

2018

UNE ANNÉE PLEINE DE VITALITÉ

■ RAPPORT DE PERFORMANCE DURABLE



Améliorer le quotidien de chacun pour promouvoir une Société plus juste et plus durable

“

Cette année, nous publions notre 1^{er} « Déclaration de Performance Extra-Financière ». Celle-ci fait évoluer notre rapport Extra-Financier vers une forme inédite, plus concise, et recentrée sur le projet stratégique du Groupe. Décrire notre modèle d'affaires, montrer comment nous maîtrisons les risques auxquels nous sommes confrontés et partager nos informations sociales, environnementales et sociétales, s'inscrit dans le prolongement de notre volonté originelle d'impacter positivement la Société.

Tout d'abord, parce que le statut coopératif de notre maison-mère et notre position reconnue d'acteur majeur de l'Économie Sociale et Solidaire participent pleinement à démontrer chaque jour notre engagement pour promouvoir une Société plus juste et plus durable. Cet engagement se concrétise par notre soutien renouvelé aux 10 principes du Pacte Mondial des Nations Unies¹ dans l'exercice quotidien de nos activités, notamment en France.

Ensuite, parce que depuis plusieurs années, notre projet stratégique comprend l'ensemble des dimensions de la Responsabilité Sociétale des Entreprises, comme en attestent les cinq programmes - gouvernance, économique, social, sociétal et environnemental - qui le structurent.

Différente tant par la forme que par le fond de nos précédents rapports, l'édition 2018 est donc bien plus qu'une simple déclaration réglementaire. Elle témoigne avant tout de la force de l'engagement de nos quelque 3 600 collaborateurs autour de notre projet stratégique dans nos 19 pays d'implantation et permet de renforcer le pilotage de notre Groupe.

De la mobilisation autour du Règlement Général sur la Protection des Données au déploiement d'actions de mécénat, en passant par la transformation digitale au service de nos clients et bénéficiaires, toutes et tous sommes unis et réunis autour de la seule et même promesse qui fait de Up un groupe singulier et durable : « Up, ça fait du bien au quotidien ».

CATHERINE COUPET,
Présidente-directrice générale du groupe Up

¹ Pacte mondial de l'ONU : www.globalcompact-france.org/





SOMMAIRE

WE ARE UP	04
UP DANS LE MONDE	06
MODÈLE D'AFFAIRES	08
CONSEIL D'ADMINISTRATION & COMITÉ EXÉCUTIF	10
PROJET STRATÉGIQUE	12
ANALYSE DES OPPORTUNITÉS ET DES RISQUES	14

COOPÉRER

PROGRAMME GOUVERNANCE	16
-----------------------------	----

PROGRESSER

PROGRAMME ÉCONOMIQUE	24
----------------------------	----

ENCOURAGER

PROGRAMME SOCIAL.....	30
-----------------------	----

INSPIRER

PROGRAMME SOCIÉTAL.....	38
-------------------------	----

PRÉSERVER

PROGRAMME ENVIRONNEMENTAL	46
---------------------------------	----



We are Up

Chez Up, nous sommes quelque **3600 collaborateurs** qui entreprenons sur **4 continents** au service d'une même vocation. **Engagés pour le progrès social**, nous croyons à l'épanouissement collectif et faisons converger les intérêts de chacun au service d'une **Société plus juste**.

Qui sommes-nous ?

Un groupe coopératif international, engagé par nature, dont l'indépendance garantit des relations équilibrées et de confiance avec ses parties prenantes.

Chez Up, l'engagement est au cœur de notre identité incarnée par notre modèle coopératif. Un modèle où chaque collaborateur est mobilisé au service d'un projet commun et s'implique dans les orientations et la réussite du Groupe, participant ainsi à son rayonnement croissant dans 19 pays.

Dès ses origines, Up a su associer toutes ses parties prenantes (bénéficiaires, entreprises, commerçants, pouvoirs publics, partenaires sociaux, organisations de l'Économie Sociale et Solidaire...) à la création du Chèque-Déjeuner. Ce modèle original et pionnier a ensuite guidé notre diversification et porté notre développement à l'international. Aujourd'hui, il nous inspire toujours pour construire le quotidien de demain, en créant des liens vertueux entre les organisations, les individus et les territoires, et en exploitant tout le potentiel du numérique pour co-construire des solutions innovantes, simples et ergonomiques.

Que faisons-nous ?

« Up, ça fait du bien au quotidien ». Nous développons des systèmes de paiement et des solutions de gestion qui améliorent la vitalité des entreprises et des territoires, ainsi que le pouvoir d'achat et le mieux-vivre des salariés et des citoyens, tout en offrant une liberté de choix et d'usages.

Nos solutions permettent aux entreprises de renforcer l'engagement de leurs salariés, aux collectivités locales d'optimiser leurs politiques sociales, et aux commerçants de fidéliser leurs clients. Nous animons ainsi un écosystème vertueux où chacun se mobilise pour améliorer les conditions de vie des individus. Nous participons ainsi à l'émergence d'une Société plus juste et plus durable, autour de 5 enjeux sociétaux qui poussent, fédèrent et replacent l'humain au cœur de l'économie.



Une alimentation saine et équilibrée pour tous

L'alimentation est un vecteur de santé, de bien-être et de plaisir. Chez Up, nous voulons permettre au plus grand nombre de bien s'alimenter et de profiter de tous les bienfaits de la pause repas : une alimentation équilibrée, une déconnexion lors de la pause déjeuner afin de renforcer le lien social. Nos solutions et notre réseau d'affiliés qui s'agrandit de jour en jour redonnent à chacun le « pouvoir » de se restaurer à proximité de son lieu de travail ou en déplacement, à moindres frais, sans renoncer à la qualité ni au plaisir au quotidien.



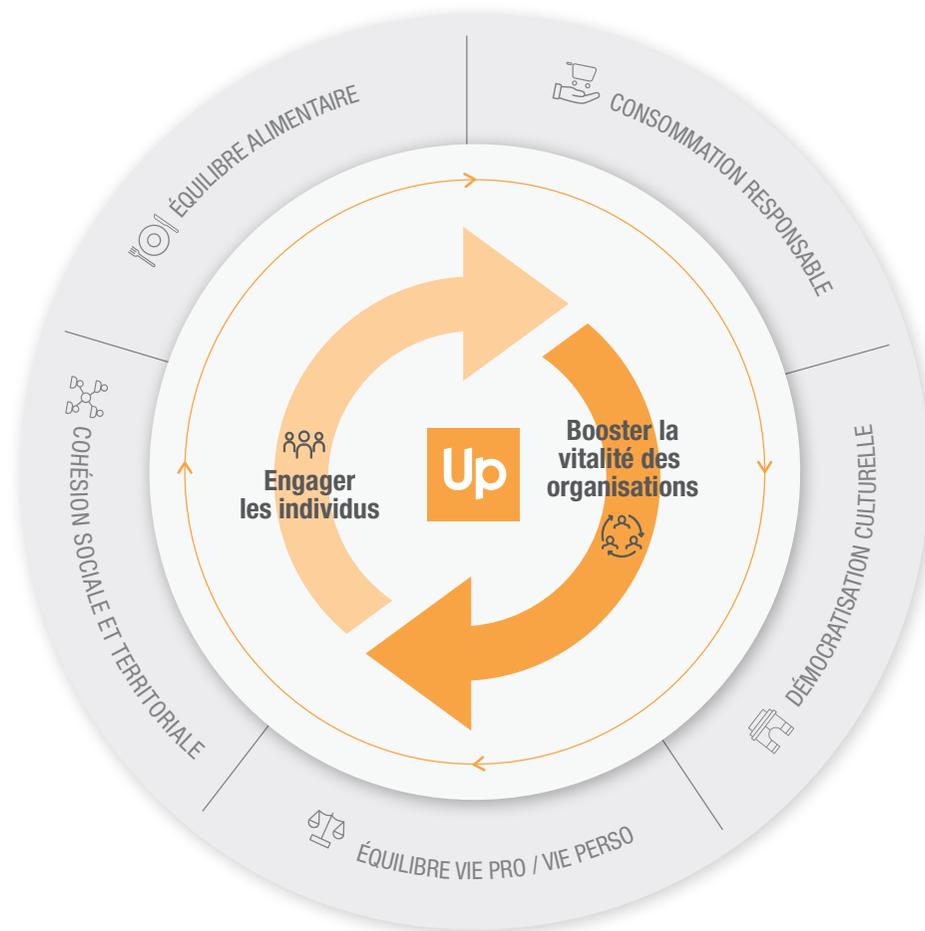
Une Société où chacun trouve sa place

Handicap, égalité des chances, autonomie, vieillissement de la population, les problématiques de l'action publique et sociale visant à permettre à chacun de vivre décemment sont multiples. À l'heure où les dépenses publiques se contractent et où les situations de fragilité sont de plus en plus fréquentes, il devient impératif d'optimiser la gestion des aides et subventions. En dématérialisant celles-ci, nos solutions fluidifient la relation avec les usagers, garantissent leurs bonnes affectation et utilisation, et améliorent la coordination entre les différents intervenants.



Un meilleur équilibre de vie

Essentiel à notre santé et notre bien-être, l'équilibre de vie est souvent un challenge quotidien à l'heure où chacun cumule divers rôles (parent, salarié, aidant familial, etc.) au sein de la Société. Pour attirer et fidéliser les talents, les entreprises s'efforcent de simplifier la vie quotidienne de leurs salariés. Pour satisfaire ces besoins, nous concevons des solutions à la carte utilisables dans un large réseau de partenaires qui permettent à chacun de mieux concilier vie privée et vie professionnelle.



Tous acteurs de notre consommation

Les enjeux économiques, sociaux et environnementaux nous invitent à consommer autrement et plus durablement. Pour contribuer à rendre ce changement possible, Up donne les moyens au plus grand nombre d'être acteur de sa consommation en étant libre de choisir de consommer local, éthique, bio, etc. Cela facilite l'accès de tous à des réseaux porteurs d'une consommation plus responsable.



La culture sans limite ni discrimination

Par contrainte financière ou parce qu'elles ne se sentent pas légitimes à entrer dans un musée, un théâtre ou une librairie, encore trop de personnes restent à la porte des lieux culturels. Aux côtés des financeurs et des acteurs de la médiation culturelle, nous contribuons à lever ces freins. En démocratisant l'accès à la culture, nos solutions participent à tisser du lien social, favorisent la diversité artistique et contribuent à la vitalité des lieux culturels.

Up dans le monde

Les chiffres clés 2018
par zone géographique



19 PAYS
SUR 4 CONTINENTS



532 M €
DE CHIFFRE D'AFFAIRES



1,1 M
DE CLIENTS



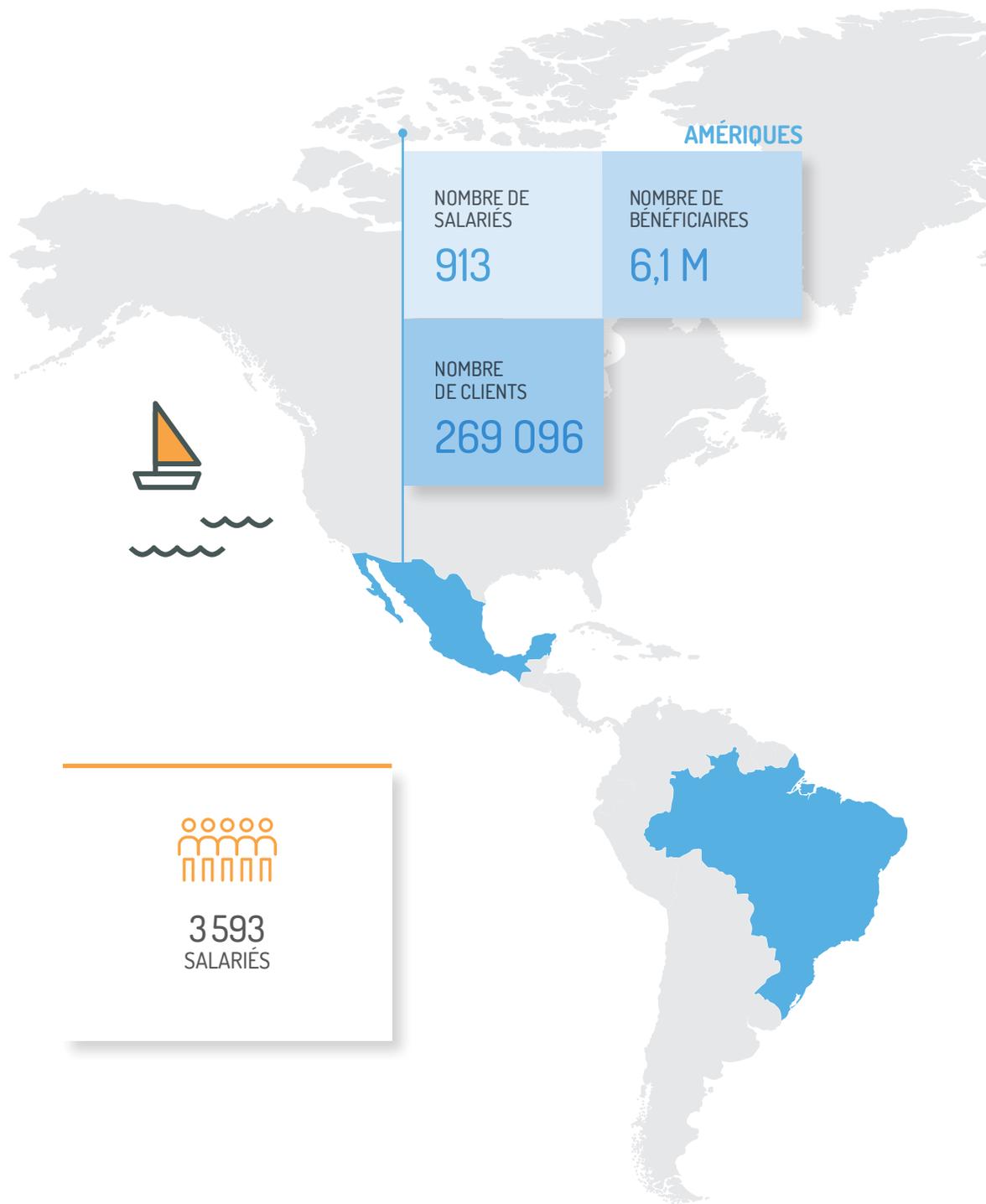
28,9 M
DE BÉNÉFICIAIRES



7,7 MDS €
DE VOLUME D'ÉMISSION



3 593
SALARIÉS



NORD OUEST EUROPE

NOMBRE DE SALARIÉS

1 810

NOMBRE DE BÉNÉFICIAIRES

19 M

NOMBRE DE CLIENTS

561 807

AMÉRIQUES

BRÉSIL (AMÉRIQUE DU SUD)
MEXIQUE (AMÉRIQUE DU NORD)

NORD OUEST EUROPE

FRANCE
ALLEMAGNE
BELGIQUE
HONGRIE
POLOGNE
RÉPUBLIQUE TCHÈQUE
SLOVAQUIE

EURASIE

NOMBRE DE SALARIÉS

597

NOMBRE DE BÉNÉFICIAIRES

2,9 M

NOMBRE DE CLIENTS

143 927

EURASIE

BULGARIE
GRÈCE
MOLDAVIE
ROUMANIE
TURQUIE

EUROPE MÉDITERRANÉE

NOMBRE DE SALARIÉS

273

NOMBRE DE BÉNÉFICIAIRES

0,7 M

NOMBRE DE CLIENTS

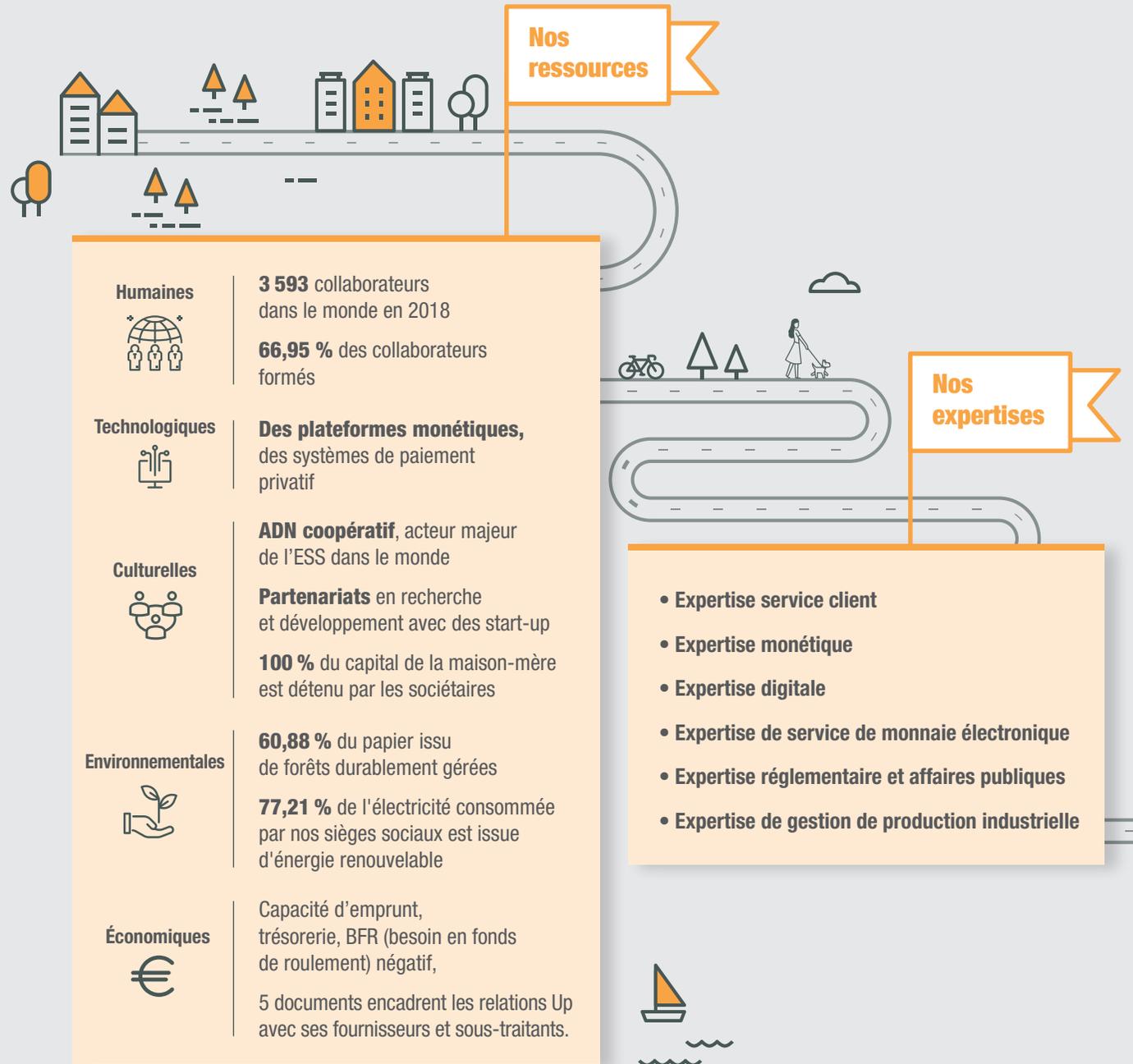
107 395

EUROPE MÉDITERRANÉE

ESPAGNE
ITALIE
MAROC
PORTUGAL
TUNISIE



Le modèle d'affaires du groupe Up



Nos savoir-faire

Créer des solutions de paiement papier

Créer des solutions de paiement dématérialisées

Créer des plateformes digitales

Créer des services à valeur ajoutée pour nos publics cibles

Nos impacts sociétaux

Une consommation plus responsable

Un meilleur équilibre vie professionnelle/vie personnelle

Une alimentation plus saine et plus équilibrée

Plus d'aides sur les territoires et pour les politiques publiques

La démocratisation de la culture

Notre réseau de commerçants

Nos clients
entreprises de toute taille, collectivités et organismes publics

Les bénéficiaires

Ça fait du bien au quotidien

Le Conseil d'Administration & le Comité Exécutif du groupe Up



Le Conseil d'Administration comprend :

9 membres élus par les sociétaires lors de l'Assemblée Générale de juin 2015

3 membres représentants des Confédérations Syndicales CFDT, CGT et FO

3 membres avec voix consultatives, représentants du Comité Économique et Social de l'entreprise

Le mandat d'un administrateur est d'une durée de 4 ans

Le Conseil d'Administration se réunit au minimum six fois par an afin de décider des orientations stratégiques du Groupe et de veiller à leur mise en œuvre.

En 2018, 10 réunions du Conseil d'Administration ont été organisées, avec un taux de participation de 93 %.

Le renouvellement aura lieu en juin 2019.

CATHERINE COUPET : PRÉSIDENTE-DIRECTRICE GÉNÉRALE

JACQUES LANDRIOT : PRÉSIDENT D'HONNEUR

YOUSSEF ACHOUR : ADMINISTRATEUR

STÉPHANE CHATELAIN : ADMINISTRATEUR

VIRGILE DOS SANTOS : ADMINISTRATEUR

DAVID GALLET : ADMINISTRATEUR

BERTRAND LÉGER : ADMINISTRATEUR

EMMANUEL MAUFOUX : ADMINISTRATEUR

STÉPHANE NICOLETTI : ADMINISTRATEUR

JEAN-PHILIPPE POULNOT : ADMINISTRATEUR

THOMAS DELPECH : REPRÉSENTANT DU COMITÉ ÉCONOMIQUE ET SOCIAL

MARIE ISMAELLA LO : REPRÉSENTANTE DU COMITÉ ÉCONOMIQUE ET SOCIAL

SYLVAIN VAN BRAEKEL : REPRÉSENTANT DU COMITÉ ÉCONOMIQUE ET SOCIAL

YVONNE DELEMOTTE : ADMINISTRATRICE - REPRÉSENTANTE DE LA CONFÉDÉRATION SYNDICALE CFDT

MARC BEUGIN : ADMINISTRATEUR - REPRÉSENTANT DE LA CONFÉDÉRATION SYNDICALE CGT

JEAN-MICHEL REYNAUD : ADMINISTRATEUR - REPRÉSENTANT DE LA CONFÉDÉRATION SYNDICALE FO

GÉRALDINE NICOLETTI : SECRÉTAIRE DU CONSEIL



Les dirigeants du groupe Up réunis en séminaire en avril 2019.

« Qui mieux qu'une entreprise coopérative peut faire émerger un collectif performant »



Le Comité Exécutif

Le Comité Exécutif réunit la Présidente-directrice générale, les Directeurs Fonctionnels et les Directeurs Généraux de Zone. Il traite de tous les sujets liés à la mise en œuvre du projet stratégique du Groupe, à la gestion du Groupe et de ses filiales, en adéquation avec les décisions prises par le Conseil d'Administration. Il se réunit environ une fois par mois. Au 1^{er} avril 2019 il est composé de :

CATHERINE COUPET : PRÉSIDENTE-DIRECTRICE GÉNÉRALE

YOUSSEF ACHOUR : EUROPE MÉDITERRANÉE

JULIEN ANGLADE : EURASIE

MARC BLANGY : SYSTÈMES D'INFORMATION

CYRIL BRUNEL : MOVE UP SOLUTIONS

CATHERINE CANDELLA : CONFORMITÉ ET RISQUES

GAËTAN CHAUDERLOT : AMÉRIQUE DU NORD

MAËLLE COUVREUX : JURIDIQUE ET FINANCIER

MARK DILLON : MARKETING, INNOVATION, DÉVELOPPEMENT

YASSIR FICHTALI : COMMUNICATION, AFFAIRES PUBLIQUES ET ENGAGEMENT

BERTRAND LÉGER : NORD-OUEST EUROPE

ALEXANDRE PEREZ : AMÉRIQUE DU SUD

AUDREY RICHARD : RESSOURCES HUMAINES



30%
de femmes

PROJET STRATÉGIQUE

Le projet stratégique du groupe Up fixe les ambitions et les objectifs qui constituent les piliers de notre transformation et de notre réussite collective.

Mis à jour tous les ans, et partagé avec l'ensemble des collaborateurs dans nos 19 pays d'implantation, il présente un ensemble d'orientations qui guident nos actions au quotidien avec toutes nos parties prenantes et sont structurées selon 5 programmes : gouvernance, économique, social, sociétal et environnemental.

Nos intentions stratégiques



Passer d'un ensemble d'émetteurs de titres de paiement à un groupe mondial qui imagine des solutions intégrées en réponse aux besoins de ses différents marchés.



Être une référence d'un modèle de développement différent, plus équitable et plus durable, porté par la réussite du Groupe qui concilie naturellement les dimensions sociale, économique et environnementale.



Être l'acteur innovant le plus porteur de sens, pour toutes nos parties prenantes.

Coopérer PROGRAMME DE GOUVERNANCE

Sécuriser le Groupe avec des moyens et un pilotage adaptés à sa taille et ses enjeux.

Garantir la maîtrise des risques et la conformité de nos activités face aux exigences grandissantes, dans une volonté d'être un acteur mieux disant. → P. 18

Amplifier la performance opérationnelle par le déploiement de notre management participatif.

Faire de tous les managers des ambassadeurs du projet stratégique et des acteurs de la déclinaison opérationnelle.

Déployer dans l'ensemble du Groupe les engagements de notre projet « Des Racines Et Des Ailes ».

Faire de notre différence coopérative un avantage concurrentiel porté par la marque Up.

Retrouvez la vidéo



5 Programmes et 18 orientations stratégiques

Progresser PROGRAMME ÉCONOMIQUE

Construire nos offres comme des réponses digitales intégrées et élargies aux besoins de nos différents marchés grâce à une politique d'innovation dynamique. → P. 26

Équilibrer nos sources de revenus et renforcer notre relation avec les financeurs, les commerçants et les bénéficiaires.

L'excellence de la qualité de service due à nos clients doit être la priorité de tous les collaborateurs.

Sécuriser notre métier historique et axer notre développement sur la diversification pour diluer les risques et profiter des opportunités.

Retrouvez la vidéo



Encourager PROGRAMME SOCIAL

Accompagner le développement des compétences des collaborateurs et assurer leur employabilité → P. 32

Attirer et fidéliser des collaborateurs compétents et motivés par notre projet d'entreprise, portée par une marque employeur forte.

Faire vivre les valeurs et la culture de la coopération du Groupe dans nos différents pays.

Mettre en place un socle social et instaurer un dialogue social avec les salariés dans toutes nos filiales.

Retrouvez la vidéo



Inspirer PROGRAMME SOCÉTAL

Animer la politique de mécénat et mobiliser les ressources humaines et financières adéquates. → P. 40

Faire la preuve de notre différence à travers une politique d'achats responsables à l'échelle du Groupe.

Retrouvez la vidéo



Préserver PROGRAMME ENVIRONNEMENTAL

Lutter contre le réchauffement climatique en mobilisant des moyens collectifs et en encourageant les initiatives individuelles. → P. 48

Stimuler la réduction des déchets et lutter plus particulièrement contre le gaspillage alimentaire.

Retrouvez la vidéo



SAISIR LES OPPORTUNITÉS ET MAÎTRISER LES RISQUES

Maîtriser le présent pour préparer l'avenir

Le projet stratégique du groupe Up permet de saisir les opportunités et de maîtriser les risques issus de ses activités en accord avec sa mission sociale et sociétale tout en réduisant ses impacts environnementaux. Face aux défis posés par la transformation digitale, il accompagne aussi bien l'évolution de chaque collaborateur que les réalisations du Groupe dans son ensemble.

Créé en 2015, le projet stratégique porte une ambition commune à l'échelle mondiale qui est déclinée dans tous les pays d'implantation du Groupe. Sa révision annuelle est le fruit de la coopération du Conseil d'Administration, du Comité Exécutif et de l'ensemble des Directeurs généraux de filiale. Il a inclus, dès sa construction, la réflexion menée sur les risques Groupe qui l'a précédé d'une année.

Les 18 orientations qui le composent sont réparties sur cinq programmes qui intègrent toutes les dimensions de la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise. Ce projet est le cœur de la stratégie du Groupe, il permet d'impliquer durablement les 3 593 collaborateurs dans une démarche responsable.

Si chacune des entités du Groupe travaille à déployer localement l'ensemble des orientations stratégiques, une sélection a eu lieu en 2018 pour rendre compte dans cette Déclaration de performance extra financière (DPEF) des orientations les plus représentatives, au regard des efforts menés à l'échelle du Groupe pour cette année.

Comme à son habitude, c'est en concertation que le Groupe a su dégager, par l'analyse de ses opportunités et risques, une orientation de son plan stratégique par programme.

Pour cette sélection un Comité de pilotage Déclaration de performance extra financière (DPEF) réunissant les Directeurs fonctionnels du Groupe, a été créé en 2018. La synergie de leurs expertises respectives, la priorisation des risques par le Conseil d'Administration et le Comité d'Entreprise Européen ont permis de déterminer les orientations pertinentes pour cette première Déclaration de performance extra financière (DPEF).

La sélection des orientations stratégiques

Ce tableau montre comment les risques, opportunités et engagements du Groupe ont permis au Comité de pilotage DPEF d'arbitrer la sélection par programme des orientations stratégiques retenues cette année, pour sa première DPEF.

 PROGRAMME GOUVERNANCE	 PROGRAMME ÉCONOMIQUE	 PROGRAMME SOCIAL	 PROGRAMME SOCIÉTAL	 PROGRAMME ENVIRONNEMENTAL
Coopérer pour maîtriser les risques	Progresser grâce à la transformation digitale	Encourager le développement des compétences	Inspirer par le mécénat	Préserver en luttant contre le réchauffement climatique
Perte ou vol d'informations sensibles ou confidentielles ; non-respect du règlement général sur la protection des données ; non-respect des règles éthiques ; fraude ; rupture d'activité et gestion de crise.	Difficultés à anticiper les mutations technologiques et à s'y adapter.	Difficultés à recruter, développer et retenir les compétences.	Engagement auprès de la société civile pour (re)donner du pouvoir d'agir aux « invisibles ».	Prise en compte des générations futures en agissant maintenant pour assurer demain.

Dans le cadre des thèmes réglementaires, le bien-être animal n'a pas été retenu comme pertinent au regard de nos activités pour 2018.

La maîtrise des risques est un levier formidable de différenciation

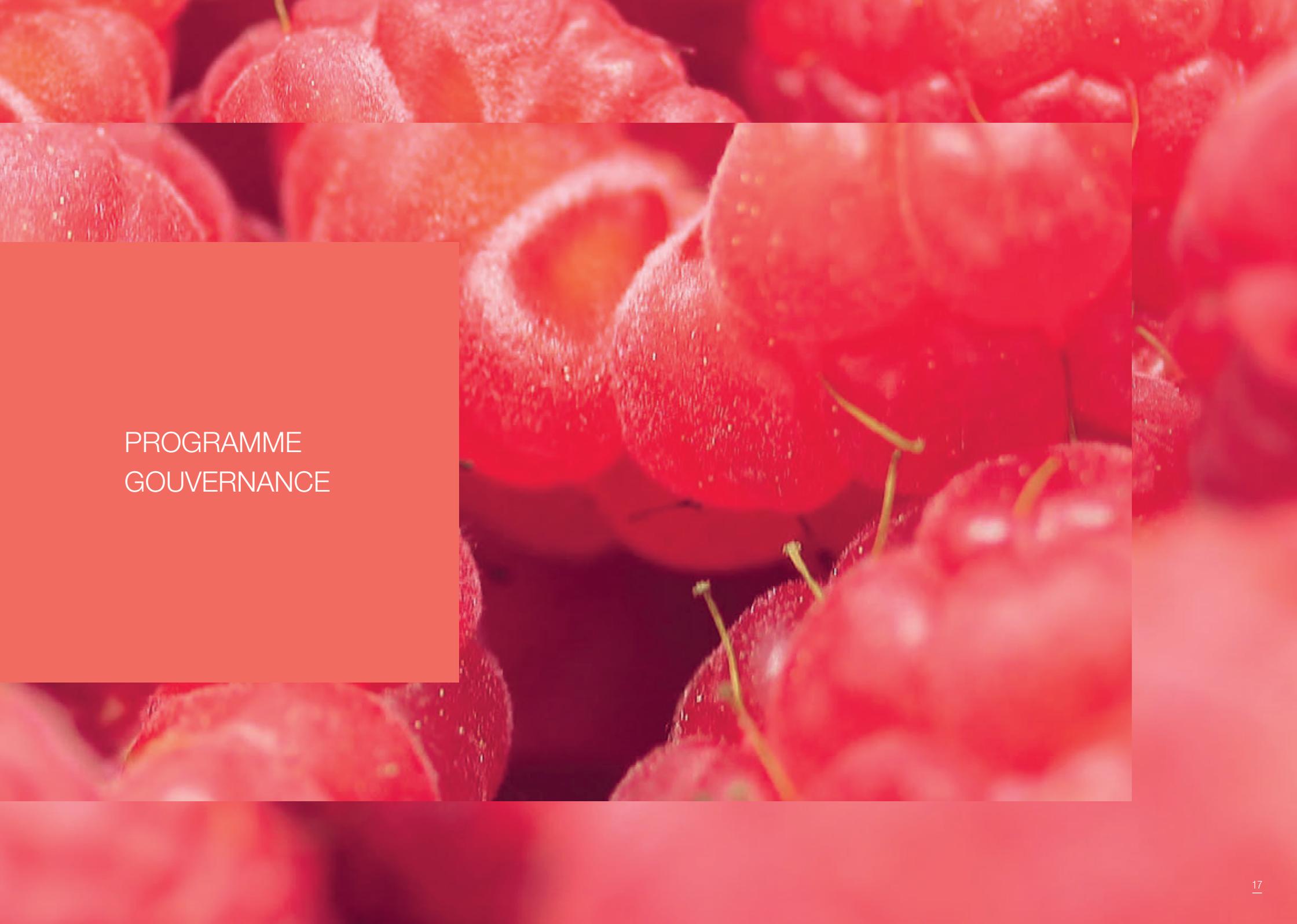
dans un contexte où les marchés veulent plus de transparence et de sécurité. C'est l'opportunité pour le Groupe d'être le tiers de confiance à part entière pour ses parties prenantes.

La transformation digitale est l'opportunité permettant au Groupe d'apporter à ses clients les nouvelles solutions qui améliorent leur bien-être au quotidien. Dans ce contexte, **la formation est l'outil indispensable pour accompagner les collaborateurs vers les métiers de demain en développant leurs compétences.**

S'engager auprès de la société civile pour redonner du pouvoir d'agir aux invisibles et prendre en compte les générations futures en contribuant à la transition environnementale sont les engagements qui font partie intégrante de l'identité du Groupe depuis sa création. C'est par ses engagements que le Groupe parvient à réconcilier réussite économique et recherche du bien commun.



PÉRIÉCOO-
PÉRIÉ



PROGRAMME
GOUVERNANCE

GARANTIR LA MAÎTRISE DES RISQUES

ET LA CONFORMITÉ DE NOS ACTIVITÉS FACE
À DES EXIGENCES GRANDISSANTES, DANS UNE
VOLONTÉ D'ÊTRE UN ACTEUR MIEUX DISANT

/01

Contexte

Afin de protéger le Groupe et ses parties prenantes contre les multiples risques liés à ses activités, Up s'engage dans une démarche de maîtrise des risques.

Pour réussir cette transformation, qui vise à faire passer la maîtrise des risques devant le contrôle permanent et le contrôle périodique, le Groupe s'appuie sur sa nouvelle Direction Conformité et Risques.

Outre un rôle de définition et de pilotage de la politique de maîtrise des risques, celle-ci accompagne les filiales dans une posture de conseil avec une ambition : développer l'appétence aux risques auprès des dirigeants et faire de chacun d'entre eux un véritable « risk manager ».

/02

Politique

Afin de sécuriser ses activités et son développement, le Groupe a amorcé sa révolution culturelle du management par les risques en l'organisant autour de six politiques complémentaires.

La maîtrise :

de la conformité aux obligations réglementaires, notamment de protection des données à caractère personnel et de lutte contre la fraude, la corruption, le blanchiment et le financement du terrorisme ;

des risques de long terme en instaurant un suivi rigoureux des actions protégeant les intérêts de la filiale sur le long terme ;

des risques de court terme ou risques opérationnels en s'appuyant sur l'autocontrôle, les validations managériales et sur des plans de contrôles proportionnés aux enjeux.

La gestion :

des incidents dans l'ensemble des filiales par un dispositif d'enregistrement et de suivi des actions correctives et préventives ;

du contrôle périodique en engageant les moyens dans chaque filiale pour vérifier la robustesse des processus métiers, supports et de pilotage ;

de l'animation des différents volets de la maîtrise des activités en formant les équipes aux différents sujets, en les accompagnant et en renforçant les équipes selon les besoins tant au niveau local que central.

/03

Plan d'action

Maîtriser la conformité

- **Protéger les données des collaborateurs, des fournisseurs et des clients (financeurs, bénéficiaires et commerçants)** par la mise en place d'un réseau de référents délégués à la protection des données par pays, d'une organisation de mise en conformité dans chaque filiale et d'un reporting pour celles implantées dans un pays membre de l'Union Européenne.
- **Sécuriser les activités régulées** et développer la lutte contre la fraude, le blanchiment et le financement du terrorisme au sein des filiales concernées.
- **Promouvoir les comportements éthiques** en publiant un guide éthique et en renforçant le dispositif d'alerte au niveau du Groupe.

Maîtriser les risques

- **Documenter la maîtrise des risques** avec une approche à 360° basée sur 4 grandes familles de risques.
- **Revisiter la cartographie** des risques long terme pour y faire apparaître la notion d'opportunité.
- **Concevoir une méthodologie** d'identification des risques opérationnels et des contrôles associés.

Gérer les incidents

- **Industrialiser la remontée des incidents** majeurs d'abord au niveau local puis au niveau central.
- **Accentuer le partage de bonnes pratiques** suite aux incidents par le déploiement d'un outil Groupe.

Gérer le contrôle périodique

- **Organiser le contrôle périodique** pour les activités régulées.
- **Encourager les filiales** dans une démarche de certification (ISO 9001, ISO 14 001, ISO 27001, rapport des commissaires aux comptes), d'évaluations (RSE, EcoVadis), de mesures s'apparentant à du contrôle périodique (baromètre de satisfaction clients, enquêtes).

Gérer l'animation

- **Accompagner** les dirigeants dans la structuration de leur fonction conformité et risques locale.
- **Informer, former, sensibiliser et accompagner** les collaborateurs sur la politique de maîtrise des risques.
- **Rendre ces sujets complexes accessibles** aux parties prenantes internes et externes.

RÉSULTATS



561 collaborateurs de l'Union européenne sensibilisés à la protection des données en 2018.



840 collaborateurs sensibilisés à la lutte contre la fraude et la corruption en 2018.



La mise en conformité RGPD a nécessité la participation et l'implication de tous les collaborateurs. Elle nous a permis de renforcer la sécurité informatique, de simplifier nos processus et d'alléger nos solutions en ne collectant pas plus de données que nécessaire. De plus, notre conformité renvoie aujourd'hui l'image d'une entreprise qui respecte les droits individuels de ses clients et les données de ses partenaires.

Anna LAŠOVÁ, Responsable de la communication, de la conformité et des risques, Up Slovensko.



FAITS MARQUANTS 2018

MAI

De nombreuses actions déployées avant et après la mise en œuvre du Règlement Général sur la Protection des Données le 25 mai 2018, dont la mise à disposition des filiales d'une « boîte à docs RGPD » et d'un module d'e-learning.

Remplacement du code de conduite des affaires par le guide éthique et renforcement du dispositif d'alerte Groupe par le lancement de la ligne éthique.

Définition de l'approche risques du Groupe intégrant et classifiant les différents risques en 4 grandes familles (voir infographie page suivante).

JUIN

Obtention par la Coopérative Up du statut d'Établissement de Monnaie Électronique (EME) qui impose de nouvelles obligations contraignantes dont La lutte contre la fraude, le blanchiment et le financement du terrorisme.

AOÛT

Lettre de cadrage budgétaire de la Présidente du Groupe demandant aux filiales d'allouer les moyens et de s'organiser pour traiter les sujets conformité et risques.

SEPTEMBRE

Lancement de la feuille de route adossée à l'orientation stratégique Conformité et Risques lors du séminaire réunissant les membres du Comité Exécutif et les dirigeants des filiales.



La protection des données personnelles

Conformité au Règlement Général sur la Protection des Données



64% des traitements opérés par le Groupe sont décrits dans un registre.

La promotion de l'éthique et la lutte contre la fraude, la corruption, le blanchiment et le financement du terrorisme.

Conformité à la loi Sapin 2



taux de réalisation des actions d'impulsion de la maison-mère.



taux de réalisation pondérée des actions des filiales

Sensibilisés à la lutte contre le blanchiment et le financement du terrorisme en 2018.

158
COLLABORATEURS

Sensibilisés à la lutte contre la fraude et la corruption en 2018.

840
COLLABORATEURS

5 FILIALES DU GROUPE
CERTIFIÉES ISO 27 001

3 FILIALES DU GROUPE
SUR LE PODIUM ECOVADIS
DONT 2 NOTÉES « GOLD »
EN 2018 (UP MULTINET
ET COOPÉRATIVE UP).



La mise en conformité RGPD est l'occasion d'améliorer nos procédures et de repenser la collecte de l'information pour plus de qualité. C'est aussi un levier fort de différenciation. Plus une solution permettra la maîtrise des données par ses utilisateurs et ses usagers, plus nos clients et prospects nous choisiront. Aujourd'hui, tous les acteurs de notre secteur d'activité n'ont pas encore intégré ces aspects dans leurs solutions. Le RGPD peut faire la différence !

Stéphane BOURAND,
Ingénieur Qualité – Référent RGPD (France)



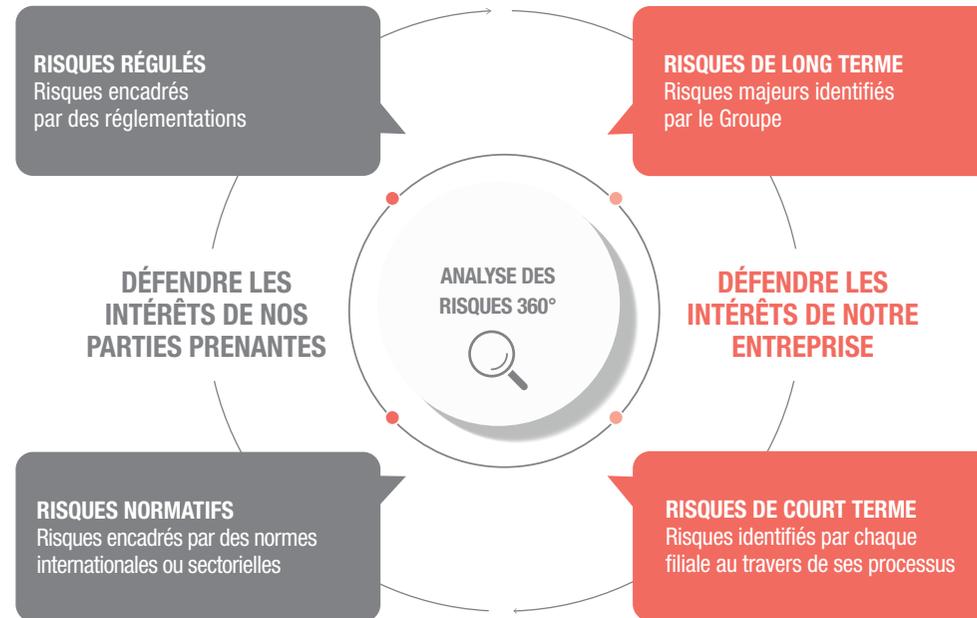
La mise en conformité RGPD fut un intense marathon dont nous sommes ressortis grandis.

Les différentes étapes nous ont permis de mieux comprendre comment nous faisons les choses, de gagner en efficacité et de repenser nos solutions. Au-delà du respect d'un règlement, c'est devenu un véritable courant philosophique de pensée au sein des métiers grâce auquel nous n'utilisons plus la donnée seulement pour satisfaire à nos propres besoins mais aussi pour la mettre au service de nos clients, marchands et bénéficiaires.

Olivier BRAGARD,
Responsable de l'activation Digitale,
Up Monizze (Belgique)

L'approche 360° des risques

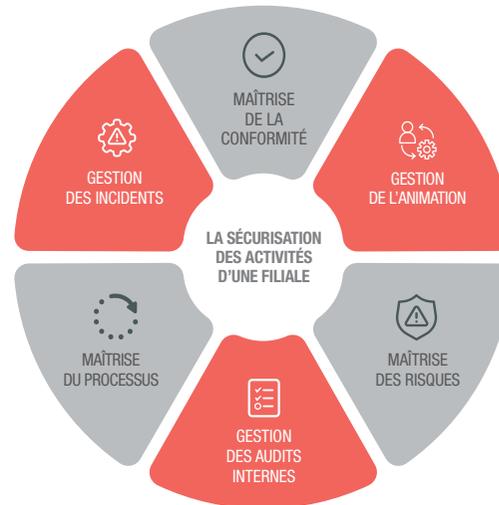
Pour structurer sa politique de maîtrise des risques, le Groupe a classifié les risques liés à ses activités en 4 grandes familles. Cette analyse 360° des risques a été présentée en septembre 2018 à l'ensemble des Directeurs Généraux des filiales. En 2019, un document dédié à chaque famille de risques sera publié.





La sécurisation des activités d'une filiale repose sur deux grandes missions bien distinctes mais fortement imbriquées :

La maîtrise (conformité, risques, processus) et la gestion (incidents, audits, animation).



À l'heure où les clients sont toujours plus conscients de l'importance de leurs données et attentifs à l'utilisation qu'en font les entreprises, la conformité RGPD est une opportunité pour se différencier des concurrents. Elle permet d'améliorer l'image de l'entreprise, d'accroître la confiance des clients et de développer des services qui répondront mieux à leurs attentes.

Claudia VENTURI,
Directrice Administrative et Financière, Up Day (Italie)

Le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) fixe des règles très strictes aux entreprises qui détiennent et traitent des données à caractère personnel

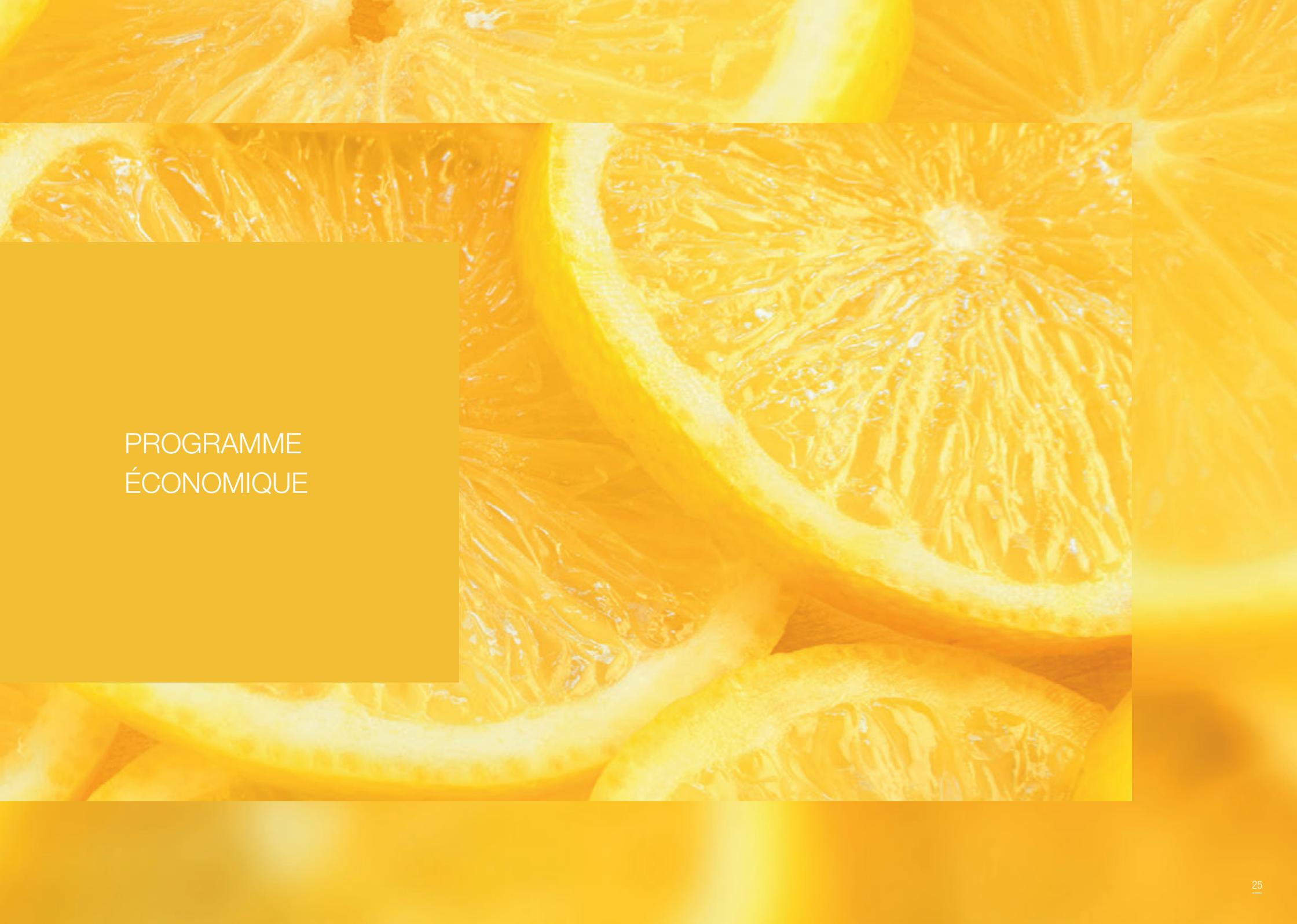
Pour permettre à tous les collaborateurs du Groupe de s'approprier les enjeux de cette réglementation européenne, la Direction Conformité et Risques met à disposition depuis septembre 2018 un outil d'e-learning consacré au RGPD. Cet outil, fondé sur la méthodologie de l'ancrage mémoriel, s'organise autour de 5 modules d'apprentissage progressif d'une quinzaine de minutes. Pouvant être traduit dans toutes les langues des pays d'implantation du Groupe, il est mis à disposition des filiales qui le souhaitent et a déjà été retenu par la maison-mère.

NOMBRE DE SALARIÉS FORMÉS DANS LE GROUPE PAR THÈME RÉGLEMENTAIRE en 2018

	Nombre de salariés	Part des salariés formés
Lutte contre le blanchiment et le financement du terrorisme	158	3,60 %
Fraude et corruption	840	19,12 %
Protection des données	606	13,79 %
Normes et certifications	82	1,87 %
Santé et sécurité	613	13,95 %
Autres thèmes réglementaires	81	1,84 %

The background of the image consists of several slices of fresh orange, showing the vibrant orange pulp and the white pith. The slices are arranged in a slightly overlapping manner, creating a textured and colorful backdrop. The lighting is bright, highlighting the natural texture of the fruit.

**PRO-
GRESSER**

The background of the slide is a close-up, high-angle photograph of several sliced oranges. The slices are arranged in a somewhat overlapping pattern, showing the vibrant orange color of the pulp and the lighter, fibrous texture of the pith. The lighting is bright and even, highlighting the natural textures of the fruit. A semi-transparent yellow rectangular box is positioned on the left side of the slide, containing the text.

PROGRAMME
ÉCONOMIQUE

CONSTRUIRE NOS OFFRES

COMME DES RÉPONSES DIGITALES INTÉGRÉES
ET ÉLARGIES AUX BESOINS DE NOS DIFFÉRENTS
MARCHÉS GRÂCE À UNE POLITIQUE
D'INNOVATION DYNAMIQUE

/01

Contexte

Pour s'adapter aux nouveaux usages, offrir une expérience simple, robuste et fluide aux utilisateurs de ses solutions et se différencier de la concurrence en innovant, Up a lancé le programme de transformation « Offre Digitale Intégrée » qui vise à aller plus vite et plus loin dans la transformation digitale des offres du Groupe.

Déployé progressivement dans les filiales, ce programme a vocation à les accompagner dans l'évolution et la création de leurs offres et durant toutes les phases de leur élaboration : évaluation, conception, développement et déploiement.

/02

Politique

Une approche à la fois globale et sur-mesure :

Le programme de transformation digitale est conçu pour assurer la cohérence entre la stratégie de l'offre Groupe et les contextes et spécificités de chaque pays.

Grâce aux retours d'expérience des filiales les plus avancées et un travail collaboratif entre différents départements (marketing, ressources humaines, commercial, finance, informatique, etc.) une méthodologie structurée en 4 phases a été établie :

Diagnostic et évaluation : connaissance clients, analyse du marché, de la concurrence, de l'offre actuelle, cartographie d'expérience utilisateur, analyse juridique, réglementaire et conformité, recrutement de nouveaux profils.

Conception : parcours utilisateur cible, design des maquettes d'expérience et des interfaces utilisateur, marketing mix finalisé et business plan.

Développement : développement informatique et technologique de la solution et préparation de la stratégie de mise en marché.

Déploiement : lancement des offres, communication, suivi du déploiement, suivi des indicateurs, ajustement.

À chaque phase, la Direction Marketing Innovation et Développement Groupe, qui pilote le programme, fournit aux filiales de nombreux supports (outils, modèles, maquettes, etc.) et les accompagne en mettant à disposition ses propres experts.

/03

Plan d'action

Chaque filiale s'inscrivant dans le programme doit :

Construire un socle technologique solide et robuste : offre monétique, applications mobiles, espaces web, systèmes et infrastructures informatiques, etc.

Concevoir une expérience utilisateur globale cohérente, simple et ergonomique,

Développer des services à forte valeur ajoutée en profitant des opportunités offertes par le digital.

L'objectif final du programme est d'entrer dans une démarche itérative de création de nouveaux services afin d'être toujours au plus près des modes de consommation des clients et bénéficiaires.

RÉSULTATS

6 pays engagés dans le programme 2018 :
France, Slovaquie, République tchèque, Roumanie, Grèce, Moldavie

- Objectifs 2019 : **10 pays**
Italie, Belgique, Espagne, Mexique
- Objectifs 2020 : **12 pays**



Accélération du déploiement en 2019 :



4 nouveaux pays inscrits dans le programme d'accompagnement à la conception & au déploiement



6 à 9 équipes-projet mises en place

FAITS MARQUANTS 2018

Des offres dans les starting-blocks pour les 3 pays pilotes du programme

Entre fin 2017 et janvier 2018, Up France, Up Slovensko et Up Česká Republika ont initié le programme de transformation digitale.

Une phase d'appropriation des sujets et une mise à niveau des compétences locales ont débuté avec les responsables locaux pour une montée en compétence transverse.

Les trois pays ont terminé leur phase d'évaluation entre février et mars 2018 et ont bouclé la conception de leurs offres au cours du 3^e trimestre 2018. À la fin de l'année, la phase de développement avait commencé.

3 nouveaux pays pour renforcer notre positionnement digital

2018, c'est aussi l'arrivée dans le programme de la Roumanie, de la Moldavie et de la Grèce.

Ils ont commencé leurs phases de diagnostic et d'évaluation et ont terminé l'année en phase de conception. Ces 3 pays profiteront du retour d'expérience des filiales pilotes pour assurer dès 2019 la phase de développement et déploiement.



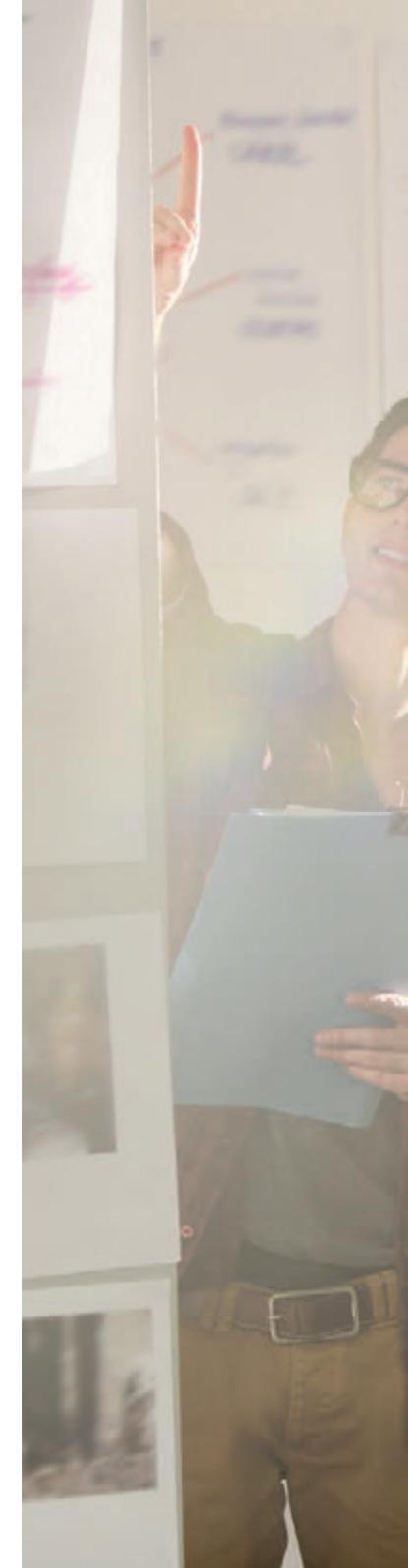
Depuis le lancement du programme Offre Digitale Intégrée, nous bénéficions du soutien étroit du Groupe et plus particulièrement de nos collègues de la Direction Marketing Innovation et Développement. Cela nous permet d'échanger idées et points de vue, de profiter des retours d'expériences et des bonnes pratiques d'autres filiales, ainsi que d'une méthode de conduite de projets et de procédures efficaces qui ont fait leurs preuves.

Petr MIKOLAS, Product Manager, Up Česká Republika

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE : TOUTES LES OFFRES ACCESSIBLES SUR UN SEUL ET MÊME PORTAIL WEB ET MOBILE

L'Offre Digitale Intégrée constitue le levier prioritaire de Up Česká Republika pour renforcer sa compétitivité sur un marché mature, sur lequel tous les concurrents proposent des titres-repas, des cartes et une application mobile.

La filiale est l'une des 3 premières du Groupe à s'être engagée dans ce programme. Actuellement elle développe un portail unique destiné à proposer une interface web et mobile commune à tous ses clients, entreprises, affiliés et bénéficiaires (avec un seul mot d'ordre : « faire simple! »). La seconde étape en cours de préparation, consistera à proposer des services innovants afin de répondre aux besoins de ses publics (des outils marketing pour les affiliés, des services additionnels pour les clients, des services supplémentaires pour les utilisateurs, etc.).





01

COMITÉ DE PILOTAGE LOCAL

- ✓ Suivi du projet et décision projet locale
- 👤 Contributeurs du projet de la filiale : sponsor, chef de projet, des systèmes d'information, commercial, marketing, directeur administratif et financier, etc.
- 📅 1 à 2 fois par mois

3 instances pour un pilotage optimal

COMITÉ DE COORDINATION

- ✓ Suivi du projet, résolution de problématiques opérationnelles
- 👤 Équipes opérationnelles locales (Chef de projet, responsable marketing) et l'équipe du programme (Direction Marketing Innovation et Développement)
- 📅 2 fois par mois

COMITÉ DE PILOTAGE GROUPE

- ✓ Reporting global de l'ensemble des projets, décisions stratégiques liées aux projets membres du Comité Exécutif Groupe
- 📅 Tous les 3 mois

02

03

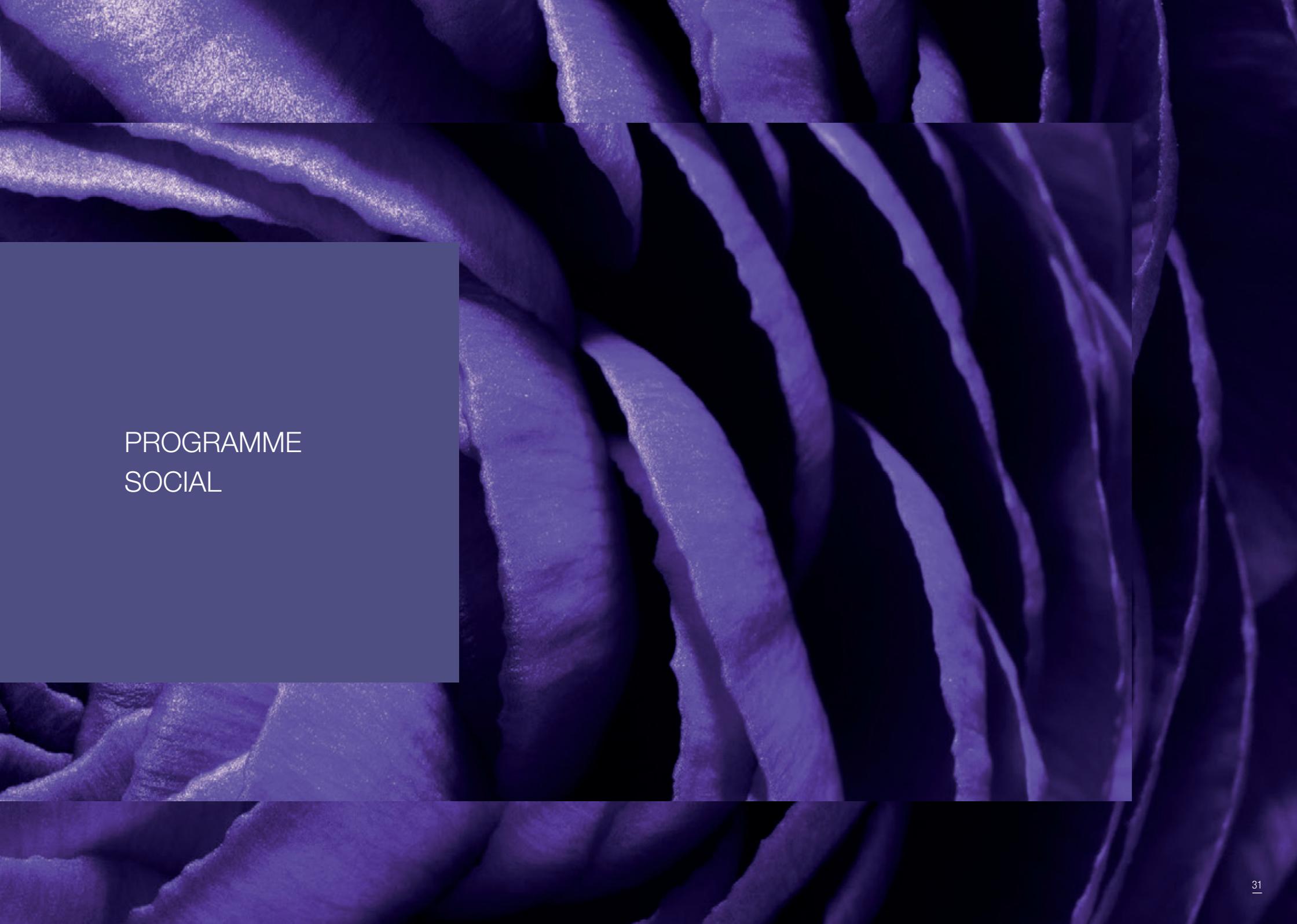
“

L'Offre Digitale Intégrée est le premier pas de Up Česká Republika dans sa révolution numérique et représentera un élément clé de différenciation. Elle nous permettra de délivrer nos services beaucoup plus efficacement, avec une très grande simplicité d'utilisation pour tous nos clients.

Darek FILIP, Directeur marketing, Up Česká Republika



FENCOOL-
RAGER

The background of the slide is a close-up photograph of several hands of different skin tones. The hands are positioned as if they are collectively holding a globe, with fingers and palms visible. The lighting is dramatic, highlighting the textures of the skin and the creases of the hands. The overall color palette is dominated by deep blues and purples, with some highlights in a lighter, shimmering blue.

PROGRAMME
SOCIAL

ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES DES COLLABORATEURS ET ASSURER LEUR EMPLOYABILITÉ

/01

Contexte

Pour réussir la transformation digitale de ses activités et faire face à l'évolution de ses métiers, la politique Ressources Humaines du Groupe se doit d'accompagner les 3593 collaborateurs afin de leur assurer un niveau élevé de compétences et leur garantir une forte employabilité. Parallèlement, le Groupe, qui est également engagé dans sa transformation culturelle, souhaite s'appuyer sur une communauté managériale renforcée, pour faire des managers les ambassadeurs de la culture Up auprès de leurs équipes.

/02

Politique

La politique RH et plus précisément l'offre de formation doit être agile et sans cesse innover pour s'adapter aux diverses transformations : culturelle, technologique, managériale, réglementaire, etc.

L'accompagnement des collaborateurs se veut davantage personnalisable tant sur la forme que sur le fond.

L'accompagnement de la transformation digitale

L'accompagnement de chaque collaborateur par un programme de sensibilisation et de formation personnalisé, appelé « (R)évolution digitale », permet de les rendre tous acteurs de la dynamique de transformation du Groupe.

Le développement des compétences transverses

Afin d'harmoniser les pratiques au niveau des Ressources Humaines Groupe et de faciliter la mobilité des collaborateurs, la gestion de leur carrière et de mieux cibler à moyen terme leurs besoins de formation, Up souhaite développer les compétences communes des collaborateurs.

Les managers, 1^{ers} ambassadeurs d'une culture commune

L'échange entre les managers doit être favorisé et leur permettre de faire converger les pratiques managériales au plus près des fondamentaux culturels et des engagements du Groupe afin de développer le sentiment d'appartenance.

/03

Plan d'action

Construire un parcours de formation au digital personnalisé

- **Mise en place, par la maison-mère, d'une offre de formation**, qui vise à assurer un socle commun de compétences digitales.

Le module est composé de 5 « briques » :

- l'essentiel de la digitalisation
- la dématérialisation des titres
- l'expérience client
- l'évolution des métiers
- les nouveaux modes de travail

Proposition de cette offre, dès 2019, aux autres filiales du Groupe qui pourront l'adapter selon leur maturité et les besoins de chaque collaborateur.

Définir un référentiel de compétences transverses

- **Lancement d'un chantier pilote dédié à la définition des compétences transverses Groupe** sur la base des travaux initiés par les filiales de l'Espagne, de la Roumanie et de la Turquie.
- **Élaboration d'une 1^{re} version du référentiel de compétences transverses** liées aux valeurs fondamentales du Groupe : Engagement, Solidarité, Équité, Innovation, Entrepreneuriat.

Renforcer le lien au sein de la communauté managériale

- **Mise en place au sein de la maison-mère d'une offre d'accompagnement de la fonction managériale**, qui s'adapte au parcours professionnel et aux besoins en développement de chaque manager.
- **Organisation de journées managers** et de groupes de coopération au sein de la Coopérative.
- **Formation des nouveaux membres des Comités de Direction** des filiales via un « Parcours dirigeants ».

RÉSULTATS



Part des managers formés au management dans le Groupe en 2018 : 23,64%



Taux d'accès à la formation dans le Groupe en 2018 : 66,95%



13,54 heures de formation par salarié en moyenne sur l'année

FAITS MARQUANTS 2018

Priorisation des formations sur les thématiques du management, des nouveaux outils et de l'accompagnement des changements digitaux et réglementaires (Règlement Général sur la Protection des Données, expertises transverses).

Lancement d'un programme pluriannuel de formation au nouvel ERP de la Coopérative.

Participation par des collaborateurs à des formations pilotes du parcours (R)évolution digitale en novembre 2018 pour un déploiement à partir de février 2019.

Création et diffusion de « Transformons », lettre d'information de la communauté managériale de la Coopérative.

Évolution des objectifs dans les entretiens de progrès de la Coopérative.

La distinction a été faite entre les objectifs :

- communs rattachés au projet stratégique
- d'activité rattachée au plan opérationnel
- de développement personnel.

Refonte de l'offre de formation managers pour permettre à chaque manager de construire son parcours de développement au sein d'une offre multimodale e-learning, workshop, formation, etc.

COOPÉRATIVE UP : 15 GROUPES DE MANAGERS POUR OPTIMISER LE MANAGEMENT AU QUOTIDIEN

Pour renforcer sa communauté managériale, la Coopérative a initié une démarche innovante à la suite des trois Journées Managers organisées en 2018. Depuis le mois d'octobre 2018, environ 150 managers se retrouvent une fois par mois par groupe de coopération animés par 15 de leurs pairs. Objectif : échanger entre eux sur les difficultés qu'ils rencontrent et construire ensemble des solutions pour progresser dans leur mission. Quatre mois après le démarrage, 25 sujets avaient déjà été traités et avaient fait l'objet d'autant de plans d'action sur des thématiques telles que la motivation ou la responsabilisation des collaborateurs, l'équilibre entre le management et l'opérationnel, l'organisation du travail au sein de l'équipe ou le travail en transversalité. Cette initiative, qui se poursuivra jusqu'en octobre 2019, peut être dupliquée dans les autres filiales du Groupe.



En juin 2018, j'ai été invitée à participer à un groupe de travail piloté par l'équipe de Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences du Groupe. Je suis ravie de participer à ce travail collaboratif et d'apporter l'expérience acquise chez Up Spain sur ce sujet. À mon avis, il est fondamental pour le Groupe de mettre en évidence nos valeurs et de les traduire en compétences communes. Ces compétences nous serviront à identifier ce que signifie être Up. Cette identification des compétences transversales nous permettra d'accélérer le processus de recrutement, favorisera la mobilité internationale, augmentera notre employabilité et, en plus, nous donnera un cadre d'action pour que chacun d'entre nous connaisse les attentes du Groupe. Pour moi, c'est très enrichissant de partager les divers travaux réalisés par mes collègues de la Coopérative Up, la Turquie, et la Roumanie et voir que nous avançons tous dans la même direction !

Monica TORRES pour les compétences Transverses, DRH Up Spain

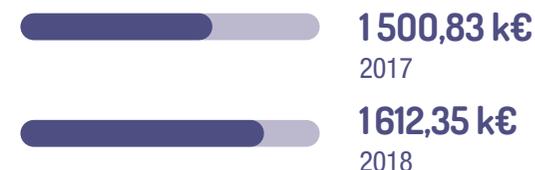
20,20 heures

de formation par salarié formé en moyenne sur l'année

57,97%

de réalisation des entretiens annuels du groupe Up

COÛTS PÉDAGOGIQUES CONSACRÉS À LA FORMATION
Groupe Up





BIEN S'INTÉGRER ET S'ÉPANOUIR GRÂCE AU PARCOURS D'INTÉGRATION :

Le groupe Up se donne les moyens pour que ses nouveaux arrivants et les salariés en mobilité soient accompagnés durant un parcours d'intégration. De nombreux outils sont développés dans ce cadre et permettent aux managers, collaborateurs, assistants et interlocuteurs ressources humaines de faciliter l'intégration du collaborateur aussi bien dans le Groupe qu'à son poste de travail.

L'intégration au sein de la Coopérative Up est composée de plusieurs étapes : du café de bienvenue, aux journées d'intégration en passant par le dispositif « vis ma vie » au cours duquel le collaborateur va directement au contact de clients accompagné d'un commercial.

L'objectif affiché est de permettre au nouvel arrivant de découvrir la culture Up et de développer son sentiment d'appartenance, conditions indispensables pour qu'il puisse révéler son potentiel et développer ses compétences.

Un portail d'intégration facilitant le déroulement et le suivi des premiers mois en entreprise d'un nouvel arrivant est disponible sur l'intranet en français, espagnol, turc, roumain et tchèque pour que le parcours d'intégration soit déployé le plus largement possible dans le Groupe.

“

En 2018, le groupe Up a affirmé que la transformation devait notamment passer par l'accompagnement des salariés. La politique mise en œuvre avait dès lors tout son sens pour faire évoluer les compétences et ainsi garantir l'employabilité de chacun. Les enjeux 2019 de la Direction des Ressources Humaines Groupe et Engagement des Salariés sont dans la continuité et le renforcement de ce qui a été initié. Dans un premier temps, il s'agit de s'appuyer sur une structure managériale à l'esprit entrepreneurial. Pour cela, il est nécessaire de clarifier le rôle du Manager, de développer ses compétences et de l'accompagner dans ses progrès et sa performance.

Puis, il est indispensable de disposer de « talents » au sein du Groupe. Mieux anticiper les ressources, mieux les attirer et les recruter, mieux accompagner les évolutions et adapter nos systèmes de rémunération. Autant d'enjeux qui devront permettre une gestion de Talents porteurs de la transformation.

Enfin, l'engagement de chacun est indispensable. Que nous soyons sociétaire, salarié, en France, au Brésil, en Slovaquie, ou dans tout autre pays, nous devons tous nous engager à notre niveau pour contribuer à la transformation du Groupe.

Audrey RICHARD, Directrice des Ressources Humaines et Engagement des Salariés, Groupe Up

Le groupe Up engagé pour ses salariés



Les accords collectifs

Inscrite dans le projet stratégique du Groupe, la promotion du dialogue social s'est concrétisée par 16 nouveaux accords collectifs en 2018. Les 11 accords négociés en France et les 5 dans d'autres pays d'implantation du Groupe ont permis de nombreux progrès sociaux sur des thématiques variées telles que la formation, la rémunération, le temps de travail, la santé et la sécurité, la promotion de la diversité, l'égalité professionnelle ou encore la représentation du personnel.

La Coopérative Up, maison-mère du Groupe primée pour son Comité Économique et Social

La Coopérative Up a reçu, le 11 octobre 2018, le Trophée du dialogue social 2018 décerné par l'Observatoire pour un Nouveau Dialogue Social, pour la mise en place de son Comité Économique et Social (CES) et ses caractéristiques innovantes : son organisation autour de 6 sections thématiques fonctionnant comme des groupes de travail, sa composition avec davantage de membres que ne l'exige l'obligation légale, et son fonctionnement dans lequel les suppléants jouent un rôle à part entière.

Conditions de travail des collaborateurs

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 filiales du Groupe pour optimiser la qualité de vie au travail.

En France, à l'occasion de la Semaine de la Qualité de Vie au Travail, deux ergonomes ont apporté des conseils personnalisés pour installer le plus confortablement possible les différentes parties d'un poste de travail. En partenariat avec l'Agence Nationale pour l'Amélioration des Conditions de Travail (Anact), un moment d'échanges a été organisé sur le thème « impacts de la transformation des entreprises sur la qualité de vie des salariés et le dialogue en entreprise ».

Up Romania a conçu de nouveaux espaces dédiés aux salariés autour d'espaces modernes comprenant une zone pour le déjeuner et une autre consacrée à la socialisation, l'interaction et la relaxation.

Au Mexique, Up Sí Vale, pour la quatrième année consécutive, a reçu la certification « Empresa Socialmente Responsable - ESR® » (entreprise socialement responsable), qui récompense les entreprises contribuant activement à l'amélioration de leur environnement économique, social et environnemental.

Un engagement renouvelé en matière de diversité

TAUX D'EMPLOI GLOBAL DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP EN FRANCE



POUR LA COOPÉRATIVE UP EN 2018

5,56%

Objectifs sur 3 ans (2017-2019)

4% de collaborateurs en situation de handicap en 2019

7% d'augmentation annuelle des achats réalisés auprès du secteur adapté et protégé

Mesures en faveur des personnes en situation de handicap

En France

Depuis 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. Cet accord vise à faciliter le recrutement et le maintien dans l'emploi des salariés en situation de handicap sur la période 2017-2019. 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, à l'époque, sur le périmètre des activités titres en France. Le taux d'emploi global visé à la fin de l'accord est de 4%. L'objectif est également d'augmenter de 5% à 7% les achats réalisés avec le secteur protégé et adapté. Un contrat de prestations de services avec l'établissement adapté Handicall, spécialisé dans la réception d'appels téléphoniques, a notamment été signé.

À l'international

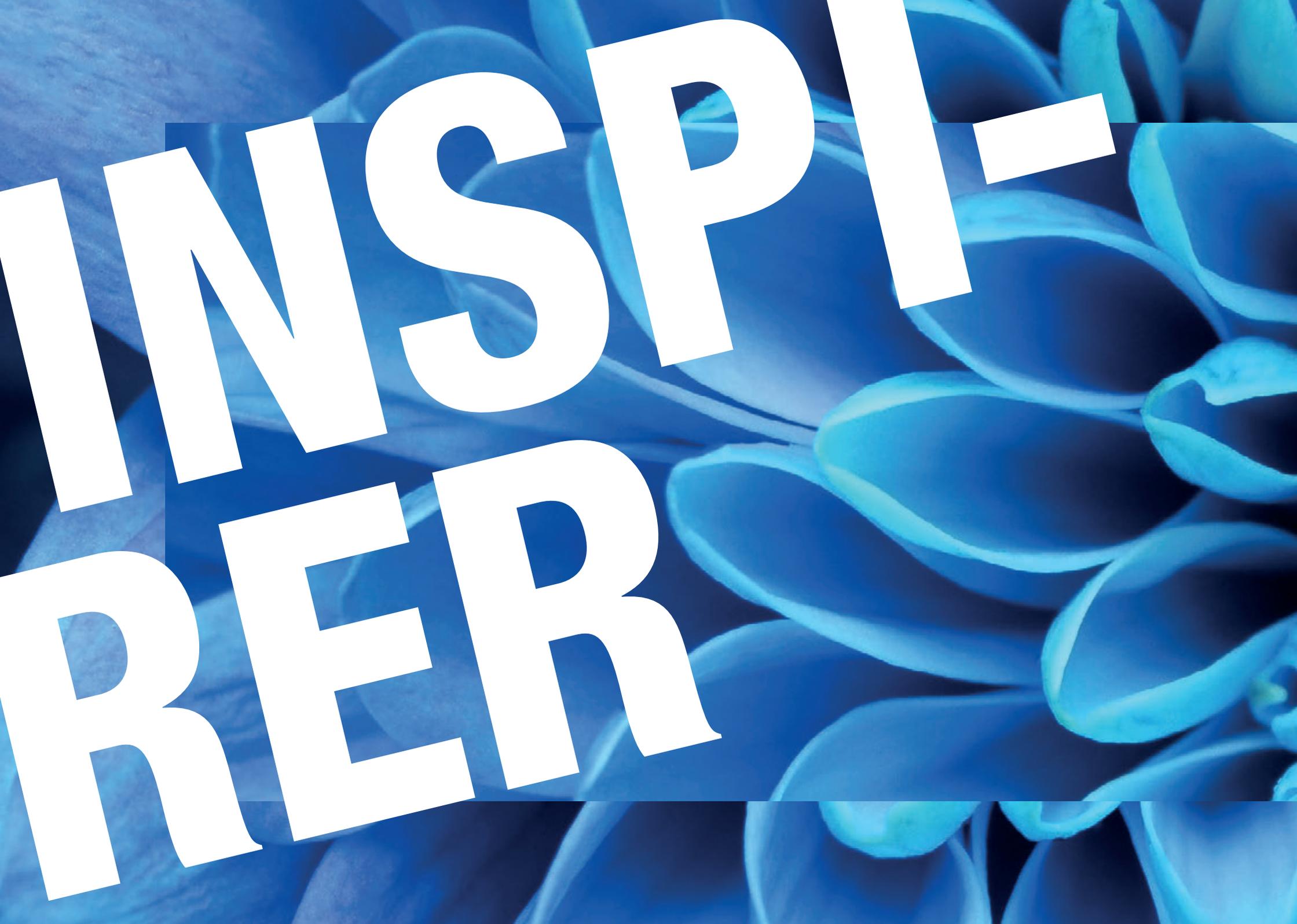
À l'occasion de la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées, le groupe Up a choisi d'aborder le sujet du handicap sous l'angle de la compétence qui prime sur la différence. Un challenge « Starmatch » a permis aux salariés du Groupe de tester leurs connaissances en associant le plus rapidement possible les personnes célèbres à leur handicap.

Mesures en faveur de l'égalité professionnelle et de la mixité

La Coopérative Up a signé en décembre 2018 un accord relatif à l'égalité professionnelle et à la qualité de vie au travail d'une durée de 3 ans, qui présente des dispositifs concrets autour de cinq domaines d'actions : le recrutement, la promotion professionnelle, la rémunération et la qualité de vie au travail, la parentalité.

Dans le cadre de ses dispositifs de conciliation vie personnelle et vie professionnelle, Up a mis en place une application collaborative de garde d'enfants auprès des collaborateurs français et belges du Groupe dont le coût de l'abonnement est pris en charge par l'entreprise.

Un travail a été initié en 2018 pour préparer le renouvellement du Conseil d'Administration du Groupe qui aura lieu en juin 2019. Dans ce cadre, des ateliers participatifs ont été menés avec les salariés sociétaires pour encourager la mixité au sein du Conseil d'Administration et se conformer à la Loi Copé-Zimmermann. Up a fait le choix audacieux d'inclure cette question dans ses statuts en intégrant une notion de conformité pour le bulletin de vote, qui devra donc respecter une proportion entre 40% et 60% pour chacun des deux genres.



INSPIRE

RE



PROGRAMME
SOCIÉTAL

ANIMER LA POLITIQUE DE MÉCÉNAT

ET MOBILISER LES RESSOURCES HUMAINES
ET FINANCIÈRES ADÉQUATES

/01

Contexte

Lancée en 2017, « Impulse » est la politique de mécénat du groupe Up. Elle illustre et concrétise « le pouvoir d’agir ensemble », par lequel Up affirme son engagement au service de l’intérêt général et sa volonté de contribuer à améliorer le quotidien du plus grand nombre, dans un objectif de progrès social et d’impact dans les territoires.

Source d’enrichissement de l’identité du Groupe, sans visée commerciale, son mécénat complète ses actions sociétales (sponsoring et partenariats en lien avec l’intérêt général) qui contribuent directement à son développement économique et à sa notoriété.

/02

Politique

Le pouvoir d'agir est le lien qui nous rassemble, nous rassemble et nous unit profondément à la Société.

La politique de mécénat du groupe Up contribue à créer du lien social afin de lutter contre l'exclusion des personnes « invisibles » (personnes en marge de la société, isolées ou dépendantes). Elle vise à leur redonner accès à ce qui est essentiel pour s'épanouir librement dans la société, en soutenant des projets dans la durée (3 ans minimum), dans 4 grands domaines d'action :

L'alimentation comme vecteur de lien social. Projets visant à protéger et à promouvoir les moyens d'existence des populations fragiles afin qu'elles puissent pourvoir durablement à leurs besoins alimentaires.

Le logement pour construire son projet de vie. Projets visant à créer du lien au cœur des lieux de vie en communauté (quartiers, foyers...) par la promotion d'activités menées pour et avec les bénéficiaires.

La santé pour vivre en harmonie avec soi et les autres. Projets visant à faciliter le quotidien et l'épanouissement des patients et de leur entourage.

L'éducation et la culture pour comprendre le monde et le rôle qu'on y joue. Projets visant à prévenir et lutter contre l'illettrisme et le décrochage scolaire, à donner accès à l'éducation culturelle et artistique.

/03

Plan d'action

Piloter la Fondation et faire converger les acteurs du Groupe vers la politique mécénat Impulse : sensibilisation des filiales sur les 6 clés de réussite Impulse (une ambition collective partagée, l'implication de tout un groupe, l'engagement sur la durée, la proximité renforcée avec les porteurs de projet, l'évaluation précise de l'impact et l'échange permanent avec l'ESS) ; déploiement et coordination d'un processus de gestion du mécénat commun dans tous les pays.

Fédérer et faire participer l'ensemble des acteurs de l'écosystème mécénat Up : mobilisation et implication de tous les acteurs de l'écosystème mécénat, de la gouvernance aux acteurs de terrain : Conseil d'Administration de la Fondation Up, structures de l'Économie Sociale et Solidaire, communauté des référents mécénat groupe Up (24 salariés), collaborateurs du Groupe, salariés mis à disposition de la Fondation Up ; déploiement et animation de dispositifs favorisant l'implication des salariés (arrondi sur salaire, collectes de dons matériels, participation à des courses/missions solidaires, etc.).

Valoriser le mécénat du groupe Up au service des territoires et des projets soutenus : communication dédiée pour renforcer la visibilité du mécénat Up et des projets soutenus (@FondationUp sur Twitter, Fondation Up sur Facebook, fondation-up.org) ; sensibilisation des filiales aux règles de communication du mécénat Impulse.

Identifier et évaluer l'impact sociétal des projets soutenus par le groupe Up : obligation de suivi et d'engagement avec les projets soutenus (deux temps de suivi et d'échanges avec les porteurs de projet au minimum par an, visites sur le terrain, évaluation de l'impact des actions menées...) sur toute la durée de l'accompagnement ; reporting, analyse et valorisation de l'impact sociétal de l'ensemble des actions du groupe Up dans le champ de la solidarité (mécénat Impulse, mécénat traditionnel, actions sociétales).

RÉSULTATS



Le mécénat Impulse rayonne dans le monde



5 pays engagés en 2017

Espagne, France, Italie, République tchèque, Roumanie



10 pays engagés en 2018 (+50%) :

Belgique, Bulgarie, Mexique, Slovaquie et Turquie



Objectif 2022 : 100% du groupe Up en 2022

FAITS MARQUANTS 2018



34 projets d'intérêt général distincts ont été accompagnés en mécénat Impulse par 14 entités du Groupe dont la Fondation Up.

Ces projets ont reçu 37 financements pour un engagement de 235 704 euros (+4,6 % par rapport à 2017).



Désormais, plus de 43 000 personnes devraient retrouver du pouvoir d'agir à travers le programme de mécénat Impulse du groupe Up, démarré en 2017.



5 nouveaux pays (Belgique, Bulgarie, Mexique, Slovaquie et Turquie) et **1 nouvelle filiale française** (Kalidea) sont engagés dans la politique mécénat Impulse.



254 166 euros ont été engagés exclusivement par la nouvelle Fondation d'entreprise Up* sur sa première année, dont 98 166 euros en 2018. Cela concerne 25 projets.



Finalisation d'une politique visant à renforcer l'engagement des salariés, notamment dans les actions de mécénat Impulse, et dont le déploiement interviendra début 2019 avec la mise en œuvre d'outils dédiés à son animation (par exemple, en France, ouverture d'une plateforme d'engagement sociétal destinée aux collaborateurs). **Aujourd'hui, nous constatons qu'en moyenne, pour chaque action d'intérêt général initiée au sein du groupe Up, 12,4 salariés y ont participé.**



En complément du soutien financier apporté aux projets, les entités du Groupe, les partenaires et les porteurs de projets d'intérêt général ont entamé des réflexions autour du mécénat de temps et/ou de compétences.

* 1^{re} année d'exercice consolidée sur la période du 25 novembre 2017 (création) au 31 décembre 2018.



Notre filiale est fière de permettre aux enfants et aux mères victimes de violences conjugales de retourner à la vie normale, en soutenant le projet de ROSA. Nous constatons l'évolution comportementale des enfants qui abandonnent la violence, apprennent à communiquer avec leur mère, et progressent ensemble, avec d'autres enfants.

Veronika SATANKOVA, Référente mécénat, Up Česká Republika



Up Monizze est engagé dans la politique de mécénat Impulse du Groupe. Une grande première pour nous ! Nous soutenons pendant 3 ans « Bibliothèques Sans Frontières » en Belgique afin d'enrichir une plateforme gratuite d'apprentissages éducatifs. Le partage et la transmission du savoir sont au cœur de nos préoccupations.

Nadège FOCCART, Référente mécénat, Up Monizze



MÉCÉNAT IMPULSE

Redonner du pouvoir d'agir aux invisibles. Engagement sur 3 ans minimum, sans visée commerciale ni contrepartie, pour soutenir des actions menées dans 4 domaines : l'alimentation, le logement, la santé, l'éducation/culture



MÉCÉNAT HORS IMPULSE

Soutien ponctuel accordé sans contrepartie à des organisations d'intérêt général pour répondre, par exemple, à des situations d'urgence, des événements climatiques, un soutien auprès d'une population ou d'une cause spécifique.



ACTIONS SOCIÉTALES

Partenariats, actions de sponsoring conventionnés entre le groupe Up et des acteurs du champ de la solidarité (associations, fondations, etc.) avec recherche d'une contrepartie directe à l'action menée (image, notoriété, intérêt commercial, par exemple).

LUTTE CONTRE LA PRÉCARITÉ ALIMENTAIRE

Le mécénat du groupe Up contribue à lutter contre la précarité alimentaire, comme en témoignent les 4 projets collectifs accompagnés à compter de 2018 par la Fondation Up et d'autres filiales du Groupe. Ces projets s'inscrivent, au-delà de la lutte contre la précarité alimentaire, dans une dimension innovante sur le plan social et contribuent à une transition alimentaire plus responsable. Les Colverts en France (soutenu par Cityzen), Les Anges Gardins en France (soutenu par la Fondation Up), la Tablée des chefs en France, (soutenue par la Fondation Up, Cityzen et CEV), Nutre a un Nino au Mexique, (soutenu par la Fondation Up et Up Sí Vale), au-delà de l'objectif premier de bien nourrir des personnes en situation de précarité, visent à promouvoir la lutte contre le gaspillage alimentaire et l'autonomie des populations.

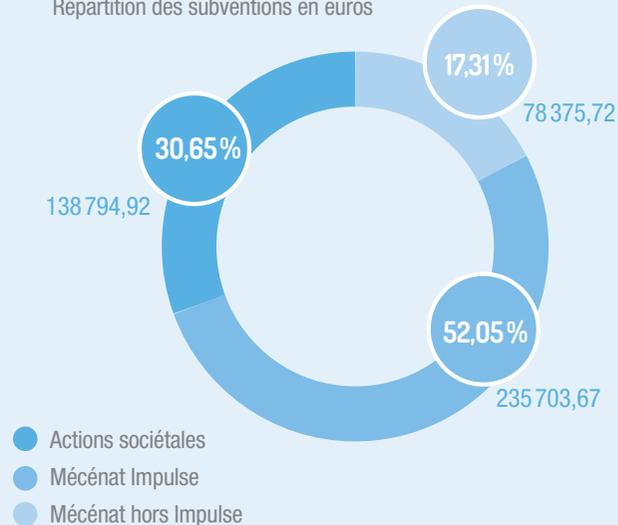
Ces projets à forte implantation territoriale s'inscrivent dans une dimension environnementale, sociale, culturelle et pédagogique. Les acteurs des structures accompagnées mettent ainsi en avant la multiplicité de leurs objectifs comme facteur clé de leur réussite et favorisent un projet qualitatif, en s'appuyant sur l'idée que le soutien apporté dans le domaine de l'alimentation doit être digne, utile et durable, au lieu d'apporter uniquement une assistance alimentaire quantitative de courte durée.



La mission de référent mécénat me permet de participer à la contribution du Groupe pour rendre le monde meilleur, que ce soit en soutenant un projet ou en éveillant les consciences, par l'incitation des collaborateurs à s'engager.

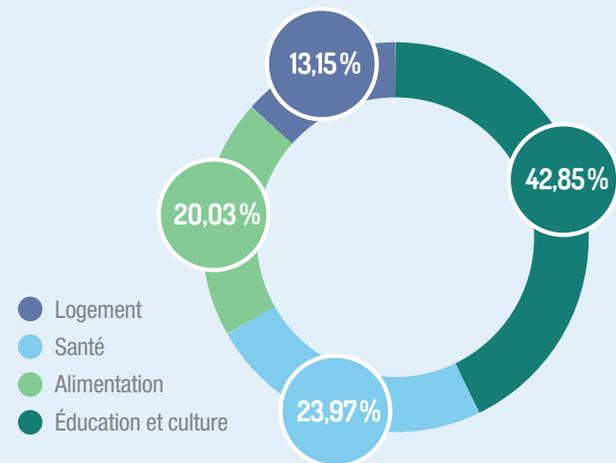
Chahid NAFÉA, Référent mécénat Kalidea (France).

LE MÉCÉNAT IMPULSE DEVIENT LE PREMIER LEVIER DE SOLIDARITÉ!
Répartition des subventions en euros



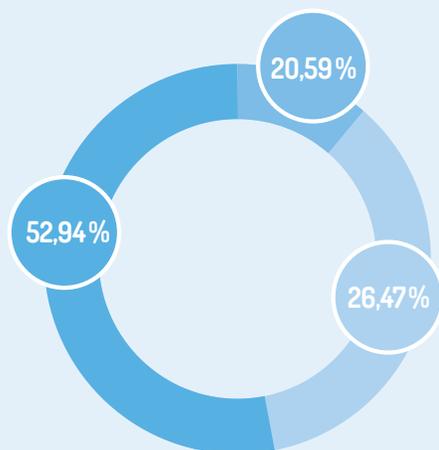
Objectif : + de 50 % de l'engagement financier doit correspondre à du mécénat Impulse dès 2018

LE POIDS DU MÉCÉNAT IMPULSE PAR DOMAINE D'ACTION
Répartition des subventions accordées en euros.



COMMENT SONT FINANCÉS LES PROJETS DE MÉCÉNAT IMPULSE?

Répartition des projets / acteurs Up financeurs 2018



- Fondation + filiales
- Fondation
- Filiales

52,94 %

des projets sont financés par une ou plusieurs filiales en partenariat avec la Fondation, une complémentarité qui permet d'engager le mécénat avec assurance, porté par les moyens et l'expérience de la fondation.

26,47 %

des projets sont financés par une ou plusieurs filiale(s) indépendamment de la Fondation, signe d'une ambition mécénat portée localement au sein du Groupe.

L'ARRONDI SUR SALAIRE S'ÉLARGIT AU SEIN DU GROUPE UP

Filiales	Montant collecté en euros	Nombre de salariés donateurs	Nombre de structures bénéficiaires
Coopérative Up	7 798	302	4
Up Česká Republika	1 693	22	1
Up Spain	3 743	29	4
Up Day (Italie)	880	74	2
Total	14 114	427	11

4 PAYS
PRATIQUENT L'ARRONDI
SUR SALAIRE EN 2018

12% DES SALARIÉS
DU GROUPE UP PRATIQUENT L'ARRONDI
SUR SALAIRE DANS LE MONDE

**Objectif : 5 filiales en 2019
et 50 % des filiales
du groupe Up en 2022**

78 376 €

ont été engagés en mécénat hors Impulse dont **73 %** convergent avec les 4 domaines d'action Impulse, pour **34 actions soutenues dans 10 pays**, notamment au Brésil et en Pologne.

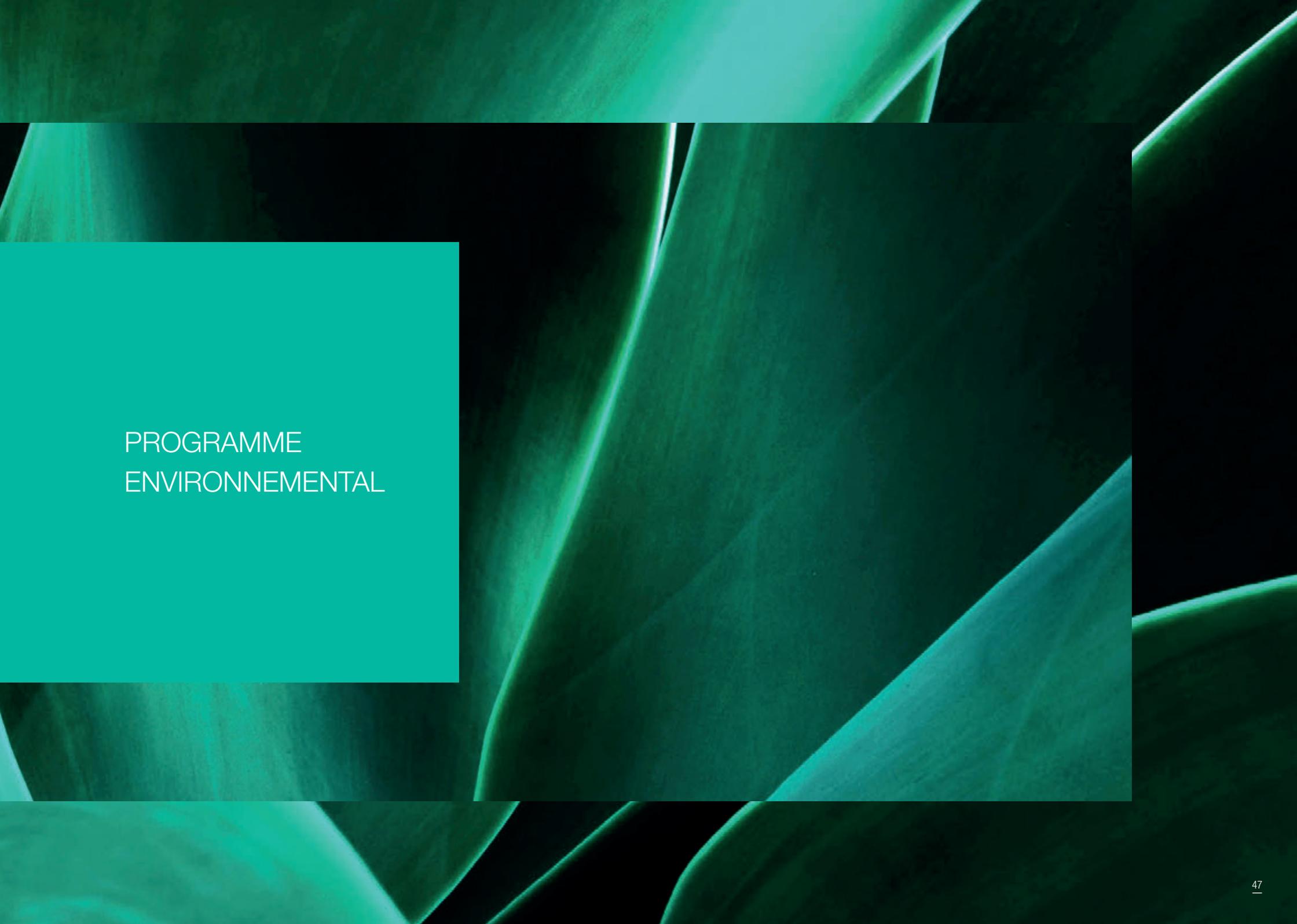
138 495 €

ont été engagés en actions sociétales dont **65 %** convergent avec les 4 domaines d'action Impulse, pour **64 actions soutenues dans 10 pays**, notamment en Tunisie.





**PRE-
SERVER**

The background of the slide is a vibrant teal color with abstract, overlapping leaf-like shapes that create a sense of depth and movement. The leaves are rendered in various shades of teal, from light to dark, and their edges are soft and blurred, giving the overall composition a natural and organic feel.

PROGRAMME
ENVIRONNEMENTAL

LUTTER CONTRE LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE

EN MOBILISANT DES MOYENS COLLECTIFS ET
EN ENCOURAGEANT LES INITIATIVES INDIVIDUELLES

/01

Contexte

Conscient de son rôle dans la transition écologique, Up s'engage à agir en prenant en compte et en réduisant l'impact environnemental de ses produits et activités.

Adhérent du Pacte Mondial des Nations Unies, le Groupe vise notamment la compensation intégrale de son empreinte carbone à moyen terme.

Pour atteindre cette ambition et préserver la planète au bénéfice des générations futures, il mobilise des moyens via des plans d'actions définis avec les filiales, sensibilise ses collaborateurs et les encourage à agir.

02

Politique

La Politique environnementale du groupe Up, formalisée en 2018, vise à réduire l'impact environnemental du Groupe par la mise en œuvre d'actions concrètes de réduction. Elle guide l'action des filiales, dans l'ensemble de nos pays d'implantation, et intègre le périmètre interne et les parties prenantes externes (clients, bénéficiaires, fournisseurs...). 5 axes de mobilisation ont été identifiés :

Agir sur nos approvisionnements en matière première.

Stimuler la réduction des déchets.

Réduire l'impact environnemental de nos déplacements.

Agir sur nos consommations d'énergie.

Agir sur l'impact de notre activité au travers des produits et services plus durables proposés à nos clients, d'actions de sensibilisation et d'accompagnement auprès des bénéficiaires.

/03

Plan d'action 2018 / 2019

Mesurer l'empreinte carbone

Collecter les données relatives aux différents postes d'émissions, calculer les émissions carbone correspondantes. L'évaluation des principaux postes d'émissions permet par la suite de mieux cibler les actions à mettre en œuvre.

Réduire l'empreinte carbone

Définir et mettre en place des actions de réduction locale en s'appuyant sur les 5 axes de mobilisation. La déclinaison de la Politique Environnementale en plan d'actions est pilotée par les Directions Générales de filiale en s'appuyant sur la communauté des correspondants environnementaux locaux.

Compenser l'empreinte carbone

Encourager l'engagement volontaire des filiales à soutenir des projets sociétaux dans les pays en voie de développement afin de compenser leurs émissions résiduelles. Les projets choisis apportent de nombreux co-bénéfices sociaux et environnementaux et contribuent aux Objectifs de Développement Durable.

Sensibiliser les salariés

Suivre et analyser les consommations (papier, électricité, carburant), communiquer sur les résultats, sur les actions et bonnes pratiques à mettre en œuvre. Les filiales proposent également des actions de mobilisation et encouragent les initiatives environnementales des collaborateurs.

RÉSULTATS



10 filiales supplémentaires ont été embarquées dans la mesure de leur empreinte carbone



La part d'énergie renouvelable dans l'approvisionnement en électricité des sièges sociaux de 8,9% en 2017 à 77,2% en 2018



Pour la première année, les émissions carbone des principales sociétés françaises ont été compensées

FAITS MARQUANTS 2018



Compensation de notre empreinte carbone

Pour compenser l'empreinte carbone des principales filiales françaises, Up s'est engagé à investir, pendant 5 ans, dans 3 projets internationaux : **Jatoba (Brésil)**, préservation de sites forestiers d'Amazonie ; **MejoStoves (Mexique)**, limitation de la déforestation et des maladies respiratoires par la mise à disposition de foyers améliorés ; **Balikesir Wind (Turquie)**, participation au plan national d'amélioration du mix énergétique en co-finançant des projets éoliens.



Zéro papier pour l'Écochèque by Up Monizze

Up Monizze est le seul émetteur belge à proposer l'Écochèque uniquement sous forme dématérialisée. **Ce dispositif extra-légal permet d'augmenter le pouvoir d'achat des salariés et favorise les achats « verts »**. Une étude en Belgique* a montré qu'environ la moitié des consommateurs trouvent les produits écologiques chers et indiquent que des incitations financières (telles que des écochèques) sont nécessaires pour modifier leur comportement.

*Étude Uttaselt



Des collaborateurs engagés

Au Brésil, au Mexique, en Slovaquie et en Tunisie, **55 salariés volontaires ont participé à des opérations de ramassage de déchets** dans le cadre du World Clean Up Day, un mouvement mondial citoyen qui vise à faire changer les comportements au travers d'actions de nettoyage.



Stop au gâchis !

En Italie, Up Day a lancé l'application « Last Minute sotto casa ». **Cette solution, désormais détenue à 100% par la filiale, réduit le gaspillage alimentaire en mettant en relation plus de 1 000 affiliés ayant des produits arrivant à échéance et plus de 70 000 consommateurs**. Sur les 10 premiers mois de l'année, près de 10 tonnes de denrées ont ainsi été écoulées. En Belgique également Up Monizze s'est associé à Too Good To Go pour proposer dès 2019 un service permettant aux commerçants de vendre les invendus du jour sous forme de « panier surprise » à prix cassé.



Projet MejoStoves

Projet Jatoba

New trees
for new life



Projet
Balikesir Wind

55

salariés volontaires ont participé à des opérations de ramassage de déchets dans le cadre du World Clean Up Day

70 000

consommateurs sur l'application
Last Minute sotto casa

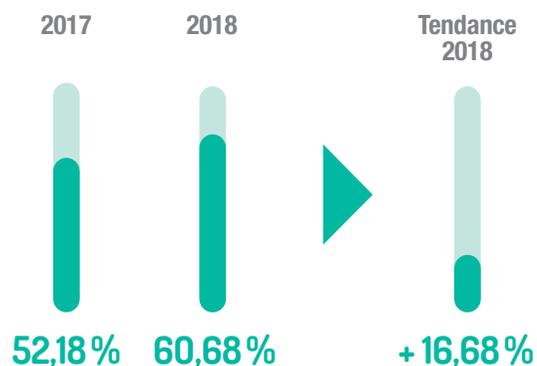


1 189 tonnes

Le volume de papier nécessaire à la production des titres papier du Groupe est de 1 189 tonnes en diminution de 7,5 % par rapport à 2017.

PART DE PAPIER PRODUCTION ISSU DE FORÊTS DURABLEMENT GÉRÉES*

* certifié PEFC ou FSC



DÉFINITION

PEFC/FSC

Les certifications PEFC et FSC permettent d'assurer un accès pérenne au bois en garantissant la gestion durable des forêts et le respect de ceux qui y travaillent.



Plusieurs actions de mobilisation ont été proposées aux collaborateurs afin de les sensibiliser aux enjeux environnementaux notamment à travers des mobilisations internationales (Semaine européenne du développement durable, Semaine européenne de réduction des déchets et le World Clean Up Day)



43 %

C'est la part des produits dématérialisés dans les émissions Groupe.



Up en France est neutre en carbone en compensant ses émissions résiduelles de façon volontaire par le soutien à des projets à forts bénéfices sociaux et environnementaux, certifiés par des standards reconnus internationalement. Nous contribuons ainsi aux Objectifs de Développement Durable des Nations Unies.

Arnaud BREUIL
Responsable département Écosystème et Engagements, groupe Up



15

filiales ont réalisé un bilan carbone sur les données 2017



3

filiales certifiées ISO 14001
(Coopérative Up + Up Day + Up Romania)



DÉFINITION

ISO 14001

La norme ISO 14001 est une norme internationale dont l'objectif principal est d'aider un organisme à connaître puis à maîtriser les impacts environnementaux de ses activités et à assurer une amélioration continue de ses performances.

“

Quand nous avons lancé en 2017 le projet « New Trees for New Life » visant à planter 100 000 arbres en 5 ans dans une zone dont l'environnement est très dégradé, Up Romania a été le premier partenaire à s'engager à nos côtés. Au-delà du soutien financier et du savoir-faire que nous apporte l'entreprise, nous avons énormément appris de leurs équipes qui sont toujours à l'écoute, disponibles et professionnelles. En 2018, nous avons naturellement sollicité Up Roumanie pour concourir, ensemble, au Prix de la Chambre de Commerce et d'Industrie Française en Roumanie. Et c'est avec une grande satisfaction que je suis monté sur scène avec Elena Pap, Directrice Générale de Up Romania, pour recevoir le Prix Coup de Cœur du jury. Nous souhaitons et nous serons très honorés de pouvoir poursuivre notre collaboration et remercions Up Romania du fond du cœur pour son soutien extraordinaire.

Daniel Enachescu, Président de l'association Se Poate (Roumanie).

ENTRE COOPÉRATIVES, LE COURANT PASSE

Après avoir choisi Enercoop en 2017 comme fournisseur d'électricité pour la majorité de ses établissements en France, Up a décidé de soutenir à long terme cette coopérative pionnière de l'électricité 100 % renouvelable en France. En avril 2018, le Groupe a décidé d'entrer au capital de l'entreprise en souscrivant pour 200 000 euros de parts sociales. Ce partenariat entre deux acteurs majeurs de l'Économie Sociale et Solidaire s'est également concrétisé par une offre destinée aux collaborateurs du Groupe afin de les encourager à choisir à leur tour Enercoop à titre individuel. Cela leur permet d'opter pour un autre modèle énergétique, écologique et durable, qui redonne les clés de l'énergie aux citoyens en soutenant près de 200 producteurs locaux et indépendants.

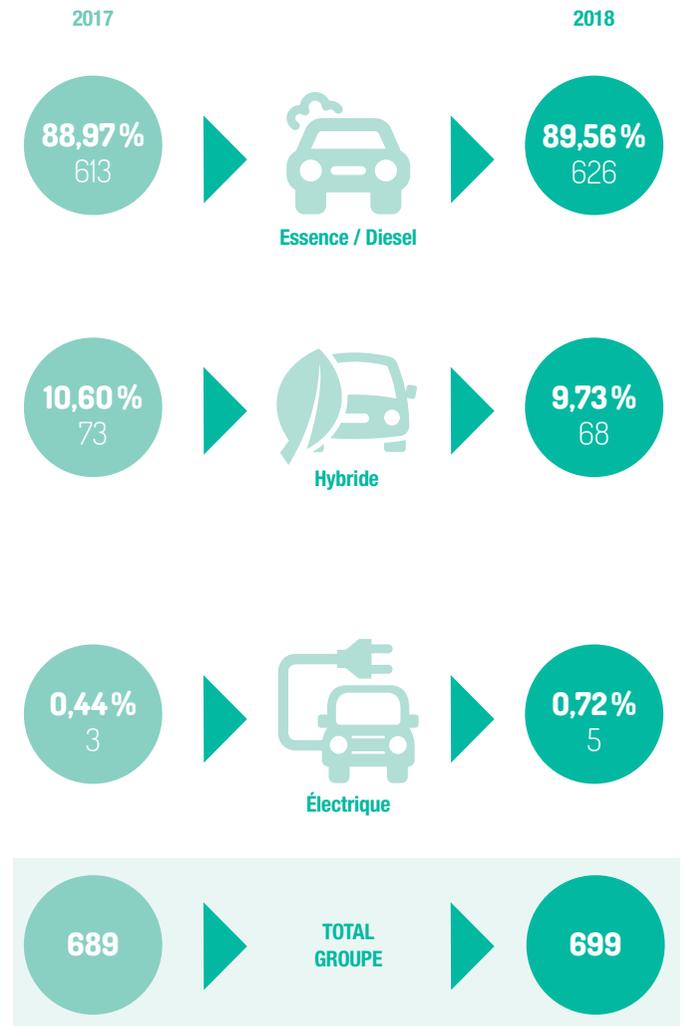
8487317 kWh

La consommation d'électricité des sièges sociaux du Groupe en 2018.

PARTS DES ÉNERGIES RENOUVELABLES DANS LA CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ DES SIÈGES SOCIAUX



RÉPARTITION DES VÉHICULES PAR MOTORISATION



Rapport de l'organisme tiers indépendant (OTI) relatif à la vérification des informations sociales, environnementales et sociétales figurant dans le rapport de gestion

Aux sociétaires,

En notre qualité d'organisme tiers indépendant, accrédité par le COFRAC sous le numéro 3-1 103 (dont la portée est disponible sur le site www.cofrac.fr), nous vous présentons notre rapport sur la déclaration de performance extra-financière relative à l'exercice clos le 31/12/2018 (ci-après la « Déclaration »), présentée dans le rapport de gestion en application des dispositions légales et réglementaires des articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du code de commerce.

Responsabilité de l'entité

Il appartient au Conseil d'Administration d'établir une Déclaration conforme aux dispositions légales et réglementaires, incluant une présentation du modèle d'affaires, une description des principaux risques extra-financiers, une présentation des politiques appliquées au regard de ces risques ainsi que les résultats de ces politiques, incluant des indicateurs clés de performance. La Déclaration a été établie en appliquant les procédures de l'entité, (ci-après le « Référentiel ») dont les éléments significatifs sont présentés dans la Déclaration.

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. 822-11-3 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, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur :

- la conformité de la Déclaration aux dispositions prévues à l'article R.225-105 du code de commerce ;
- la sincérité des informations fournies en application du 3° du I et du II de l'article R.225-105 du code de commerce, à savoir les résultats des politiques, incluant des indicateurs clés de performance, et les actions, relatifs aux principaux risques, ci-après les « Informations ».

Il ne nous appartient pas en revanche de nous prononcer sur :

- le respect par l'entité des autres dispositions légales et réglementaires applicables, notamment, en matière de plan de vigilance et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale ;
- la conformité des produits et services aux réglementations applicables.

Nature et étendue des travaux

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions des articles A.225-1 et suivants du code de commerce déterminant les modalités dans lesquelles l'organisme tiers indépendant conduit sa mission et selon la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention.

Nous avons mené des travaux nous permettant d'apprécier la conformité de la Déclaration aux dispositions réglementaires et la sincérité des Informations :

- nous avons pris connaissance de l'activité de l'ensemble des entreprises incluses dans le périmètre de consolidation, de l'exposé des principaux risques sociaux et environnementaux liés à cette activité, et, le cas échéant, de ses effets quant au respect des droits de l'homme et à la lutte contre la corruption et l'évasion fiscale ainsi que des politiques qui en découlent et de leurs résultats ;

- nous avons apprécié le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre chaque catégorie d'information prévue au III de l'article L. 225-102-1 en matière sociale et environnementale ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et les principaux risques liés à l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation, y compris, lorsque cela s'avère pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d'affaires, ses produits ou ses services ainsi que les politiques, les actions et les résultats, incluant des indicateurs clés de performance ;
- nous avons vérifié, lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques ou des politiques présentés, que la Déclaration présente les informations prévues au II de l'article R.225-105 ;
- nous avons apprécié le processus de sélection et de validation des principaux risques ;
- nous nous sommes enquis de l'existence de procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par l'entité ;
- nous avons apprécié la cohérence des résultats et des indicateurs clés de performance retenus au regard des principaux risques et politiques présentés ;

- nous avons vérifié que la Déclaration comprend une explication claire et motivée des raisons justifiant l'absence de politique concernant un ou plusieurs de ces risques ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre le périmètre consolidé, à savoir l'ensemble des entreprises incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l'article L. 233-16 avec les limites précisées dans la Déclaration ;
- nous avons apprécié le processus de collecte mis en place par l'entité visant à l'exhaustivité et à la sincérité des Informations ;
- nous avons mis en œuvre pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considérés les plus importants⁽¹⁾ :
 - des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions sur la totalité des données du Groupe ;
 - des tests de détail sur la base de sondages, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés au niveau de la maison-mère (Coopérative Up) et des filiales italienne, roumaine, mexicaine et une filiale française couvrant ainsi 36,34 % des effectifs consolidés du Groupe ;
- nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour corroborer les informations qualitatives (actions et

résultats) que nous avons considérées les plus importantes ;

- nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de l'ensemble des entreprises incluses dans le périmètre de consolidation.

Nous estimons que les travaux que nous avons menés 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.

Moyens et ressources⁽¹⁾

Nos travaux ont mobilisé les compétences de 4 personnes et se sont déroulés entre les mois d'octobre 2018 et d'avril 2019 sur une durée totale d'intervention d'environ 13 semaines.

Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de nos travaux, à nos spécialistes en matière de développement durable et de responsabilité sociétale.

Nous avons mené quinze entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration 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.

Nous avons procédé à des entretiens avec la maison-mère (Coopérative Up) et 4 filiales du groupe Up, à savoir Kalidea, Up Day (Italie), Up Romania et Up Sí Vale (Mexique).

Conclusion

Sur la base de nos travaux, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que la déclaration de performance extra-financière est conforme aux dispositions réglementaires applicables et que les Informations, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément au Référentiel.

Fait à Niort, le 18 avril 2019

L'ORGANISME TIERS INDÉPENDANT
GROUPE Y Audit



Arnaud MOYON
Associé Département
Développement Durable

⁽¹⁾ **Informations sociales** : Données chiffrées liées à la formation : part des managers formés au management, taux d'accès à la formation, nombre d'heures de formation par salarié en moyenne sur l'année, coûts pédagogiques consacrés à la formation, taux de réalisation des entretiens annuels. **Informations environnementales** : Consommation papier, mix énergétique. **Informations sociétales** : Nombre de projets soutenus, répartition des subventions, le poids du mécénat Impulse par domaine d'action, arrondi sur salaire Coopérative Up et Up Day (Italie). **Informations gouvernance** : Mise en conformité RGPD, certifications, la promotion de l'éthique et la lutte contre la fraude et la corruption.



SIÈGE SOCIAL GROUPE UP
27-29 avenue des Louvresses
92230 Gennevilliers - France

UP.COOP