'UNITÉS BÉNÉFICIAIRES EN FRANCE



P4-Schéma 9

24 fournisseurs relevant du STPA ont été identifiés dans la base fournisseurs du Groupe en France.

En 2017, le nombre d'unités bénéficiaires réalisées auprès du secteur protégé et adapté sur les sites assujettis à une obligation d'emploi de travailleurs handicapés représente 0,92 unités bénéficiaires. Les actions entreprises sur 2017, concernant l'amélioration de la base de données fournisseurs, permettront de suivre plus facilement les prestations affectées auprès des entre-

prises du secteur protégé et adapté. De plus, l'accord handicap, qui porte des objectifs volontaristes sur ce sujet, doit permettre au Groupe en 2018 de confier plus facilement des prestations auprès de ce secteur.

## DÉVELOPPER UNE FLOTTE AUTOMOBILE RESPECTUEUSE DE L'ENVIRONNEMENT

Dans le cadre de la gestion de son parc automobile, Up s'emploie depuis deux ans à développer une flotte plus « verte ». L'objectif est de réduire progressivement le nombre de véhicules thermiques et de favoriser les alternatives de motorisations hybrides et électriques. Cette volonté reste néanmoins largement tributaire de l'évolution des catalogues constructeurs. L'abandon, par le principal partenaire automobile de la coopérative de son modèle hybride a conduit le Département des Achats à se tourner vers d'autres constructeurs.

Dans son offre de véhicules utilitaires et de véhicules de fonction, la coopérative parvient néanmoins à proposer systématiquement au moins un véhicule thermique ou hybride dans chaque catégorie.

Un véhicule électrique est par ailleurs proposé en prêt pour les déplacements occasionnels.

## UP, ADHÉRENT DE L'OBSERVATOIRE DES ACHATS RESPONSABLES (OBSAR)

Depuis 2011, Up est adhérent à l'ObsAR, association loi 1901 ayant pour objectif d'échanger des bonnes pratiques concernant les Achats Responsables. Il vise à mettre à la disposition de ses adhérents des indicateurs de mesure, d'évolution des pratiques métiers et des espaces de rencontres entre les parties prenantes.

### UNE CONCIERGERIE DIFFÉRENTE AU SIÈGE DE GENNEVILLIERS

Depuis janvier 2017, le siège de Up à Gennevilliers propose un service de conciergerie en réponse à une demande de la part des collaborateurs. Toute une gamme de prestations leur est ainsi proposée : pressing, cordonnerie, couture, réparation de téléphone, courrier, nettoyage de véhicules, esthétique, massages, livraison de produits frais... Un concierge, présent 3 jours par semaine, coordonne l'ensemble de ces services.

Le concept présente une double particularité : la Conciergerie Solidaire est une entreprise d'insertion par l'activité économique, dont l'essentiel des prestations est réalisé par des structures de l'ESS et par le secteur protégé et adapté. Ses priorités sont de créer du lien social et privilégier l'économie locale.

À Gennevilliers, pour sa première année de fonctionnement, la conciergerie a totalisé 376 utilisateurs, rendu 2 863 services et généré un total de 24 600 € de prestations auprès d'acteurs locaux tels que l'ESAT des Muguets (blanchisserie), l'ESAT de Gennevilliers ou Le Panier citoyen (livraison de fruits et légumes bio).

En y adhérant, Up s'est engagé à partager les pratiques d'achats responsables, à les relayer, à prendre part aux expérimentations, à faire progresser sa propre société.

Ainsi, à partir de 2015, Up a pris activement part à un groupe de travail ayant pour thème la « Mieux Disance ». La méthodologie pédagogique a été finalisée en 2017 et la présentation publique a été faite en mars 2018.

Up assiste régulièrement aux conférences auxquelles l'ObsAR participe (salon ProDurable, les informelles d'Handéco, ...), répond à son baromètre d'achats responsables et s'appuie sur ces travaux.

L'année 2017 a été riche en événements. La norme de recommandations ISO 20 400 a été publiée en avril et présentée par l'ObsAR lors du 10<sup>e</sup> forum des achats responsables. Up s'est appuyé sur le guide finalisé par le groupe de travail « indicateurs & reporting » présentant 14 indicateurs pour piloter la mise en œuvre de sa démarche Achats Responsables.

## L'IMPACT TERRITORIAL DE UP

Up contribue au quotidien à la transformation de son environnement économique et social. Par la nature des produits et des services qu'il développe, il participe à l'amélioration de la qualité de vie des salariés bénéficiaires de ses différents titres de paiement, accompagne les entreprises, collectivités et partenaires sociaux dans la concrétisation de leurs engagements sociaux et participe au développement économique de ses affiliés, restaurateurs et, plus largement, commerçants.

### IMPACT ÉCONOMIQUE : LA VALEUR AJOUTÉE DES TITRES DE PAIEMENT

Une étude\* réalisée en 2017, avec les autres opérateurs du titre-restaurant en France, permet par exemple de mesurer précisément l'impact économique et social de ce produit historique du groupe Up. Près de 4 millions de salariés, employés par 140 000 entreprises et collectivités, l'utilisent quotidiennement auprès de 180 000 commerçants. Le titre de paiement bénéficie d'un fort ancrage territorial puisque, parmi ses utilisateurs, 8 entreprises sur 10 comptent moins de 25 salariés.

Selon l'étude, le titre permet à lui seul d'injecter 8 milliards d'euros dans l'économie nationale, correspondant aux 6 milliards d'émission et à environ 2 milliards de consommation additionnelle.

Il contribuerait ainsi à 15 % du chiffre d'affaires global de la restauration commerciale et générerait, directement ou indirectement, 164 000 emplois dans le secteur de la restauration. Selon les projections, ce chiffre pourrait atteindre 190 000 emplois à l'horizon 2020.

L'étude conclut que le titre-restaurant représentait un solde net de 870 millions d'euros dans les comptes publics en 2016, avec une projection à l'horizon 2020 de l'ordre d'un milliard d'euros.

S'il n'est pas mesuré avec autant de précision, l'impact économique des titres cadeaux et culturels est lui aussi très important. Il correspond à environ 1,5 milliard d'euros d'apport d'affaires au profit des commerçants qui les acceptent (soit 1 milliard d'émission nette et 500 M€ estimés de consommation additionnelle) et bénéficierait - de façon estimée - à 6 millions de salariés, dont 36 % employés par des TPE-PME.

Quant au CESU préfinancé, il représente 1 milliard d'euros de volume d'émission annuel et compte 1 million de bénéficiaires/utilisateurs, dont 300 000 salariés qui en bénéficient en tant que complément de rémunération. Selon les estimations, il compterait pour 25 à 30 % de l'emploi direct dans le secteur des services à la personne.

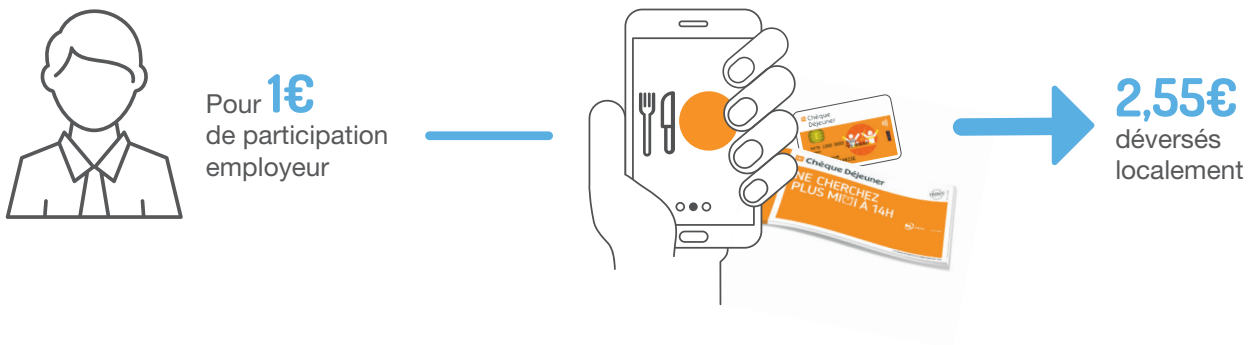
Dans le même temps, il se positionne comme un partenaire actif des pouvoirs publics en facilitant le déploiement de leurs politiques, tant au plan national qu'à l'échelle des territoires.

23 

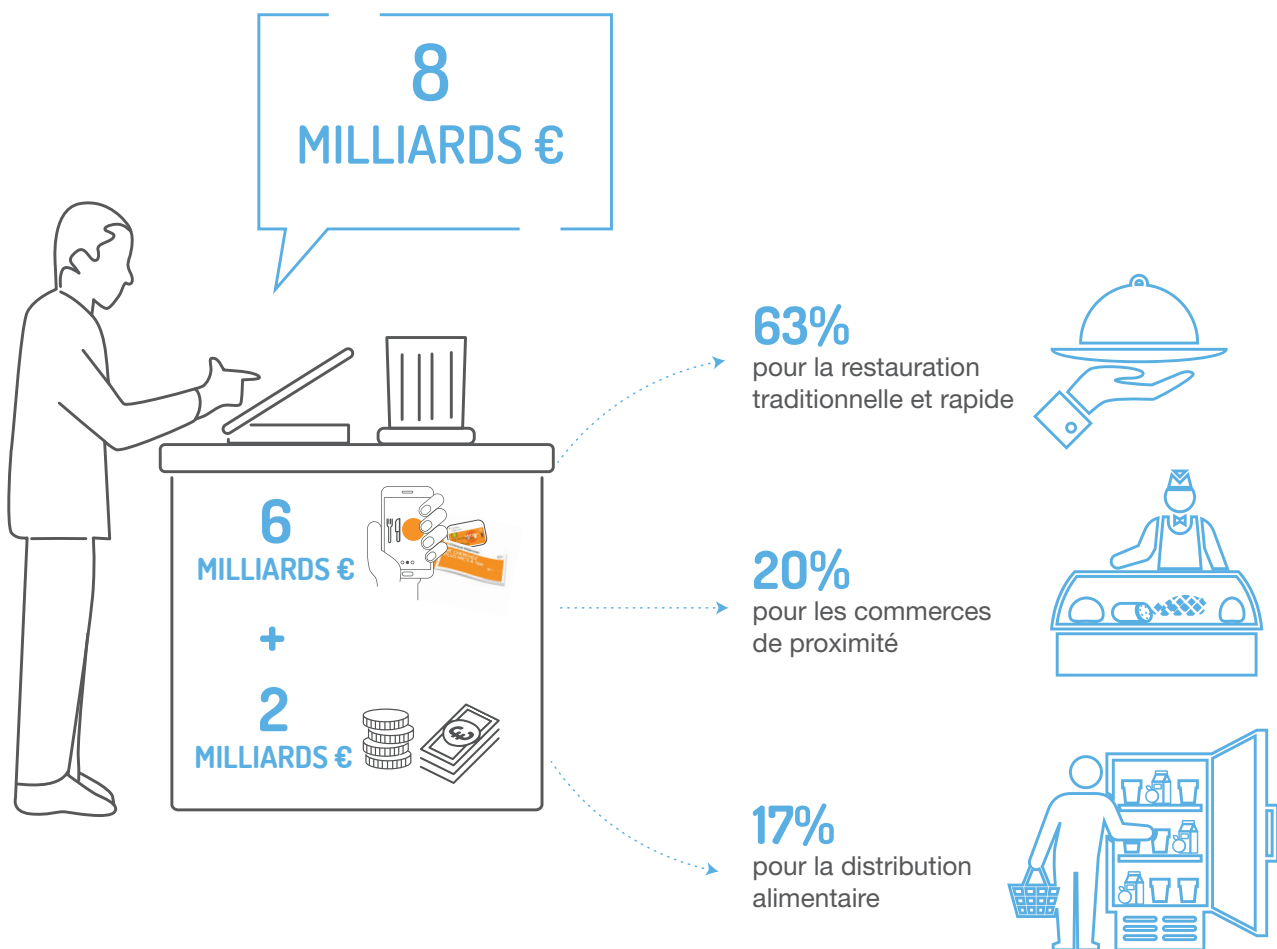
**NOUVEAUX BÉNÉFICIAIRES  
GÉNÈRENT 1 EMPLOI.**

\* Sources étude : APETR, FIDAL, KPMG, CNTR, INSEE, Robert Half, Alternatives économiques, ICOSI, BIT, Food At Work.

## L'EFFET MULTIPLICATEUR



## L'APPORT D'AFFAIRES



P4-Schéma 10



## **IMPACT SOCIAL : LES ACTIVITÉS AU SERVICE DES TERRITOIRES**

Up voit son rôle social encore renforcé par sa position de leader dans l'accompagnement des pouvoirs publics pour le versement de leurs aides et fonds. Plus de 2,5 milliards d'euros d'aides sociales délivrées par les villes et les départements transitent aujourd'hui par ses systèmes d'information.

La création fin 2017 de CityZen, une entité unique réunissant cinq filiales du marché Programmes Publics et Sociaux (ABC Engineering, Apologic, Arcan, Implicit et Info DB) contribuera à améliorer la qualité des prestations apportées aux partenaires publics de Up et à renforcer l'efficacité de leurs aides.

Grâce à l'expertise de CityZen, Up peut désormais accompagner de façon cohérente et continue les bénéficiaires d'aides tout au long de leur vie, de la petite enfance jusqu'à la fin de vie.

Les solutions déployées par CityZen permettent, par ailleurs, d'assurer efficacement le relais entre les financeurs, les citoyens et les prestataires, et d'intervenir de façon fluide à toutes les étapes de la délivrance de l'aide (instruction du dossier, allocation, paiement, réalisation de la prestation, contrôle).

Ce marché continue d'innover. Après le déploiement du dispositif Cohésia en 2016 dans le cadre des aides apportées aux demandeurs d'asile par l'Office Français d'Immigration et d'Intégration (OFII), le groupe Up a été choisi, en 2017, par le gouvernement français pour émettre une aide d'urgence aux habitants des îles de Saint-Martin et Saint-Barthélemy, touchés par la tempête Irma, sous la forme d'une carte de paiement filtrée. Cette carte est paramétrée pour un usage exclusif dans la partie française des îles de Saint-Martin et Saint-Barthélemy, sans restriction de type de commerces. Cette carte a permis d'éviter la distribution d'argent liquide, de s'assurer de l'utilisation des fonds dans une zone géographique prédéterminée et dans un temps imparti.

À l'heure où la modernisation de l'action publique et l'amélioration des relations entre l'administration et les citoyens comptent parmi les priorités gouvernementales en France, le Groupe entend apporter une contribution active à cette évolution.

Demain, Up créera et gèrera des plateformes offrant des services numériques nouveaux et optimisés, qui changeront et simplifieront la relation entre les citoyens et leurs administrations publiques.

# présentation



# er ver

AU SEIN DU GROUPE UP, LA LUTTE CONTRE LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE ET EN FAVEUR DE **LA PRÉSERVATION DE LA BIODIVERSITÉ S'INSCRIT DANS LE QUOTIDIEN DES COLLABORATEURS.**

MALGRÉ UN IMPACT RELATIVEMENT MODÉRÉ DE SES ACTIVITÉS SUR L'ENVIRONNEMENT, LE GROUPE A FAIT LE CHOIX DE S'ENGAGER DANS UNE DÉMARCHÉ ENVIRONNEMENTALE PROACTIVE.

Dans le prolongement de son adhésion au Pacte Mondial des Nations Unies, dès 2006, il s'est fixé des objectifs ambitieux, en parfaite cohérence avec le principe d'une économie durable pour contribuer chaque jour à préserver la planète au bénéfice des générations futures.

En 2017, cet engagement a été réaffirmé dans le cadre du nouveau projet stratégique. Il s'articule autour de deux objectifs principaux :

- Mobiliser des moyens collectifs et encourager des initiatives individuelles pour lutter contre le réchauffement climatique.
- Stimuler la réduction des déchets et lutter plus particulièrement contre le gaspillage alimentaire.

Le groupe Up travaille à la réduction de son empreinte environnementale depuis plusieurs années.

Dans un premier temps, l'objectif a été de mieux connaître l'impact de ses activités. Des bilans Carbone ont été réalisés dès 2011, sans obliga-

tion réglementaire. Depuis 3 ans, les bilans Carbone ont été enrichis pour prendre en compte l'intégralité des activités. Une démarche a été entamée en 2016 pour systématiser la mesure de l'empreinte carbone en l'intégrant à la collecte annuelle des données extra-financières. Les données collectées en 2016 n'ont pas permis d'avoir une image suffisamment fine de l'empreinte carbone. Il a donc été décidé de modifier la méthode de collecte et de faire évoluer l'outil afin d'automatiser le traitement de ces données. La collecte réalisée sur les données 2017 permettra d'obtenir le bilan Carbone des principales filiales courant 2018.

Cette première étape était indispensable pour que le Groupe se familiarise aux enjeux environnementaux.

Les objectifs du projet stratégique sont déclinés à travers différentes priorités d'actions, définies par le Groupe :

- sensibiliser les équipes,
- mesurer l'impact environnemental de l'activité et des produits,
- engager des actions pour réduire l'empreinte carbone, voire envisager une démarche de compensation.

En France, comme à l'international, ces dernières sont déclinées de façon décentralisée. Chaque filiale s'approprie la démarche et l'adapte à la réalité de son activité et de son environnement.

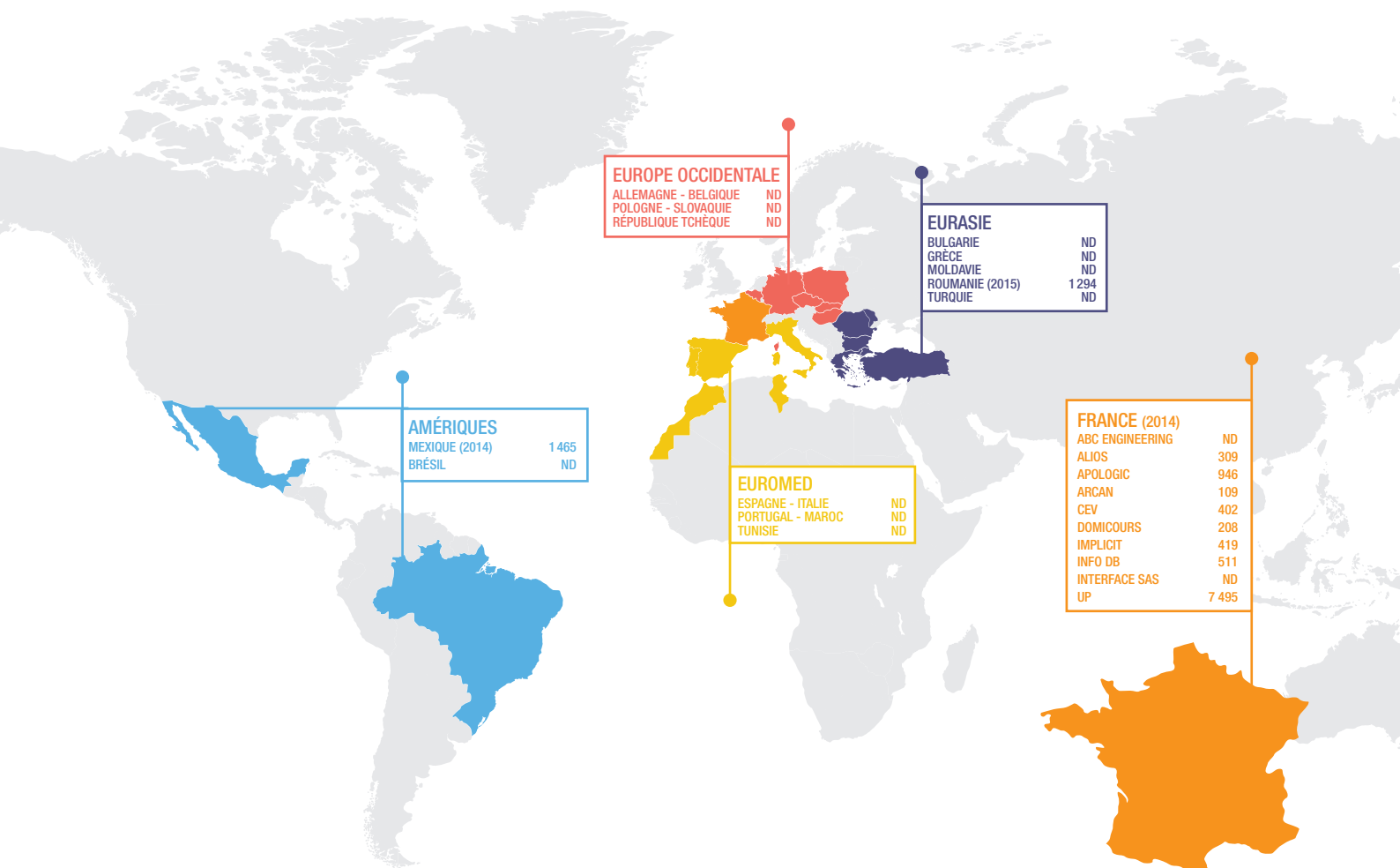
Au siège du Groupe, une personne ressource est mobilisée pour accompagner les filiales et leur apporter le support nécessaire.

#### LE CHOIX DE LA CERTIFICATION

Pour structurer et guider leur politique environnementale, trois entités du Groupe ont fait le choix, depuis plusieurs années, de s'engager dans la démarche de certification ISO 14 001 : la coopérative Up (société-mère du Groupe), Up Romania et la filiale italienne Day.

Dans ces trois entités, une communication spécifique, sous forme de supports d'information et de sensibilisation, est déployée en direction des collaborateurs.

**L'ÉVALUATION DE L'EMPREINTE CARBONE : UNE PRATIQUE UP INTÉGRÉE**  
**CARTOGRAPHIE DES ÉVALUATIONS DES EMPREINTES CARBONE AU 31 DÉCEMBRE 2017**  
 (en t CO<sub>2</sub> équivalent - ND : Non déterminé - (20XX) : année des données)



À la date de rédaction de ce rapport, les calculs de l’empreinte carbone 2017 sont en cours. Ils ne sont donc pas disponibles dans ce rapport. P5-Schéma1

**DES ENJEUX PARTAGÉS  
 AVEC LES COLLABORATEURS**

Le principe d’une participation active des collaborateurs à la stratégie est inscrit au cœur même de la culture du groupe Up. Chaque collaborateur est ainsi invité à agir, à son niveau, au quotidien, pour réduire l’impact environnemental de l’entreprise et intégrer la prise en compte de l’environnement, aussi bien dans l’organisation interne de l’entreprise que dans la conception de nouveaux produits éco-responsables. La communication, la sensibilisation et la for-

mation constituent les principaux leviers pour permettre aux collaborateurs du Groupe d’appréhender les enjeux du projet stratégique, de prendre la mesure de leur capacité d’agir et les inciter à s’engager concrètement.

Cette démarche d’animation se poursuit de façon continue et se réinvente, d’année en année, à travers différents types d’initiatives :

- Des actions transversales, telles que le grand jeu digital international Planet Guardians, lancé fin 2017 à l’échelle du Groupe (voir encadré),

- La participation à des événements nationaux, comme la Journée de la Qualité et de l'Environnement et la Semaine Européenne de réduction des Déchets, qui ont mobilisé le siège du Groupe les 10 et 24 novembre et donné lieu à une communication spécifique (diffusion de la newsletter « Ma vie zéro déchet – Portrait d'une passionnée ») ;
- Des initiatives plus locales, davantage inscrites dans le quotidien des collaborateurs : en Belgique, par exemple, Monizze a installé une fontaine reliée à l'eau de ville. Chaque salarié est doté d'une gourde ; des verres et des tasses réutilisables sont également mis à disposition. En matière de formation, sur le périmètre France, le module de e-learning destiné aux nouveaux entrants comprend une partie dédiée à la thématique environnementale. Initialement prévu sur 2017, son déploiement a été reporté à 2018 en raison de mises à jour techniques et de contenu.

Les instances représentatives du personnel sont également pleinement parties prenantes de la démarche et sont invitées à s'en emparer pour mieux la relayer sur le terrain. En décembre 2017, à la demande des élus du Comité d'Entreprise Européen, une présentation détaillée des actions menées sur le programme environnemental et des indicateurs suivis a été réalisée.

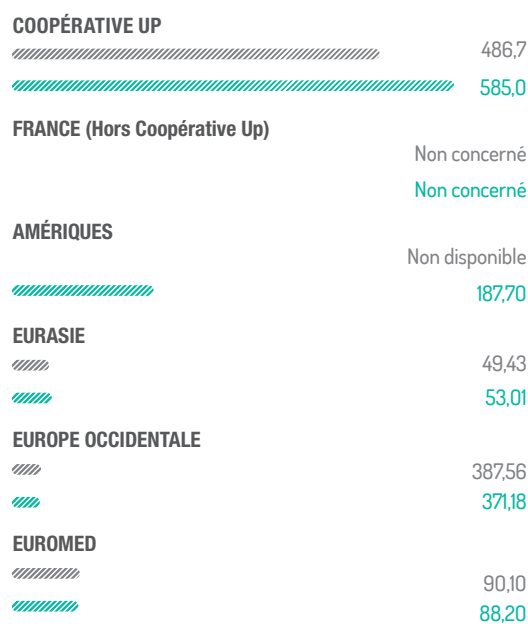
Chez Up Spain, le Comité d'Entreprise local a spontanément pris l'initiative, le 19 septembre 2017, d'organiser un atelier sur le thème de la performance énergétique. L'objectif était de sensibiliser les salariés aux économies d'énergie, dans le cadre professionnel comme à la

maison. Près de la moitié des collaborateurs ont participé à cet événement, qui fait écho aux engagements du Groupe et y puise sa légitimité.

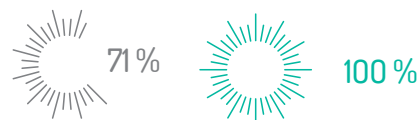
## MAÎTRISER L'IMPACT DES PRODUITS DU GROUPE UP

L'impact environnemental des produits du groupe Up est fortement lié à l'utilisation du papier entrant dans la fabrication de ses différents titres de paiement.

### QUANTITÉ DE PAPIER DE PRODUCTION ACHETÉ EN TONNES 2016 - 2017



### Taux de couverture 2016 - 2017



La maison-mère est la seule société produisant des titres papier en France. Pour la maison-mère, les quantités de papier correspondent aux quantités de papier commandé dans l'année.

La quantité de papier acheté par la maison-mère en 2017 est plus importante qu'en 2016 pour des raisons de regroupements de commande. La quantité commandée dans l'année n'est pas égale à la quantité consommée dans l'année.

P5-Schéma 2

## PLANET GUARDIANS, UN JEU DIGITAL POUR VALORISER LES ACTIONS DU GROUPE

En écho à la conférence de Bonn sur le réchauffement climatique (COP 23), le groupe Up a lancé, en novembre 2017, le grand jeu Planet Guardians, disponible sur une plateforme digitale et relayé sur les réseaux sociaux. Les participants étaient invités à parcourir une carte du monde pour découvrir les actions environnementales mises en place par le Groupe et ses filiales, dans ses 18 pays d'implantation, au travers d'explications et de jeux interactifs (découverte des énergies renouvelables, collecte de bouchons, dons alimentaires et tri des déchets...). Cette opération, à la fois interne et externe, a généré 17 529 followers et atteint 8 millions de personnes sur les réseaux sociaux.

Afin de limiter l'impact lié à l'utilisation du papier et d'agir dans la protection de la biodiversité, les filiales ayant une activité de production recourent à différentes stratégies.

La France et l'Italie privilégient les papiers certifiés (PEFC pour Up, FSC pour Day) issus de filières encourageant la gestion durable des forêts, ce qui représente 52,2 % des achats de papier du Groupe.

D'autres leviers sont déployés en fonction des pays : l'optimisation des consommations via l'augmentation de la valeur unitaire des titres – qui permet de réduire le volume produit – ou le recours à des procédés de fabrication permettant de limiter la gâche. La coopérative Up a, par exemple, étendu l'utilisation de sa machine couleur ce qui permet de simplifier le process industriel et d'optimiser les stocks. En Bulgarie, Up Tombou a fait l'acquisition d'une plieuse permettant de diminuer ses rebuts de 80 %.

Dans un proche avenir, la tendance globale à la dématérialisation conduira de facto à une réduction importante des émissions liées au support papier. Au sein du Groupe, la part des émissions dématérialisées représente 42 % du volume global en 2017. Plusieurs filiales fonctionnent déjà avec des produits dématérialisés à 100 %. En France, en Italie, en Slovaquie et en Roumanie, les actions menées au profit de la dématérialisation vont accélérer ce processus.

Les supports dématérialisés ne sont toutefois pas adaptés à tous les usages. Au Mexique, par exemple, le gouvernement de Mexico, interlocuteur de Si Vale, continue à privilégier l'utilisation du titre papier dans certaines régions isolées du pays.

Au-delà des actions visant à limiter les émissions liées à ses produits historiques, le Groupe s'engage aujourd'hui de façon proactive sur le développement et la promotion de nouveaux produits et services à vocation environnementale. Sur l'année 2017, trois exemples viennent illustrer ce positionnement.

En mars, Si Vale a lancé la plateforme Inteligas permettant aux clients d'accéder à des données en ligne relatives à l'utilisation de leur véhicule. L'outil facilite le contrôle des dépenses de carburant dans un contexte local de forte fluctuation des prix. Il délivre également des infor-

### DES SALARIÉS MOBILISÉS POUR LA CAUSE ENVIRONNEMENTALE

En France comme à l'international, les collaborateurs du groupe Up s'engagent de façon volontaire, à titre individuel, en faveur de l'environnement. Deux exemples sur 2017 :

- Dans le cadre du plan de réduction de son empreinte carbone, Up Romania s'est rapprochée de l'association Se poate ! (On peut !) autour d'un projet visant à planter 15 000 arbres. Au-delà du soutien financier apporté par la société, 40 de ses salariés se sont mobilisés, le 25 novembre 2017, aux côtés de bénévoles, pour participer à la plantation de 500 arbres. Puis, jusqu'à la fin de l'année 2017, les 14 500 autres arbres ont été plantés via des activités de plantation mécanique.

- A Taden, Apologic a renouvelé, en 2017, son projet de jardin collaboratif, implanté autour de ses bâtiments. Baptisé « Apotager », ce projet, porté par la Direction et le Comité d'Entreprise, permet à des salariés de s'adonner au jardinage pendant la pause de midi. Un composteur a été installé pour recueillir le marc de café et les déchets organiques.

mations liées à la consommation et à la performance énergétique du véhicule.

En Belgique, Monizze est le seul émetteur à proposer l'éco-chèque uniquement sous forme dématérialisée. L'éco-chèque est un avantage extra-légal permettant d'augmenter le pouvoir d'achat des travailleurs, tout en orientant le comportement des consommateurs vers des produits et services écologiques qui participent – directement ou indirectement – à la préservation de notre planète. Il s'agit d'un dispositif visant à sensibiliser et à impliquer tous les acteurs (les employeurs, les salariés, les commerçants) à la réduction des gaz à effet de serre. En Belgique, un salarié sur deux en bénéficie, ce qui représente 1,6 million de bénéficiaires. En 2017, la filiale belge s'est engagée aux côtés des partenaires sociaux et du Conseil national du travail pour promouvoir le titre et conseiller les bénéficiaires sur l'utilisation qu'ils peuvent en faire. Une campagne de communication a été lancée en décembre sur l'utilisation de ce titre dans le cadre des cadeaux de fin d'année. La communication de janvier 2018 a porté sur le chauffage et les économies d'énergie.

En France, Up a développé en 2017 sa Plateforme territoriale d'aide à la rénovation énergétique de l'habitat avec la région Normandie. Destinée aux collectivités, cette solution innovante accompagne les administrés dans la rénovation de leur logement, en les mettant en relation avec les différents acteurs publics et privés concernés (auditeur, rénovateur, financeur public, banque, etc.).

La coopérative Up se positionne ainsi comme le relais d'une politique publique visant à réduire la consommation énergétique et comme acteur central d'une chaîne de confiance en faveur de la transition écologique.

### AGIR AU QUOTIDIEN

Au-delà de l'évolution des produits, le fonctionnement quotidien de l'entreprise, l'organisation du travail et les habitudes des collaborateurs peuvent également influencer sur l'impact environnemental de l'activité. Dans les trois domaines les plus impactants de l'empreinte carbone du Groupe, que sont les déplacements, l'utilisation de papier éditique et bureautique et la consommation d'électricité, le Groupe s'engage sur des modes de consommation plus responsables,

#### LE GROUPE UP AGIT CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

La lutte contre le gaspillage alimentaire est l'un des axes importants du projet stratégique du Groupe. Elle se décline de différentes manières, notamment à travers des partenariats :

- En France, la coopérative Up s'est rapprochée de l'association parisienne Biocycle qui prend en charge les invendus des professionnels de l'alimentation (commerces, restaurants, cantines...) pour les redistribuer à vélo auprès d'associations caritatives. Deux actions communes ont été réalisées en 2017 : une sensibilisation au gaspillage alimentaire au sein du siège social de Up à l'occasion du lancement de la Fondation d'entreprise et la mise en place d'actions solidaires (engagement des salariés dans le cadre du congé solidaire).
- En Italie, le partenariat avec la start-up Last Minute Sotto Casa se poursuit. Il vise à mettre en relation des commerçants ayant des invendus et des clients désireux de profiter d'une offre intéressante. En 2017, 994 points de vente (magasins et supermarchés) et 69 118 utilisateurs se sont enregistrés. Au total, sur la base des estimations réalisées par les affiliés, ce sont plusieurs tonnes de nourriture qui ont pu être sauvées au cours de l'exercice 2017.

appelant par ailleurs les équipes à adopter des comportements vertueux et une plus grande vigilance quant au gaspillage.

### DÉPLACEMENTS

En matière de gestion du parc automobile, les efforts ont été poursuivis en 2017 pour développer une flotte plus respectueuse. L'objectif recherché est de limiter progressivement le nombre de véhicules thermiques au profit de véhicules électriques ou hybrides.

Cette transition reste néanmoins en partie tributaire de l'offre de véhicules proposée par les constructeurs. En 2017, le parc automobile du Groupe a augmenté de 11 % en nombre de véhicules. La part des véhicules hybrides a diminué.

Néanmoins, des actions menées à long terme doivent permettre d'inverser cette tendance :

- Des aménagements ont été réalisés au siège du Groupe pour mettre à disposition 26 bornes électriques de recharge.
- Des véhicules électriques et hybrides sont désormais proposés dans chaque catégorie de la politique Up voiture (Car Policy) dans les filiales françaises. Chaque fois que possible, des véhicules hybrides rechargeables ont été intégrés.
- Le taux d'émission de CO<sub>2</sub> moyen de la flotte en France est inférieur < 120 gCO<sub>2</sub>/km (98 % de la flotte récente).
- Un véhicule électrique est proposé en prêt pour les déplacements occasionnels (au siège social de la coopérative Up).
- 84 % de la flotte de véhicules de Up Romania en 2017 a des émissions CO<sub>2</sub> < 105 gCO<sub>2</sub>/km. Up Romania se mobilise pour respecter ce seuil pour les nouveaux véhicules, tout en respectant les besoins exprimés.

Pour 2018,

- En France, le parc hybride et électrique est amené à augmenter puisqu'une partie des véhicules commandés en 2017, pour livraison en 2018, sont des véhicules hybrides et électriques.
- Un test sera réalisé, en Ile-de-France par deux commerciaux volontaires, sur l'utilisation de véhicules électriques pour évaluer leur compatibilité, notamment en termes d'autonomie et de possibilités de stationnement, avec un usage professionnel quotidien.



## RÉPARTITION DES VÉHICULES PAR MOTORISATION

(TC : taux de couverture)	2016			2017	
	Publié	Retraité	TC	Publié	TC
Esence/Diesel	87,50 %	87,36 %	82 %	88,97 %	100 %
Hybride	12,20 %	12,32 %	82 %	10,60 %	100 %
Électrique	0,30 %	0,32 %	82 %	0,44 %	100 %

P5-Schéma 3

Le retraitement de la donnée 2016 correspond à la sortie de Up Maroc du périmètre de reporting (5 véhicules).

## CONSOMMATION DE CARBURANT EN LITRES

(TC : taux de couverture)	2016			2017			Tendance
	Totale	Par véhicule	TC	Totale	Par véhicule	TC	
<b>GROUPE</b>	<b>832 101,81</b>	<b>1 318,70</b>	<b>79 %</b>	<b>901 472,91</b>	<b>1 314,10</b>	<b>84 %</b>	<b>↗ 8 %</b>

P5-Schéma 4

L'augmentation du taux de couverture montre une amélioration de l'exhaustivité des données collectées. La consommation totale de carburant du Groupe a augmenté en 2017 de 8 % en cohérence avec l'augmentation du nombre de véhicules de 11 %.

La sensibilisation à la conduite éco-responsable n'a pas été réalisée auprès des commerciaux Day en 2017.

Autre levier d'action important pour réduire l'empreinte carbone : repenser l'organisation du travail au quotidien afin de limiter les déplacements. De nombreuses initiatives ont été prises en ce sens. Au sein de la maison-mère Up, les réunions à distance se généralisent. Même tendance en Turquie où Multinet privilégie désormais les visio-conférences dans les réunions avec ses filiales et ses directions régionales.

À Mexico, le siège de Si Vale a assoupli ses horaires afin d'épargner les trajets en heures de pointe à ses collaborateurs et de limiter les temps de transport domicile-travail. Ce type de mesures produit des effets aussi bien en termes de qualité de vie au travail que de limitation des émissions.

L'accord Télétravail, signé en novembre 2016 au sein de la coopérative, s'inscrit dans la même logique. Pour sa première année de mise en œuvre, il a permis à 41 collaborateurs de bénéficier du travail à distance. Interrogés sur leurs motivations, 70 % d'entre eux ont avancé le motif de la réduction des temps de trajet.

### CONSOMMATION DE PAPIER ÉDITIQUE ET BUREAUTIQUE

Dans différentes filiales du Groupe, des actions et des initiatives convergent pour réduire l'utilisation de papier éditique et bureautique. La démarche s'appuie en premier lieu sur un travail quotidien de sensibilisation des collaborateurs. En Turquie, Multinet a procédé à l'envoi d'e-mails informatifs pour inciter ses salariés à être vigilants et à privilégier, par exemple, l'usage de l'e-mail plutôt que de courriers imprimés. Parallèlement, le comité SEQ (Comité Santé Sécurité et Environnement) de l'entreprise a installé des messages sur les imprimantes pour encourager les impressions recto-verso. Une approche également adoptée chez Info DB et chez Si Vale, qui a mis à jour les règles d'utilisation des imprimantes.

## QUANTITÉ DE PAPIER ÉDITIQUE ET BUREAUTIQUE ACHETÉE EN TONNES

(TC : taux de couverture)	2016			2017		Tendances	
	Publié	Retraité	TC	Publié	TC		
<b>COOPÉRATIVE UP</b>	ND	69,24	100 %	66,93	100 %	↘	-3 %
<b>FRANCE (Hors Coopérative Up)</b>	ND	3,74	97 %	1,93	100 %	↘	-48 %
<b>AMÉRIQUES</b>	ND	3,30	48 %	6,21	89 %	↗	88 %
<b>EURASIE</b>	ND	12,64	100 %	11,10	100 %	↘	-12 %
<b>EUROPE OCCIDENTALE</b>	ND	5,19	91 %	5,78	100 %	↗	11 %
<b>EUROMED</b>	ND	3,00	55 %	3,40	100 %	↗	13 %
<b>GROUPE</b>	97,20	97,11	79 %	95,35	97 %	↘	-2 %

P5-Schéma 5

Cette donnée n'avait pas été publiée par zone en 2016. L'augmentation sur le périmètre Amériques s'explique par l'intégration dans le périmètre des sociétés brésiliennes (Plan Vale, Policard et Vale Mais). La diminution sur le périmètre France est due à plusieurs facteurs. Ce périmètre comprend les sociétés éditrices de logiciels et peu consommatrices de papier. Il a également été fait le choix, en 2017, de compter l'ensemble de la consommation du siège social de la coopérative pour la maison-mère, alors que cette consommation était proratisée par filiale en 2016.

La digitalisation des processus permet également d'agir sur notre consommation de papier. Elle concerne aussi bien le fonctionnement interne – à travers, par exemple, l'archivage digital (Day), la systématisation des demandes de congé par e-mail (Si Vale) – que la relation avec les clients, les affiliés et les fournisseurs. En

2017, la facturation électronique a été étendue à de nombreuses filiales (Italie, Roumanie, Slovaquie, Espagne). Parallèlement, des actions ont été engagées pour inciter clients et affiliés à réaliser leurs commandes en lignes. Chez Up Romania, 59 % des clients passent leurs commandes via leurs comptes en ligne.

## QUANTITÉ DE PAPIER BUREAUTIQUE PAR EFFECTIF ETP EN KG

(TC : taux de couverture)	2016			2017		Tendances	
	Publié	Retraité	TC	Publié	TC		
<b>COOPÉRATIVE UP</b>	ND	88,14	100 %	80,93	100 %	↘	-8 %
<b>FRANCE (Hors Coopérative Up)</b>	ND	7,04	97 %	3,57	100 %	↘	-49 %
<b>AMÉRIQUES</b>	ND	3,49	48 %	6,45	100 %	↗	85 %
<b>EURASIE</b>	ND	21,76	45 %	20,11	100 %	↘	-8 %
<b>EUROPE OCCIDENTALE</b>	ND	19,38	48 %	20,04	61 %	↗	3 %
<b>EUROMED</b>	ND	14,57	55 %	15,37	100 %	↗	6 %
<b>GROUPE</b>	41,80	29,27	68 %	28,11	97 %	↘	-4 %

P5-Schéma 6

Cette donnée n'avait pas été publiée par zone en 2016. L'augmentation sur le périmètre Amériques s'explique par l'intégration dans le périmètre des sociétés brésiliennes (Plan Vale, Policard et Vale Mais).

La logique d'approvisionnement en papier issu de sources responsables est également suivie pour le papier éditique/bureautique. En 2017, le papier labellisé représente 83,2 % (Taux de couverture : 97 %) des approvisionnements du Groupe.

## CONSUMMATION D'ÉNERGIE

Parmi les mesures prises pour favoriser l'utilisation durable des ressources, la maîtrise de la consommation d'électricité et la recherche de meilleures performances énergétiques continuent à figurer parmi les priorités du Groupe.

En 2015, dans la continuité de la COP 21 et dans le cadre de sa participation au « Labo de l'ESS », le groupe Up a été partie prenante de l'initiative « 1 000 entreprises de l'ESS s'engagent pour la transition énergétique citoyenne ». Il s'est notamment engagé à réaliser une étude approfondie pour passer jusqu'à 100 % des contrats français chez un fournisseur d'électricité 100 % renouvelable : Enercoop.

Cet acteur, issu du monde coopératif, s'approvisionne auprès d'un réseau de 87 centrales hydrauliques, 55 installations photovoltaïques, 17 installations éoliennes et une centrale biomasse. Enercoop est ainsi le premier fournisseur d'électricité à avoir garanti à ses clients une énergie 100 % renouvelable et française. Le premier objectif d'Enercoop est de développer la production d'électricité d'origine renouvelable et de favoriser les comportements énergétiques responsables chez ses consommateurs. Pour ce faire, Enercoop vise à rendre les énergies renouvelables plus compétitives en développant leur marché et à inciter à la réduction de consommation.

Pour le groupe Up, Enercoop alimente désormais une majorité des sites français depuis 2017. Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2018, le contrat a été étendu au siège du Groupe.

En Italie, Day a également fait le choix de l'électricité renouvelable.

En 2017, pour les sièges sociaux, l'approvisionnement en électricité d'origine 100 % renouvelable représente 9 % de l'approvisionnement en électricité. En projection en 2018, le Groupe devrait atteindre, pour ses sièges sociaux, plus de 60 % de son approvisionnement en électricité d'origine 100 % renouvelable.

Parallèlement, des actions plus ciblées sont engagées pour favoriser les économies d'énergie. Dans la même logique que pour la consommation de papier, le comité SEQ (santé sécurité et environnement) de Multinet a pris plusieurs initiatives très concrètes en 2017 : l'extinction manuelle quotidienne des climatiseurs confiée aux agents de sécurité, des messages adressés aux collaborateurs pour les inviter à éteindre leurs ordinateurs pendant la pause de midi et les lumières quand elles ne sont pas nécessaires. Le comité réalise lui-même des contrôles pour vérifier que les recommandations sont suivies.

En Bulgarie, Tombou a limité sa consommation en faisant l'acquisition de nouveaux équipements moins énergivores – notamment des ordinateurs – et en réduisant sa superficie de bureaux.

## CONSUMMATION ÉLECTRIQUE DES SIÈGES SOCIAUX EN kWh

(TC : taux de couverture)	2016			2017		Tendance
	Publié	Retraité	TC	Publié	TC	
<b>CONSUMMATION D'ÉLECTRICITÉ</b>	8 974 194	9 453 562	99 %	9 550 623	87 %	↗ 1 %
<b>FRANCE</b>	6 380 102	6 690 446	98 %	6 624 085	93 %	↘ -1 %
<b>HORS FRANCE</b>	2 594 092	2 763 116	100 %	2 926 538	83 %	↗ 6 %

P5-Schéma 7

Le retraitement pour la France s'explique par la modification de la consommation de CEV (694063 kWh à place de 383719 kWh - intégration de la consommation Alios (production de cartes).

Pour le périmètre « hors France », le retraitement s'explique par la modification de la consommation de Up Ceska Republika (300986 kWh à la place de 118625 kWh - intégration de la consommation de Vyroba (production de titres papier).

## CONSUMMATION DE GAZ DES SIÈGES SOCIAUX EN kWh

(TC : taux de couverture)	2016			2017		Tendance
	Publié	Retraité	TC	Publié	TC	
<b>CONSUMMATION DE GAZ TOTALE</b>	1 258 762	1 113 162	90 %	1 102 967	91 %	↘ -1 %
<b>FRANCE</b>	266 633	121 033	68 %	133 450	69 %	↗ 10 %
<b>HORS FRANCE</b>	992 129	992 129	100 %	969 517	100 %	↘ -2 %

P5-Schéma 8

Le retraitement des données 2016 correspond à la non prise en compte de la donnée d'Info DB suite à des interrogations sur la fiabilité de celle-ci.

## CONSUMMATION EN VAPEUR (CHAUFFAGE URBAIN) DES SIÈGES SOCIAUX EN kWh

(TC : taux de couverture)	2016		2017		Tendance
	Publié	TC	Publié	TC	
<b>CONSUMMATION DE VAPEUR TOTALE</b>	189 994	83 %	220 285	100 %	↗ 16 %
<b>FRANCE</b>	-	-	-	-	-
<b>HORS FRANCE</b>	189 994	83 %	220 285	100 %	↗ 16 %

P5-Schéma 9

L'augmentation de la consommation s'explique par un meilleur taux de couverture. Il est à noter que Day et Up Ceska Republika ont diminué leurs consommations.

### L'outil de diagnostic du Groupe : mesurer pour progresser

Dans le cadre de l'initiative « 1 000 entreprises de l'ESS s'engagent pour la transition énergétique citoyenne », le groupe Up s'est également engagé à améliorer les performances énergétiques des bâtiments dont il est propriétaire au niveau mondial.

Afin de parvenir à cet objectif, le Groupe a développé, en 2016, une méthodologie spécifique qu'il applique à l'ensemble de ses bâtiments, qu'il en soit locataire ou propriétaire. Cette méthode permet d'évaluer la performance des bâtiments et d'établir des comparaisons, d'une année sur l'autre, en faisant abstraction de la variable climat. Dans sa forme, cette classification s'inspire de l'échelle visuelle utilisée pour les

diagnostics de performance énergétique (DPE) standards, mais la méthodologie employée en est clairement distincte.

La performance des bâtiments a été évaluée sur la base de la méthode existante pour l'année 2017. Il est noté une faible évolution des bâtiments globalement.

Un plan d'actions doit être défini pour les bâtiments les plus énergivores avec une priorisation des actions

### GESTION DES DÉCHETS

Partie intégrante du projet stratégique du groupe Up, la gestion des déchets, bien qu'elle n'ait pas un impact significatif sur l'empreinte carbone du Groupe (qui fournit principalement des services), reste un sujet suivi au quotidien. Le tri sélectif est adapté au contexte de chaque pays.

Dans la continuité de l'opération menée en 2016 avec toutes les filiales, la collecte des bouchons a été poursuivie dans 7 sociétés du Groupe (Apologic, Day, Monizze, Si Vale, Up, Up Spain et Up Romania).

Afin de poursuivre son engagement dans ce domaine, la maison-mère veut améliorer ses pratiques Zero Waste (Zéro Déchet) dans les événements qu'elle va organiser.

### GENNEVILLIERS : DES OBJETS COLLECTÉS ET REVALORISÉS

La Conciergerie Solidaire, mise en place au siège du Groupe à Gennevilliers, a repris la gestion de la Colibri Box en partenariat avec une ressource : la Fabric'A. Y sont collectés des vêtements et objets divers auprès des collaborateurs.

En 2017, la démarche a permis de collecter et de revaloriser en circuit court 1 648 kg de vêtements, 284 kg de chaussures et 511 kg de livres, DVD et cassettes.

## NOMBRE DE SIÈGES SOCIAUX RÉALISANT LE TRI SÉLECTIF DES DÉCHETS

(TC : taux de couverture)	2016			2017		Tendances	
	Publié	Retraité	TC	Publié	TC		
Papier / carton	14	13	99 %	15	100 %	↗	15 %
Verre	10	9	99 %	6	100 %	↘	-33 %
Plastique	14	13	99 %	12	100 %	↘	-8 %
Canettes	6	5	99 %	5	100 %	—	0 %
Piles / Batteries	14	13	99 %	12	100 %	↘	-8 %
Déchets d'équipements électriques et électroniques	13	12	99 %	11	100 %	↘	-8 %
Déchets compostables	2	2	99 %	3	100 %	↗	50 %
Déchets chimiques (solides et liquides)	3	2	99 %	2	100 %	—	0 %
Toners d'imprimantes	17	15	99 %	19	100 %	↗	27 %
Ampoules / tubes	9	8	99 %	9	100 %	↗	13 %
Puces électroniques	6	6	99 %	3	100 %	↘	-50 %

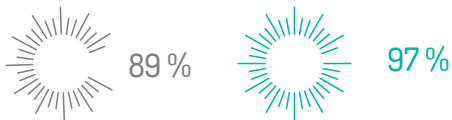
Up Maroc est sorti du périmètre du reporting en 2017 parce qu'elle a changé de statut.

P5-Schéma 10

### COÛT CONSACRÉ AU TRAITEMENT DES DÉCHETS EN KE 2016 - 2017



Taux de couverture  
2016 - 2017



P5-Schéma 11

### CONSOMMATION ET APPROVISIONNEMENT EN EAU EN FONCTION DES CONTRAINTES LOCALES

La majorité des implantations du Groupe sont des agences commerciales où l'usage de l'eau est uniquement sanitaire. Les activités de production ont des imprimeries de micro-productions ne consommant pas d'eau. Leurs consommations d'eau sont également limitées à un usage sanitaire. Ces données de consommations, souvent incluses dans les charges globales, sont difficiles à récupérer. Enfin, l'analyse des données est complexe car les quantités sont fréquemment réparties par leurs bailleurs en fonction des m<sup>2</sup> occupés et ne correspondent pas toujours aux quantités réelles consommées.

Pour toutes ces raisons, les consommations d'eau ne font pas l'objet d'un suivi.

### MOYENS CONSACRÉS À LA PRÉVENTION DES RISQUES ENVIRONNEMENTAUX ET DES POLLUTIONS

Avec des activités principalement tertiaires, les impacts environnementaux du groupe Up sont faibles. De ce fait, aucune provision pour risques et charges n'a été réalisée.

Le Groupe est néanmoins convaincu de l'importance de s'engager dans la réduction de ses impacts.

### LA PRISE EN COMPTE DE TOUTE FORME DE POLLUTION SPÉCIFIQUE À UNE ACTIVITÉ, NOTAMMENT LES NUISANCES SONORES ET LUMINEUSES

Les activités du groupe Up sont essentiellement tertiaires. Leurs impacts sur l'air, l'eau et le sol sont peu significatifs. Majoritairement, ses implantations sont des agences commerciales. Les sites de production sont des imprimeries ne produisant aucun rejet dans l'eau, dans l'air ou dans les sols. Les activités et les implantations du Groupe présentent des risques minimes de nuisances sonores ou d'autres nuisances auprès du voisinage. Ces impacts sont donc considérés comme non pertinents dans ce rapport.

L'ensemble de ces impacts est tout de même pris en compte, et priorisé au niveau des trois entités certifiées ISO 14 001 et ce, pour l'ensemble de leurs implantations. Les plans d'actions ad hoc sont menés par les filiales concernées (Up Coopérative, Day et Up Romania).

# CADRE DU CONTRÔLE INTERNE

Le contrôle interne est un dispositif mis en œuvre par le groupe Up pour lui permettre de maîtriser ses risques et d'améliorer de manière continue l'efficacité de ses processus opérationnels dans le but d'assurer la pérennité du développement de ses activités et l'atteinte de ses objectifs. Le contrôle interne fait ainsi partie intégrante de la gouvernance du groupe Up. Il concerne tous les collaborateurs et toute la courroie managériale.

Ce rapport présente l'organisation générale du dispositif de contrôle interne et de gestion des risques du groupe Up. Approuvé par le Conseil d'Administration, il couvre Up, la société mère du Groupe, ainsi que les filiales contrôlées majoritairement par le Groupe.

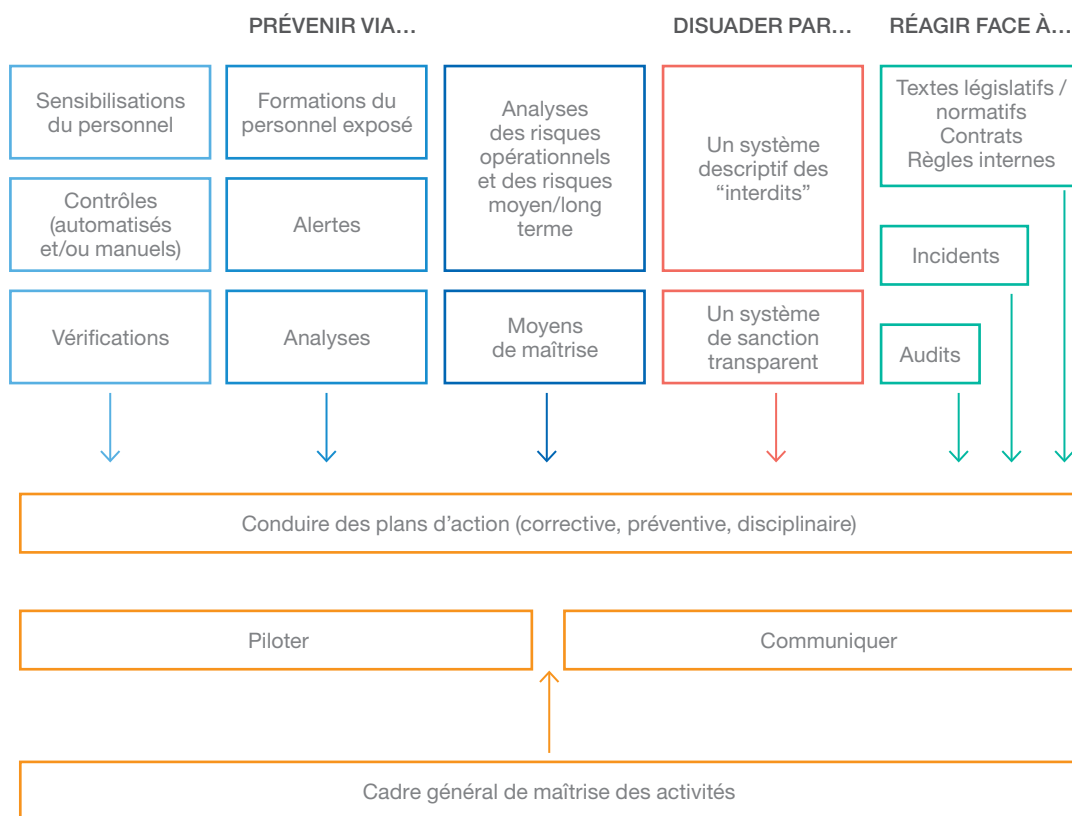
## RÉFÉRENTIEL DE CONTRÔLE INTERNE RETENU PAR LE GROUPE UP

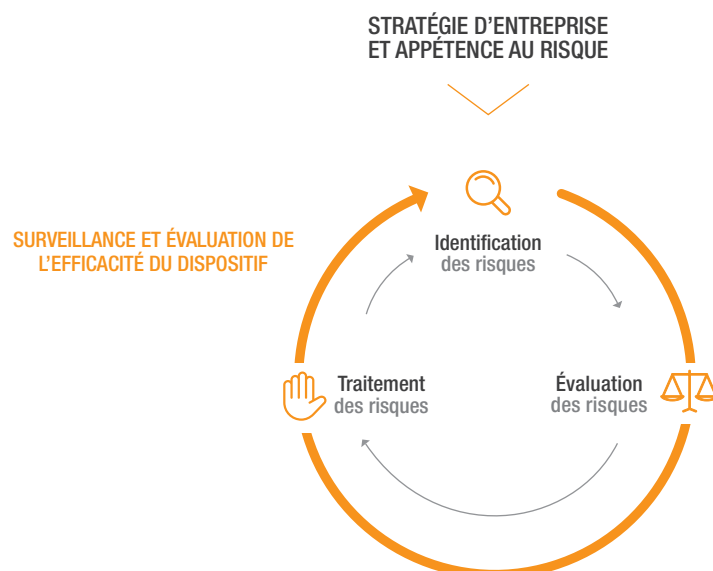
Conformément à la définition du « COSO Report » (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission), référentiel de contrôle interne retenu par le Groupe, le dispositif de contrôle interne consiste à mettre en place et adapter en permanence les systèmes de management appropriés, ayant pour but de donner aux administrateurs et aux dirigeants une assurance raisonnable que :

- l'information financière est fiable,
- les réglementations légales et internes sont respectées,
- les principaux processus de l'entreprise fonctionnent efficacement.

Comme tout système de contrôle, il ne peut cependant fournir une garantie absolue que les risques d'erreurs ou de fraudes sont totalement éliminés ou maîtrisés.

## UN DISPOSITIF ARTICULÉ AUTOUR DE 6 AXES





## LA PRÉVENTION

L'anticipation des risques à moyen et long terme, ainsi que des risques opérationnels quotidiens, est le point central du dispositif de maîtrise des activités. Cette maîtrise des risques nécessite, d'une part, la mise en œuvre de démarches régulières de recensement et d'analyse des principaux risques auxquels le Groupe est confronté et, d'autre part, le déploiement et l'animation permanente d'un dispositif de gestion des risques visant à éliminer ou réduire la probabilité de matérialisation des risques et à en limiter les impacts.

**Le recensement et l'analyse des risques** sont structurés autour de plusieurs démarches coordonnées :

- La cartographie des risques du Groupe identifie les principaux risques auxquels le Groupe est exposé et permet la mise en œuvre d'actions de sécurisation au niveau de la maison-mère et dans l'ensemble des filiales du Groupe. L'état d'avancement des actions est présenté à la Commission Audit et Risques.
- La démarche processus guide les filiales dans la formalisation des procédures locales avec pour objectif d'identifier les données utilisées, qu'il faut protéger, et les risques opérationnels à maîtriser par la mise en place de contrôles réguliers.

**Le dispositif de gestion des risques** mis en place dans le Groupe est continuellement adapté pour répondre au mieux aux nouveaux enjeux et risques auxquels le Groupe doit faire face.

La sensibilisation de tout le personnel et la formation du personnel exposé sont les moyens les plus efficaces de limiter les risques et notamment ceux de non-conformité. Sensibilisation et formation alimentent donc l'axe prévention du dispositif de maîtrise des activités du Groupe. Des supports sont mis à la disposition des filiales françaises et étrangères. Il revient ensuite aux filiales d'organiser les sessions de sensibilisation et formation en français, en anglais ou dans la langue locale. En 2017, l'accent a été porté sur la lutte contre la corruption, la fraude et la protection des données à caractère personnel.

## LA DISSUASION

Cet axe est alimenté par les systèmes de vidéosurveillance des sites du Groupe (sécurité des personnes) et par les différents règlements auxquels les collaborateurs doivent se soumettre :

- les Principes d'organisation présentent la gouvernance du Groupe et définissent les responsabilités des différents niveaux de l'organisation ;
- les Règles du Groupe constituent le socle commun que toutes les entités du Groupe se doivent de mettre en œuvre. Elles sont les principes clés pour l'amélioration de la performance et le respect des engagements du Groupe vis-à-vis de ses parties prenantes (clients, collaborateurs et partenaires);
- le Code de Conduite des Affaires définit des règles de conduite, telles que : le respect des lois et de la réglementation, la prévention des conflits d'intérêts, le respect de la personne et de l'environnement, la protection des actifs du

Groupe, la transparence financière, l'importance du contrôle interne, la mise en œuvre des règles de conduite et manquements.

Les collaborateurs qui transgressent ces règles s'exposent à des sanctions définies localement et précisées dans le règlement intérieur en France et dans tout document équivalent à l'international.

### **LA RÉACTION**

Le Groupe attend de ses filiales une veille active sur son environnement économique, politique, législatif et sociétal. En réponse, des actions de mise en conformité réglementaire ou normative doivent être définies et suivies avec rigueur. De la même façon, les clients et les fournisseurs demandent un encadrement de la relation contractuelle toujours plus fin. La vigilance dans l'acceptation des clauses clients et dans la formalisation des clauses fournisseurs intègre le dispositif de maîtrise des activités.

Les incidents de nature informatique ou technique et les incidents de fraude font l'objet d'un enregistrement local permettant, premièrement, de décrire précisément les incidents, puis de les valoriser, d'identifier les causes et enfin de définir les actions de surface, puis de fond. Chaque filiale doit, dans une optique de fertilisation croisée, décider des incidents à partager avec les autres filiales. Remontés au Groupe, ces incidents alimentent une base d'incidents majeurs. Chaque incident majeur fait l'objet d'une fiche détaillée communiquée à la Commission Audit et Risques et au Comité Exécutif.

Chaque filiale décide du contrôle périodique à mettre en place en son sein. La maison-mère définit quant à elle les actions à mener pour tester la robustesse des systèmes mis en place dans les filiales. Tout audit déclenché par la maison-mère intègre le plan d'audit annuel, approuvé par la Commission Audit et Risques. La synthèse des travaux d'audit est présentée à cette Commission, ainsi qu'aux zones et filiales concernées.

Un système d'alerte doit permettre aux filiales de détecter, dans leurs processus, des anomalies notamment liées à la fraude, à la corruption, au blanchiment d'argent et au financement du terrorisme. Chaque filiale est, à date, autonome sur ce point.

Pour permettre aux collaborateurs de dénoncer des comportements non éthiques, en particulier des faits de corruption, des moments d'échange réguliers sont organisés dans toutes les filiales en présence de la présidente du Groupe. Alerter sa hiérarchie, quand c'est possible, reste bien sûr le moyen le plus direct pour dénoncer un comportement non éthique.

### **LES ACTIONS**

Le Groupe attend de ses filiales la définition d'actions pertinentes face à des incidents, des audits, de nouvelles réglementations. De la même façon, il attend une organisation locale pour prendre en charge :

1. les risques quotidiens,
2. les risques de plus long terme.

Les premiers font l'objet de plans de contrôles formels et réguliers, les seconds nécessitent la mise en place d'actions de sécurisation.

### **LA COMMUNICATION**

Pour communiquer et accompagner les filiales dans le déploiement local de ce dispositif, le groupe Up met à disposition de ses collaborateurs une base documentaire complète et de nombreux outils.

- Des règles et principes structurants : l'intégrité des règles et des politiques internes du Groupe s'impose à l'ensemble des collaborateurs du Groupe. Ils sont disponibles dans la base documentaire Groupe.

- Un référentiel de processus : les macro-processus présentent le maillage à faire entre le projet stratégique Up, les règles Groupe, les engagements issus du projet Des Racines Et Des Ailes (DREDA) et les risques majeurs Groupe ; les macro-processus se déclinent en processus Groupe qui définissent les responsabilités des directions fonctionnelles, des directions générales de zone et des directions générales locales. Pour chaque processus, les indicateurs clés attendus sont précisés ainsi que les points de vigilance.



## LE PILOTAGE

Le groupe Up a mis en place une démarche intégrée de gestion des risques et de contrôle interne dont le but est de s'assurer que les risques sont évalués et gérés aux niveaux appropriés de l'organisation : selon leur nature, les actions de maîtrise sont pilotées soit au niveau local, soit au niveau du Groupe.

Le dispositif de contrôle interne du Groupe s'appuie sur des principes définis par le Conseil d'Administration et les politiques qui en découlent, dont l'application doit être mise en œuvre par chaque filiale, en fonction des spécificités locales.

Un réseau de responsables du contrôle interne permet d'établir un dialogue permanent entre le local et le central. Ce réseau constitue une véritable courroie de transmission et un amplificateur de la « culture contrôle interne » que souhaite développer le Groupe.

Les règles du Groupe précisent que le contrôle interne est une des responsabilités fondamentales de la Direction Générale de chaque entité. Les responsables fonctionnels et opérationnels sont en charge de la diffusion et de l'application des règles, politiques et procédures applicables, afin d'assurer un alignement des pratiques à chaque niveau de l'organisation. Ils ont également le devoir de suivre les indicateurs clés qui permettront de rendre compte de la maturité des filiales, l'avancement du déploiement et l'appropriation des sujets, aussi bien en central qu'en local.

Des outils sont mis à la disposition des filiales afin de permettre un double pilotage, au niveau local pour permettre le suivi de l'avancement des actions et au niveau central pour un suivi consolidé. Fin 2017, un module de suivi des risques majeurs a été ouvert. Ce site permet de centraliser en un même lieu toutes les actions de sécurisation des risques majeurs. Il est donc possible désormais de partager ces actions plus facilement et d'établir un rapport plus factuel aussi bien pour la filiale que pour le Groupe.

## INTERLOCUTEURS CONCERNÉS

Le contrôle interne concerne l'ensemble des organes de direction du groupe Up et s'appuie à la fois sur l'engagement de la direction et sur une culture de contrôle interne à tous les niveaux de responsabilité.

**Le Conseil d'Administration** fixe les principes du cadre de référence du contrôle interne et veille à la mise en œuvre de la politique de contrôle interne et de gestion des risques du Groupe, par les Directions Générales, à tous les niveaux de l'organisation.

En effet, de par sa mission générale qui est de fournir une assurance raisonnable aux actionnaires de la société quant à la réalisation des objectifs de l'organisation, il s'assure de :

- la maîtrise des risques en fonction du niveau de risque que le Groupe est prêt à accepter ;
- l'efficacité de l'organisation et des procédures en place ;
- la conformité avec les lois et les réglementations ;
- l'existence d'une supervision financière appropriée.

**La Commission Audit et Risques**, émanation du Conseil d'Administration, est chargée du suivi de l'efficacité des systèmes de contrôle interne et de gestion des risques : contrôle de l'existence et de la pertinence du dispositif de maîtrise des activités, obtention de la communication des faiblesses relevées par les audits internes et externes et avancement des plans d'actions.

**Le Comité Exécutif** applique les principes du contrôle interne définis par le Conseil d'Administration. Il coordonne ainsi la mise en œuvre des actions qui en découlent, à travers :

- le déploiement de moyens de maîtrise des risques ;
- le suivi des plans d'actions identifiés à l'échelle du Groupe, en particulier les plans issus des audits diligentés par les directions fonctionnelles ou les zones ;
- la mise à jour régulière de la cartographie des risques, par périmètre.

**Les Directions fonctionnelles** ont pour mission :

- de documenter les processus de l'entreprise par la rédaction de politiques et procédures-cadres ;
- de définir et mettre à jour les « attendus » en matière de moyens de maîtrise des risques et de contrôle des processus ;
- d'accompagner les filiales dans la mise en œuvre effective de ces politiques, des moyens de maîtrise des risques et des contrôles processus.

**Les Directions de zone** sont chargées de définir et d'appliquer les mesures nécessaires pour réduire l'exposition du Groupe aux risques auxquels il est confronté. Elles ont ainsi la mission d'arbitrer entre prise de risques et investissement dans leurs couvertures.

Cette maîtrise des risques s'appuie notamment sur les principes structurants énoncés dans les principes d'organisation et le manuel des règles du Groupe.

Ces principes font l'objet de communications régulières et participent à une gestion préventive des principaux risques du Groupe.

**Les Directions Générales de filiales et leurs Comités de Direction** doivent composer entre figures imposées et figures libres. Ils s'assurent de l'application des règles et choisissent les bonnes pratiques intéressantes pour la maîtrise de leurs activités. Dans ce cadre, ils veillent à :

- la mise en place d'un référentiel formalisé de contrôle interne, régulièrement mis à jour et basé sur le cadre de référence préconisé par le Groupe ;
- l'établissement d'une cartographie des risques locaux, dont les impacts, la probabilité d'occurrence et le niveau de maîtrise sont évalués selon les méthodes définies par le Groupe ;
- la mise en œuvre de plans d'action préventifs et correctifs lorsque des faiblesses sont constatées ;
- la tenue annuelle d'au moins une réunion du Comité de Direction consacrée à la gestion du contrôle interne et à la maîtrise des risques.

**Les « Responsables du contrôle interne »** sont nommés dans chaque filiale opérationnelle selon leurs expertises. Leur rôle consiste principalement à :

- soutenir la direction dans l'identification des risques,
- accompagner la mise en œuvre des plans de contrôles et s'assurer que les procédures relatives au contrôle interne sont en place dans leur filiale,
- suivre l'avancement de tous les plans d'action : actions de mise en conformité, actions suite à incidents, actions de sécurisation des risques, actions suite à audits ou à évaluations externes,
- sensibiliser les collaborateurs sur les différents sujets d'actualité et contribuer à la diffusion de la culture du contrôle interne.

**La Direction Conformité et Risques** est chargée du pilotage et de l'animation du dispositif de contrôle interne et de gestion des risques.

Sur le plan opérationnel, elle accompagne les filiales dans les actions de mise en conformité selon l'actualité réglementaire. Elle veille notamment au respect des réglementations applicables en matière de protection des données, de lutte contre le blanchiment d'argent, le financement du terrorisme et de lutte contre la corruption. Elle suit l'avancement des plans d'actions de sécurisation des risques majeurs et des actions correctives suite à incidents majeurs.

Pour ce faire, elle s'appuie sur les Comités de Direction locaux et sur un réseau de « responsables locaux » nommés selon leurs expertises. Elle anime la communauté dans son ensemble via un site interne « conformité et risques » qui propose différents modules d'informations.

Sur le plan fonctionnel, elle assiste les directions fonctionnelles dans la mise en œuvre de standards, de politiques et de documentations permettant d'éclairer les filiales quant aux attendus et de faciliter le déploiement local. Le Groupe doit impulser des méthodes de travail ; les filiales doivent se saisir de ces méthodes en gardant une autonomie dans le déploiement. Le Groupe a l'ambition de cultiver cet équilibre précieux entre figures libres et figures imposées.

**Les auditeurs internes** ont pour vocation d'évaluer de manière indépendante la qualité du contrôle interne à tous les niveaux de l'organisation, en fonction du plan d'audit annuel local et central.

Leurs constats et recommandations sont formalisés dans des rapports d'audit, adressés aux entités auditées et à leur hiérarchie. Une synthèse de ces rapports est présentée à la Commission Audit et Risques ainsi qu'au Comité Exécutif du Groupe.

Toutes les fonctions de l'entreprise sont bien concernées par le contrôle interne. Il s'agit d'une responsabilité partagée. En effet, le dispositif de contrôle interne ne peut être efficace et efficient sans la participation de tous les collaborateurs. La diffusion de la culture du contrôle interne est portée notamment par les managers et les « Responsables contrôle interne » qui, au quotidien, mettent en œuvre des actions d'amélioration continue.

Enfin, dans le cadre de sa mission de certification des états financiers, le collège des commissaires aux comptes appréhende les éléments du contrôle interne pertinents pour son audit, afin de prendre en considération les facteurs pouvant engendrer des risques d'anomalies significatives dans les comptes du Groupe. Il peut faire des recommandations si nécessaire.

# CADRE DE RÉFÉRENCE DU RAPPORT EXTRA-FINANCIER

Ce cadre de référence décrit le périmètre et la méthodologie du rapport extra-financier mis en place au sein du groupe Up pour aider le lecteur à la compréhension du présent rapport.

Chaque année, le Groupe améliore ses processus liés au rapport extra-financier afin d'être toujours plus précis et transparent. Une mobilisation et un accompagnement de tous les acteurs sont nécessaires pour réussir cette collecte internationale.

Les informations extra-financières ont pour objectifs de :

- s'assurer de la concordance entre le projet stratégique et les réalisations sur les 5 programmes, tant au niveau du Groupe que de chacune de ses filiales,
- répondre à l'obligation réglementaire du Grenelle 2 de publier des informations non financières pour la coopérative Up et au niveau consolidé Groupe,
- d'informer ses parties prenantes de façon claire et transparente.

Pour cet exercice clos au 31/12/2017, le groupe Up a fait vérifier la présence et la sincérité de ces informations par un Organisme Tiers Indépendant (OTI), le groupe Y.

## PÉRIODE DE REPORTING

Les indicateurs chiffrés sont calculés sur la période du 1<sup>er</sup> janvier 2017 au 31 décembre 2017. De même, les informations qualitatives concernent l'année civile 2017.

## PÉRIMÈTRE DE CONSOLIDATION DES DONNÉES EXTRA-FINANCIÈRES

Le périmètre du rapport extra-financier répond à des obligations juridiques et est issu du rapport financier. Les entités remplissant l'une ou l'autre des conditions suivantes sont à inclure dans le périmètre de reporting :

- la participation est supérieure ou égale à 50 %,
- la participation est minoritaire, mais la maison-mère ou l'une des filiales du Groupe possède le contrôle opérationnel de l'entité.

Les règles d'exclusion au niveau du groupe Up sont les suivantes :

- les entités en intégration proportionnelle,
- les entités mises en équivalence,
- les SCI.

Les sociétés suivantes restent dans le périmètre de collecte afin de conserver l'historique de leurs données, de maintenir une cohérence et une comparabilité sur une période de 3 ans :

- Les sociétés qui n'ont pas de salariés entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 31 décembre.
- Les sociétés fusionnées.
- Les sociétés dissoutes.
- Les entités cédées en cours d'exercice.

## OUTILS UTILISÉS POUR LA COLLECTE DES DONNÉES

### TOOVALU RSE

L'outil Toovalu RSE est une plateforme de data, accessible via internet en mode SAAS (Software As A Service). Il est utilisé pour collecter les données brutes des 5 programmes stratégiques à savoir : gouvernance, social, économique, sociétal et environnement.

Les données sont collectées de deux manières différentes :

- par les filiales (données qualifiées « À SAISIR »),
- par le Groupe, en central (données qualifiées « À IMPORTER »).

Les données « À SAISIR » sont collectées directement dans l'outil Toovalu RSE en ligne.

Les données « À IMPORTER » sont collectées au niveau de la maison-mère auprès des référents programmes, puis par l'intermédiaire de templates Excel importés dans l'outil par l'équipe du reporting extra-financier.

L'ensemble des données brutes peut être exporté en fichier Excel ou CSV, pour contrôle ou consolidation.

## VBA EXCEL

Il s'agit d'un outil de consolidation et de calcul du taux de couverture, développé sur Excel.

Il permet de traiter automatiquement l'ensemble des données brutes extraites de Toovalu RSE et présente les données, par programme et par zone, sous forme de tableaux et/ou graphiques.

## STATUT DES FILIALES

Il a été défini 4 statuts afin de permettre aux filiales d'intégrer le reporting de manière graduelle (sur une période maximum de 3 ans) et de pouvoir simplifier ponctuellement la collecte en cas de contexte spécifique.

Ces statuts sont les suivants :

- statut maison-mère,
- statut filiale Principale,
- statut filiale Secondaire,
- statut filiale Dérogatoire.

À chaque statut de filiale correspond un nombre de données spécifiques, réparties sur chaque programme stratégique.

## CAS DE LA MAISON-MÈRE

La maison-mère est présentée dans le rapport extra-financier sous l'appellation « Coopérative Up ». Elle a pour statut celui de Principale, avec des données spécifiques sur la gouvernance du Groupe. Cette filiale renseigne l'ensemble des données, sur les 5 programmes, dans l'outil de collecte Toovalu RSE.

Elle bénéficie également des données importées par le Groupe, comme pour les autres filiales.

## CAS DES FILIALES PRINCIPALES

Une filiale Principale est la filiale la plus importante en effectif sur un site (une même adresse) et qui peut accueillir plusieurs entités juridiques. Cette filiale renseigne l'ensemble des données, sur les 5 programmes, dans Toovalu.

Elle bénéficie également des données importées par le Groupe.

La filiale Multinet, en Turquie, est un cas spécifique qui comprend 4 données supplémentaires dans le Programme Planète, liées à son activité de location de véhicule.

## CAS DES FILIALES SECONDAIRES

Une filiale Secondaire est :

- Soit une filiale qui a la même adresse qu'une filiale Principale,
- Soit une filiale acquise en cours d'année.

Les filiales Secondaires ne remplissent pas de données dans l'outil de collecte et bénéficient de données importées par le Groupe.

Les filiales Secondaires peuvent, si elles le souhaitent, passer directement en statut principal dès N+1.

## CAS DES FILIALES DÉROGATOIRES

Une filiale Dérogatoire est une filiale qui se prépare à devenir Principale ou qui ne peut l'être en fonction de son contexte économique et/ou social (notamment si : effectif réduit, changement de réglementation...).

Cette filiale renseigne les mêmes données qu'une filiale Principale, exceptées celles du Programme Planète. Elle bénéficie également des données importées par le Groupe.

## RÉCAPITULATIF DU PÉRIMÈTRE, LISTANT LES FILIALES ET LEURS STATUTS

Filiales REF 2017	NOMS JURIDIQUE	PAYS	ZONE TOOVALU 2017	STATUT DE LA FILIALE
ABC ENGINEERING	SARL ABC ENGINEERING	FRANCE	FRANCE	Principale
ACTOBI	ACTOBI	FRANCE	FRANCE	Dérogatoire
ALIOS	ALIOS	FRANCE	FRANCE	Secondaire
APOLOGIC	APOLOGIC INFORMATIQUE APPLICATIONS	FRANCE	France	Principale
ARCAN FRANCE	ARCAN SYSTEMS	FRANCE	FRANCE	Principale
AYPARA	AYPARA	TURQUIE	EURASIE	Secondaire
BONUS SYSTEMS POLSKA	BONUS SYSTEMS POLSKA SA	POLOGNE	EUROPE OCCIDENTALE	Secondaire
CDHI	C.D. HOLDING INTERNATIONALE	FRANCE	FRANCE	Secondaire
CDHI Brasil	CDHI BRASIL PARTICIPACOES LTDA	BRÉSIL	FRANCE	Secondaire
CEV	CEV Group	FRANCE	FRANCE	Principale

NOMS UTILISÉS DANS LES TABLEAUX DE DONNÉES	NOMS SOCIÉTÉS	PAYS	ZONES	STATUT DE LA FILIALE
DAY	DAY RISTOSERVICES S.P.A	ITALIE	EUROMED	Principale
DOME	DOME	FRANCE	FRANCE	Dérogatoire
DOMICOURS	DOMICOURS COLLECTIFS	FRANCE	FRANCE	Secondaire
FBR	FBR SOLUCOES PARTICIPACOES	BRÉSIL	AMÉRIQUES	Secondaire
FILO MULTINET	MULTINET FILO HIZMETLERI	TURQUIE	EURASIE	Secondaire
IDEALIST	IDEALIST	TURQUIE	EURASIE	Secondaire
IMPLICIT	IMPLICIT = CITYZEN	FRANCE	FRANCE	Principale
INFO DB	INFO DB	FRANCE	FRANCE	Principale
ININAL	ININAL ELEKTRONIK ODEME	TURQUIE	EURASIE	Dérogatoire
INTERFACE	InterfaCE SAS	FRANCE	FRANCE	Secondaire
DMJ	DMJ COMMUNICATIONS	FRANCE	FRANCE	Secondaire
INTERFACE COMMERCE	INTERFACE COMMERCE	FRANCE	FRANCE	Secondaire
KALIDEA	KALIDEA	FRANCE	FRANCE	Secondaire
MONIZZE	MONIZZE	BELGIQUE	EUROPE OCCIDENTALE	Principale
MOVE UP	MOVE UP SOLUTIONS	FRANCE	FRANCE	Secondaire
MULTINET	MÜLTINET KURUMSAL HIZMETLER ANONIM SIRKETI	TURQUIE	EURASIE	Principale
OSAP	OSAP	TURQUIE	EURASIE	Secondaire
PLAN VALE	PLANINVESTI ADMINISTRACAO E SERVICOS LTDA	BRÉSIL	AMÉRIQUES	Principale
POLICARD	POLICARD	BRÉSIL	AMÉRIQUES	Principale
SCS KENT	SCS KENT TEKNOLOJILERI	TURQUIE	EURASIE	Secondaire
SI VALE	SI VALE MEXICO	MEXIQUE	AMÉRIQUES	Principale
TEKNO MULTINET	MULTINET TEKNOLOJI	TURQUIE	EURASIE	Dérogatoire
TOMBOU	TOMBOU BULGARIA OOD	BULGARIE	EURASIE	Principale
TOPCHECKS	TOPCHECKS	TUNISIE	EUROMED	Secondaire
UP	UP	FRANCE	UP COOPÉRATIVE	Maison-Mère
UP AGANEA	AGANEA INVESTMENTS SA	ESPAGNE	EUROMED	Secondaire
UP BULGARIE	CHÈQUE DÉJEUNER BULGARIE EUROPE OCCIDENTALEOD	BULGARIE	EURASIE	Secondaire
UP CESKA REPUBLIKA	CHÈQUE DÉJEUNER S.R.O	RÉPUBLIQUE TCHÈQUE	EUROPE OCCIDENTALE	Principale
UP DEUTSCHLAND	UP DEUTSCHLAND GMBH	ALLEMAGNE	EUROPE OCCIDENTALE	Dérogatoire
UP FILIALE MAROC	CHÈQUE DÉJEUNER SARL	MAROC	EUROMED	Dérogatoire
UP HELLAS	UP HELLAS SA	GRECE	EURASIE	Dérogatoire
UP POLSKA	CHÈQUE DÉJEUNER SP Z.O.O	POLOGNE	EUROPE OCCIDENTALE	Principale
UP PORTUGAL	CHÈQUE DÉJEUNER PORTUGAL SA	PORTUGAL	EUROMED	Dérogatoire
UP ROMANIA	CHÈQUE DÉJEUNER ROMANIA SRL	ROUMANIE	EURASIE	Principale
UP SERVICII	UP SERVICII	MOLDAVIE	EURASIE	Secondaire
UP SLOVENSKO	CHÈQUE DÉJEUNER S.R.O	SLOVAQUIE	EUROPE OCCIDENTALE	Principale
UP SPAIN	CHÈQUE DÉJEUNER ESPAÑA	ESPAGNE	EUROMED	Principale
UP VYROBA	CHÈQUE DÉJEUNER VYROBA S.R.O	RÉPUBLIQUE TCHÈQUE	EUROPE OCCIDENTALE	Secondaire
VALE MAIS	EMPORIO CARD	BRÉSIL	AMÉRIQUES	Principale

## ÉVOLUTIONS DU PÉRIMÈTRE EN 2017

### FUSIONS

Sur l'ensemble du rapport extra-financier, entre 2016 et 2017, des fusions et acquisitions ont fait évoluer le nombre d'entités juridiques.

- DMJ : Il y avait 12 collaborateurs dans cette entité au statut Principale, en 2016.

Suite à une fusion de DMJ avec Kalidéa et Interface CE, au 30/06/2017, avec effet rétroactif au 1<sup>er</sup> janvier 2017, seules les données suivantes sont renseignées pour 2017 : « masse salariale brute » et « nombre de départs pour mutations ».

Il n'y a aucune autre valeur pour les données 2017 car l'entité juridique a été dissoute.

- Implicit - CityZen : Implicit a absorbé 4 entités (Apologic, Info DB, ABC Engineering et Arcan) et a ensuite changé de nom pour devenir CityZen. Ces fusions sont effectives au 1<sup>er</sup> janvier 2017. Les données ont été collectées sur chacune de ces 5 filiales et sont consolidées sur la zone France en 2017.

### CAS PARTICULIER DE FILO

Filo est une filiale Secondaire. Elle avait 13 collaborateurs en 2015, aucun en 2016 car les collaborateurs ont été mutés dans une autre filiale, puis il y a eu à nouveau des collaborateurs en 2017.

Des corrections et ajouts ont été précisés dans l'outil au sujet de ces 13 mutations en 2016.

En 2017, la présence de collaborateurs dans cette filiale ayant été découverte assez tardivement, cette filiale reste au statut Secondaire et seules certaines données ont été importées dans l'outil.

### VÉRIFICATION DES DONNÉES 2017

À la fin de la période de collecte, l'ensemble des données filiales est vérifié, complété, consolidé et analysé en central par les personnes identifiées comme « Référents programme ».

Les Directeurs Généraux des filiales et des zones ont en charge la revue de la cohérence des données saisies et le traitement des écarts les concernant. Ils sont responsables de la réalité et de l'exhaustivité de leurs données.

### CONSOLIDATION

À partir des données brutes collectées dans Toovalu, un export est réalisé sur Excel. Cette base de données Excel est ensuite retravaillée automatiquement via une macro développée en VBA. Ce fichier présente un ensemble de calculs, de graphiques et de tableaux qui sont automatiquement

générés et intègrent les pourcentages d'évolution N/N-1, ainsi que les taux de couverture.

Ce tableur de consolidation fournit les données « finales » qui sont publiées dans le rapport extra-financier du groupe Up.

Dans les tableaux des données publiées du présent rapport, si le taux de couverture n'est pas indiqué c'est parce qu'il est égal à 100 %. A défaut, une colonne dédiée le précise.

### RÉDACTION

Après la consolidation, la Direction des Ressources Humaines Groupe, la Direction des Affaires Financières Groupe et la Direction Communication, Affaires Publiques et Engagements du Groupe se répartissent la rédaction du rapport extra-financier.

### TAUX DE COUVERTURE

En 2016, le mode de calcul du taux de couverture était le suivant :

- Les données qualifiées « À SAISIR » étaient prises en compte dans le calcul (renseignées par les filiales aux statuts Principale et Dérogatoire).
- les données qualifiées « À IMPORTER » pour les filiales au statut Secondaire n'étaient pas prises en compte car déjà considérées avec un taux de couverture de 100 %.

En 2017, l'ensemble des filiales, y compris les filiales Secondaires, est pris en compte dans le calcul du taux de couverture, et quelle que soit la qualification des données (« À SAISIR », « À IMPORTER »).

Le fait de prendre en compte l'ensemble des données, de toutes les filiales, dans cette méthode de calcul apporte l'assurance d'un taux de couverture précis et exhaustif. L'intégralité des taux de couverture est pondérée sur l'effectif au 31/12/2017.

En 2017, les données publiées dans ce présent rapport reposent sur les taux de couverture suivants :

- Pilotage : 99,92 % vs 83 % en 2016 -> +20,38 %
  - Profit : 99,92 % vs 100 % en 2016 -> -0,08 %
  - Personnes : 99,82 % vs 91 % en 2016 -> +9,69 %
  - Proximité : 98,84 % vs 93 % en 2016 -> +6,28 %
  - Planète : 94,13 % vs 90 % en 2016 -> +4,59 %
- Soit un taux de couverture global en nette progression : 98,86 % vs 90 % en 2016 -> +9,84 %

Le rapport extra-financier du groupe Up fait l'objet d'une vérification externe par un Organisme Tiers Indépendant, le groupe Y.

## RAPPORT DE L'ORGANISME TIERS INDÉPENDANT (OTI) RELATIF À LA VÉRIFICATION DES INFORMATIONS SOCIALES, ENVIRONNEMENTALES ET SOCIÉTALES DANS LE RAPPORT DE GESTION

Exercice clos le 31 décembre 2017

Aux sociétaires,

En notre qualité d'organisme tiers indépendant, accrédité par le COFRAC sous le numéro 3-1103 (dont la portée est disponible sur le site [www.cofrac.fr](http://www.cofrac.fr)), nous vous présentons notre rapport sur les informations sociales, environnementales et sociétales consolidées présentées dans votre rapport de gestion (ci-après les « informations RSE »), établi au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2017, en application des dispositions de l'article L.225-102-1 du code de commerce.

### Responsabilité de la coopérative

Il appartient au Conseil d'administration d'établir un rapport de gestion comprenant les informations RSE prévues à l'article R.225-105-1 du code de commerce, préparées conformément au référentiel utilisé par la coopérative, dont un résumé figure dans le rapport de gestion et disponible sur demande au siège de la coopérative.

### Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les textes réglementaires, le code de déontologie de la profession inséré dans le décret du 30 mars 2012 relatif à l'exercice de l'activité d'expertise comptable et prend en compte les dispositions prévues à l'article L. 822-11 du code de commerce. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des règles déontologiques, des normes professionnelles et des textes légaux et réglementaires applicables.

### Responsabilité de l'organisme tiers indépendant

Il nous appartient sur la base de nos travaux :

- d'attester que les informations RSE requises sont présentes dans le rapport de gestion ou font l'objet,

en cas d'omission, d'une explication en application du troisième alinéa de l'article R. 225-105 du code de commerce (Attestation de présence des informations RSE) ;

- d'exprimer une conclusion d'assurance modérée sur le fait que les informations RSE, prises dans leur ensemble, sont présentées, dans tous leurs aspects significatifs, de manière sincère conformément au référentiel (Avis motivé sur la sincérité des informations RSE).

Nos travaux ont mobilisé les compétences de 4 personnes et se sont déroulés entre les mois de décembre 2017 et d'avril 2018 sur une durée totale d'intervention d'environ 13 semaines.

Nous avons conduit les travaux décrits ci-après conformément aux normes professionnelles applicables en France et à l'arrêté du 13 mai 2013 déterminant les modalités dans lesquelles l'organisme tiers indépendant conduit sa mission.

### ATTESTATION DE PRÉSENCE DES INFORMATIONS RSE

Nous avons pris connaissance, sur la base d'entretiens avec les responsables des directions concernées, de l'exposé des orientations en matière de développement durable, en fonction des conséquences sociales et environnementales liées à l'activité de la coopérative et de ses engagements sociétaux, et, le cas échéant, des actions ou des programmes qui en découlent.

Nous avons comparé les informations RSE présentées dans le rapport de gestion avec la liste prévue par l'article R. 225-105-1 du code de commerce.

En cas d'absence de certaines informations consolidées, nous avons vérifié que des explications étaient fournies conformément au troisième alinéa de l'article R. 225-105 du code de commerce.



Nous avons vérifié que les informations RSE couvraient le périmètre consolidé, à savoir la coopérative ainsi que ses filiales au sens de l'article L.233-1 et les sociétés qu'elle contrôle au sens de l'article L.233-3 du code de commerce avec les limites précisées dans le cadre de référence présenté dans le rapport RSE.

Sur la base de ces travaux et compte tenu des limites mentionnées ci-dessus, nous attestons de la présence dans le rapport de gestion des informations RSE requises.

### **AVIS MOTIVÉ SUR LA SINCÉRITÉ DES INFORMATIONS RSE**

Nous avons mené une vingtaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation des informations RSE auprès des directions en charge des processus de collecte des informations et, le cas échéant, responsables des procédures de contrôle interne et de gestion des risques, afin :

- d'apprécier le caractère approprié du référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa neutralité, sa fiabilité, son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- de vérifier la mise en place d'un processus de collecte, de compilation, de traitement et de contrôle visant à l'exhaustivité et à la cohérence des informations RSE et prendre connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration des informations RSE.

Nous avons déterminé la nature et l'étendue de nos tests et contrôles en fonction de la nature et de l'importance des informations RSE au regard des caractéristiques de la coopérative, des enjeux sociaux et environnementaux de ses activités, de ses orientations en matière de développement durable et des bonnes pratiques sectorielles.

Pour les informations RSE que nous avons considérées les plus importantes<sup>1</sup> :

– au niveau de l'entité consolidante, nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour corroborer les informations qualitatives (organisation, politiques, actions), nous avons mis en œuvre des procédures analytiques sur les informations quantitatives et vérifié, sur la base de sondages, les calculs ainsi que la consolidation des données et nous avons vérifié leur cohérence et leur concordance avec les autres informations figurant dans le rapport de gestion ;

– au niveau de l'entité représentative Up que nous avons sélectionné en fonction de son activité, de sa contribution aux indicateurs consolidés, de son implantation et de notre analyse de risque, nous avons mené des entretiens pour vérifier la correcte application des procédures et mis en œuvre des tests de détail sur la base d'échantillonnages, consistant à vérifier les calculs effectués et à rapprocher les données des pièces justificatives. L'échantillon ainsi sélectionné représente en moyenne 25 % des effectifs consolidés.

– au niveau de la filiale Si Vale au Mexique, nous avons mené un entretien avec le directeur de la Zone Amérique du Nord, le directeur général, la directrice des ressources humaines ainsi que la responsable qualité afin de comprendre la façon dont l'exercice de reporting est appréhendé par une filiale étrangère. Ainsi, nous avons vérifié la correcte application des procédures et mis en œuvre des tests de détail sur la base d'échantillonnages sur certaines informations considérées comme importantes pour la filiale mexicaine<sup>2</sup>. L'échantillon ainsi sélectionné représente en moyenne 13 % des effectifs consolidés.

Pour les autres informations RSE consolidées, nous avons apprécié leur cohérence par rapport à notre connaissance de la coopérative.

Enfin, nous avons apprécié la pertinence des explications relatives, le cas échéant, à l'absence totale ou partielle de certaines informations.

Nous estimons que les méthodes d'échantillonnage et tailles d'échantillons que nous avons retenues en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus. Du fait du recours à l'utilisation de techniques d'échantillonnages ainsi que des autres limites inhérentes au fonctionnement de tout système d'information et de contrôle interne, le risque de non-détection d'une anomalie significative dans les informations RSE ne peut être totalement éliminé.

### Conclusion

Sur la base de ces travaux, à l'exception de l'incidence de l'information concernant le nombre d'heures de formation, difficile à réconcilier en raison d'une rupture dans la piste d'audit et de l'absence de certains éléments de preuve, nous n'avons pas relevé d'autres anomalies significatives de nature à remettre en cause le fait que les informations RSE, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère conformément au référentiel.

### Observations

Sans remettre en cause la conclusion ci-dessus, nous attirons votre attention sur l'élément suivant : La filiale Mexique Si Vale doit compléter les règles de constitution du référentiel de reporting, notamment dans la formalisation des méthodologies de calcul et dans la description des documents sources afin de fiabiliser les process de collecte.

Fait à Niort, le 18 avril 2018

L'ORGANISME TIERS INDEPENDANT

GROUPE Y Audit



Arnaud MOYON  
Associé Département Développement Durable

1— Informations sociales : effectif total, répartition des salariés, embauches et licenciements, les conditions du dialogue social, les politiques mises en œuvre en matière de formation et le nombre total d'heures de formation.

Informations environnementales : la consommation de matières premières et mesures prises pour améliorer l'efficacité dans leur utilisation, la consommation d'énergie, les mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables, et les postes significatifs d'émissions de gaz à effets de serre générés du fait de l'activité de la coopérative, notamment par l'usage de biens et services qu'elle produit.

Informations sociétales : Conditions du dialogue avec les personnes ou organisations intéressées par l'activité de la coopérative, actions de partenariat ou de mécénat, prise en compte dans la politique d'achat des enjeux sociaux et environnementaux.

2— Informations auditées Si Vale : effectif total, embauches et licenciements, politiques mises en œuvre en matière de formation et le nombre total d'heures de formation, la consommation de matières premières et mesures prises pour améliorer l'efficacité dans leur utilisation, actions de partenariat et de mécénat.



# ANNEXES

## TABLE DE CORRESPONDANCE :

### ARTICLE 225 GRENELLE II

THÈMES GRENELLE II	PARAGRAPHERS DU RAPPORT DONNÉES SOCIALES	PAGINATION
<b>DONNÉES SOCIALES</b>		
<b>EMPLOI</b>		
L'effectif total	<b>03-PROGRAMME SOCIAL</b> STRUCTURATION DES EFFECTIFS L'évolution des effectifs	31
La répartition des salariés par genre	<b>03-PROGRAMME SOCIAL</b> STRUCTURATION DES EFFECTIFS Répartition des effectifs par genre	32
La répartition des salariés par âge	<b>03-PROGRAMME SOCIAL</b> STRUCTURATION DES EFFECTIFS Répartition des effectifs par âge	32
La répartition des salariés zone géographique	<b>03-PROGRAMME SOCIAL</b> STRUCTURATION DES EFFECTIFS L'évolution des effectifs	31
	<b>EMPLOI</b> Emploi permanent et emploi non permanent	33
Les embauches	<b>03-PROGRAMME SOCIAL</b> <b>EMPLOI</b> Dynamique d'embauche par genre et par type de contrat	33-34
Les licenciements	<b>03-PROGRAMME SOCIAL</b> STRUCTURATION DES EFFECTIFS Le taux de sortie	36
Les rémunérations et leur évolution	<b>03-PROGRAMME SOCIAL</b> <b>EMPLOI</b> La rémunération / La classification des emplois	34
<b>ORGANISATION DU TEMPS DE TRAVAIL</b>		
L'organisation du temps de travail	<b>03-PROGRAMME SOCIAL</b> ORGANISATION DU TRAVAIL ENGAGEMENT RENOUVELÉ EN MATIÈRE DE DIVERSITÉ ET DE QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL Politique en faveur de l'équilibre vie-personnelle / vie professionnelle	37 29
L'absentéisme (information non demandée pour les sociétés non cotées)	<b>03-PROGRAMME SOCIAL</b> SANTÉ ET SÉCURITÉ Absentéisme	38
<b>RELATIONS SOCIALES</b>		
L'organisation du dialogue social notamment les procédures d'information, de consultation du personnel et de négociation avec celui-ci	<b>03-PROGRAMME SOCIAL</b> FAIRE DU DIALOGUE SOCIAL UN OUTIL AU SERVICE DE L'AMÉLIORATION CONTINUE ET D'UNE POLITIQUE SOCIALE INNOVANTE	28
Le bilan des accords collectifs	<b>03-PROGRAMME SOCIAL</b> FAIRE DU DIALOGUE SOCIAL UN OUTIL AU SERVICE DE L'AMÉLIORATION CONTINUE ET D'UNE POLITIQUE SOCIALE INNOVANTE	28 - 29

THÈMES GRENELLE II	PARAGRAPHES DU RAPPORT DONNÉES SOCIALES	PAGINATION
<b>SANTÉ ET SÉCURITÉ</b>		
Les conditions de santé et de sécurité au travail	<b>03-PROGRAMME SOCIAL</b> SANTÉ ET SÉCURITÉ Absentéisme / Amélioration des conditions de travail	38
Les bilans des accords signés avec les organisations syndicales ou les représentants du personnel en matière de santé et de sécurité au travail	<b>03-PROGRAMME SOCIAL</b> FAIRE DU DIALOGUE SOCIAL UN OUTIL AU SERVICE DE L'AMÉLIORATION CONTINUE ET D'UNE POLITIQUE SOCIALE INNOVANTE	28-29
<b>FORMATION</b>		
Les politiques mises en œuvre en matière de formation	<b>03-PROGRAMME SOCIAL</b> FORMATION La formation / Les entretiens de progrès / La gestion prévisionnelle des compétences	40-41
Le nombre d'heures total de formation	<b>03-PROGRAMME SOCIAL</b> FORMATION La gestion prévisionnelle des compétences / Accès à la formation	40-41
<b>ÉGALITÉ DE TRAITEMENT</b>		
Les mesures prises en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes	<b>01-PROGRAMME DE GOUVERNANCE</b> INSTANCES DÉCISIONNELLES DU GROUPE Part des femmes dans les 10 % des plus hautes rémunérations / Part des femmes recrutées en CDI <b>03-PROGRAMME SOCIAL</b> ORGANISATION DU TRAVAIL PROMOTION ET RESPECT DES STIPULATIONS DES CONVENTIONS FONDAMENTALES DE L'OIT	14  37 41
Les mesures prises en faveur de l'emploi et de l'insertion des personnes handicapées	<b>03-PROGRAMME SOCIAL</b> ENGAGEMENT RENOUVELÉ EN MATIÈRE DE DIVERSITÉ ET DE QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL Politique handicap du Groupe	29-30
La politique de lutte contre les discriminations	<b>03-PROGRAMME SOCIAL</b> PROMOTION ET RESPECT DES STIPULATIONS DES CONVENTIONS FONDAMENTALES DE L'OIT <b>04-PROGRAMME SOCIÉTAL</b> DÉVELOPPER LES ACHATS RESPONSABLES EN FRANCE Recours au secteur protégé et adapté	41 51-52-53
<b>PROMOTION ET RESPECT DES STIPULATIONS DES CONVENTIONS FONDAMENTALES DE L'ORGANISATION INTERNATIONALE DE TRAVAIL RELATIVES (INFORMATIONS NON DEMANDÉES POUR LES SOCIÉTÉS NON COTÉES)</b>		
Au respect de la liberté d'association et du droit de négociation collective	<b>03-PROGRAMME SOCIAL</b> PROMOTION ET RESPECT DES STIPULATIONS DES CONVENTIONS FONDAMENTALES DE L'OIT	41
À l'élimination des discriminations en matière d'emploi et de profession		
À l'élimination du travail forcé ou obligatoire		
À l'abolition effective du travail des enfants		

THÈMES GRENELLE II	PARAGRAPHERS DU RAPPORT DONNÉES SOCIALES	PAGINATION
<b>DONNÉES ENVIRONNEMENTALES</b>		
<b>POLITIQUE GÉNÉRALE EN MATIÈRE ENVIRONNEMENTALE</b>		
L'organisation de la société pour prendre en compte les questions environnementales, et le cas échéant, les démarches d'évaluation ou de certification en matière d'environnement	<b>01-PROGRAMME DE GOUVERNANCE</b> CERTIFICATS, LABELS ET ÉVALUATIONS <b>05-PROGRAMMME ENVIRONNEMENTAL</b> MAÎTRISER L'IMPACT DES PRODUITS DU GROUPE UP	14 60-61
Les actions de formation et d'information des salariés en matière de protection de l'environnement	<b>05-PROGRAMMME ENVIRONNEMENTAL</b> DES ENJEUX PARTAGÉS AVEC LES COLLABORATEURS	59-60
<b>POLLUTION</b>		
Les mesures de prévention, de réduction ou de réparation de rejets dans l'air, l'eau et le sol affectant gravement l'environnement	<b>05-PROGRAMMME ENVIRONNEMENTAL</b> AGIR AU QUOTIDIEN Consommation d'eau et approvisionnement en eau / Moyens consacrés à la prévention des risques environnementaux et des pollutions	67
La prise en compte des nuisances sonores et de toute autre forme de pollution spécifique à une activité	<b>05-PROGRAMMME ENVIRONNEMENTAL</b> AGIR AU QUOTIDIEN Prise en compte de toute forme de pollution spécifique à une activité, notamment les nuisances sonores et lumineuses	67
<b>ÉCONOMIE CIRCULAIRE</b>		
Les mesures de prévention, de recyclage, de réutilisation, d'autres formes de valorisation et d'élimination des déchets	<b>05-PROGRAMMME ENVIRONNEMENTAL</b> AGIR AU QUOTIDIEN Gestion des déchets	68-69
Les actions de lutte contre le gaspillage alimentaire	<b>05-PROGRAMMME ENVIRONNEMENTAL</b> DES ENJEUX PARTAGÉS AVEC LES COLLABORATEURS	61-62
<b>PROTECTION DE LA BIODIVERSITÉ</b>		
Les mesures prises pour préserver ou développer la biodiversité	<b>05-PROGRAMMME ENVIRONNEMENTAL</b> MAÎTRISER L'IMPACT DES PRODUITS DU GROUPE UP	62-63

THÈMES GRENELLE II	PARAGRAPHERS DU RAPPORT DONNÉES SOCIALES	PAGINATION
<b>DONNÉES SOCIÉTALES</b>		
<b>IMPACT TERRITORIAL, ÉCONOMIQUE ET SOCIAL DE L'ACTIVITÉ DE LA SOCIÉTÉ</b>		
En matière d'emploi et de développement régional	<b>04-PROGRAMME SOCIÉTAL</b> IMPACT TERRITORIAL DE UP	55-56-57
Sur les populations riveraines ou locales	<b>04-PROGRAMME SOCIÉTAL</b> IMPACT TERRITORIAL DE UP	55-56-57
<b>RELATIONS ENTRETENUES AVEC LES PERSONNES OU LES ORGANISATIONS INTÉRESSÉES PAR L'ACTIVITÉ DE LA SOCIÉTÉ, NOTAMMENT LES ASSOCIATIONS D'INSERTION, LES ÉTABLISSEMENTS D'ENSEIGNEMENT, LES ASSOCIATIONS DE DÉFENSE DE L'ENVIRONNEMENT, LES ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS ET LES POPULATIONS RIVERAINES</b>		
Les conditions du dialogue avec ces personnes ou organisations	<b>04-PROGRAMME SOCIÉTAL</b> LE MÉCÉNAT SELON UP POLITIQUE DE MÉCÉNAT ENGAGÉE AU SERVICE DU POUVOIR D'AGIR FOCUS SUR DES PROJETS DE MÉCÉNAT IMPULSE EMBARQUER LES COLLABORATEURS UN ENGAGEMENT SOCIÉTAL QUI SE POURSUIT L'ESS AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE L'IMPACT TERRITORIAL DE UP	45  44 47 48 49 50 55-56-57
Les actions de partenariat ou de mécénat	<b>04-PROGRAMME SOCIÉTAL</b> LE MÉCÉNAT SELON UP POLITIQUE DE MÉCÉNAT ENGAGÉE AU SERVICE DU POUVOIR D'AGIR FOCUS SUR DES PROJETS DE MÉCÉNAT IMPULSE EMBARQUER LES COLLABORATEURS UN ENGAGEMENT SOCIÉTAL QUI SE POURSUIT	45 44 47 48 49
<b>SOUS-TRAITANCE ET FOURNISSEURS</b>		
La prise en compte dans la politique d'achat de la société des enjeux sociaux et environnementaux	<b>04-PROGRAMME SOCIÉTAL</b> DÉPLOYER LA CHARTE DES ACHATS RESPONSABLES DÉVELOPPER LES ACHATS RESPONSABLES EN FRANCE	51 52
L'importance de la sous-traitance et la prise en compte dans les relations avec les fournisseurs et les sous-traitants de leur responsabilité sociale et environnementale (information non demandée pour les sociétés non cotées)	<b>04-PROGRAMME SOCIÉTAL</b> DÉPLOYER LA CHARTE DES ACHATS RESPONSABLES DÉVELOPPER LES ACHATS RESPONSABLES EN FRANCE	51 52
<b>LOYAUTÉ DES PRATIQUES</b>		
Les actions engagées pour prévenir la corruption (information non demandée pour les sociétés non cotées)	<b>CADRE DU CONTRÔLE INTERNE</b> RÉFÉRENTIEL DE CONTRÔLE INTERNE RETENU PAR LE GROUPE UN DISPOSITIF ARTICULÉ AUTOUR DE 6 AXES INTERLOCUTEURS CONCERNÉS	70 70 73

# TABLE DES LÉGENDES

## PROGRAMME DE GOUVERNANCE

→ P1-Schéma 1	Principes et engagements du groupe Up .....	10
→ P1-Schéma 2	Conseil d'Administration Groupe .....	12
→ P1-Schéma 3	Comité Exécutif Groupe.....	13
→ P1-Schéma 4	Organigramme du Comité Exécutif Groupe.....	13
→ P1-Schéma 5	Part des femmes dans les mandats sociaux.....	14
→ P1-Schéma 6	Part des femmes dans les 10% des plus hautes rémunérations du Groupe.....	14
→ P1-Schéma 7	Part des femmes recrutées en CDI dans le Groupe.....	14
→ P1-Schéma 8	Panorama 2017 des certificats, labels et évaluations .....	14

## PROGRAMME ÉCONOMIQUE

→ P2-Schéma 1	Cartographie des implantations Monde du Groupe .....	22
→ P2-Schéma 2	Chiffres clés 2017.....	23
→ P2-Schéma 3	Cartographie des implantations France du Groupe .....	23

## PROGRAMME SOCIAL

→ P3-Schéma 1	Part des salariés ayant bénéficié d'un entretien de progrès par genre .....	28
→ P3-Schéma 2	Nombre d'accords signés avec les organisations syndicales ou les représentants du personnel en France .....	29
→ P3-Schéma 3	Nombre d'accords signés avec les organisations syndicales ou les représentants du personnel hors France .....	29
→ P3-Schéma 4	Effectif handicap au 31/12/2017.....	30
→ P3-Schéma 5	Effectif Groupe au 31/12/2017.....	31
→ P3-Schéma 6	Effectif par zone.....	31
→ P3-Schéma 7	Âge moyen par zone .....	31
→ P3-Schéma 8	Pyramide des âges 2017 .....	32
→ P3-Schéma 9	Répartition de l'effectif par genre et zone.....	32
→ P3-Schéma 10	Répartition des embauches permanentes par genre.....	33
→ P3-Schéma 11	Répartition des emplois en 2017.....	33
→ P3-Schéma 12	Nombre d'embauche par contrat en 2017.....	34
→ P3-Schéma 13	Masse salariale en millions d'euros.....	35
→ P3-Schéma 14	Ancienneté moyenne .....	35
→ P3-Schéma 15	Pyramide d'ancienneté Groupe en 2017.....	35
→ P3-Schéma 16	Taux de sortie Groupe .....	36
→ P3-Schéma 17	Taux de sortie par zone .....	36
→ P3-Schéma 18	Nombre de départs par motif et par zone .....	37
→ P3-Schéma 19	Collaborateurs travaillant à temps partiel par zone .....	37
→ P3-Schéma 20	Absentéisme global par zone .....	38
→ P3-Schéma 21	Absentéisme par motif et par zone.....	38
→ P3-Schéma 22	Coûts pédagogiques de formation par zone.....	40
→ P3-Schéma 23	Nombre d'heures de formation par zone .....	40
→ P3-Schéma 24	Nombre de salariés formés.....	41
→ P3-Schéma 25	Taux d'accès à la formation .....	41



## PROGRAMME SOCIÉTAL

→ P4-Schéma 1	Origine des budgets de mécénat.....	45
→ P4-Schéma 2	Nombre de projets de mécénat.....	46
→ P4-Schéma 3 & 4	Répartition des projets de mécénat par domaine d'action .....	46
→ P4-Schéma 5	Nombre d'actions solidaires RSE et budgets en K€ par zone .....	49
→ P4-Schéma 6	Évaluation des fournisseurs critiques par activités notés sur 20 .....	52
→ P4-Schéma 7	Nombre de fournisseurs ESAT/EA Groupe en 2017 .....	54
→ P4-Schéma 8	Montant des achats en K€ réalisés auprès d'ESAT/EA Groupe en 2017 .....	54
→ P4-Schéma 9	Nombre d'unités bénéficiaires en France .....	54
→ P4-Schéma 10	Infographie de l'Association Professionnelle des Émetteurs de Titres-Restaurants (APETR).....	56

## PROGRAMME ENVIRONNEMENTAL

→ P5-Schéma 1	Évaluation de l'empreinte carbone Groupe au 31/12/2017 .....	61
→ P5-Schéma 2	Quantité de papier de production acheté en tonnes.....	62
→ P5-Schéma 3	Répartition des véhicules par motorisation Groupe .....	65
→ P5-Schéma 4	Consommation de carburant en litres Groupe.....	65
→ P5-Schéma 5	Quantité de papier bureautique acheté en tonnes par zone .....	66
→ P5-Schéma 6	Quantité de papier bureautique par effectif ETP en Kg.....	66
→ P5-Schéma 7	Consommation électrique Groupe en Kwh.....	67
→ P5-Schéma 8	Consommation de gaz Groupe en Kwh.....	68
→ P5-Schéma 9	Consommation de vapeur Groupe en Kwh .....	68
→ P5-Schéma 10	Nombre de sièges sociaux réalisant le tri sélectif des déchets.....	69
→ P5-Schéma 11	Coûts consacrés aux traitements des déchets Groupe en K€.....	69



**SIÈGE SOCIAL GROUPE UP**

27-29 avenue des Louvresses  
92230 Gennevilliers - France

UP.COOP