

# INFLUENCER LE COMPORTEMENT DU SHOPPER



COMMUNICATION SUR LE PROGRÈS 2016



INTELLIGENT MARKETING SOLUTIONS



## ■ Historique de la démarche RSE chez HighCo

Depuis fin 2009, le Groupe a engagé une démarche visant à mettre en place une stratégie RSE (Responsabilité Sociétale d'Entreprise) cohérente avec ses enjeux stratégiques et les attentes de ses parties prenantes.

Cette démarche doit permettre de mieux anticiper les attentes des consommateurs, de plus en plus attentifs à l'amélioration de la Société et de son environnement, et d'intégrer les différentes évolutions de la réglementation relatives aux obligations de transparence des entreprises en matière sociale, sociétale et environnementale.

Les problématiques RSE sont notamment abordées en Comité d'audit. L'objectif reste de définir les grandes orientations RSE du Groupe, mettre en place la stratégie adéquate, puis la piloter à court et moyen termes au moyen d'indicateurs clés de performance.

Les efforts du Groupe en termes de transparence et d'efficacité sur sa stratégie RSE ont à nouveau été récompensés par l'appartenance, pour la 6<sup>ème</sup> année consécutive, au Gaïa Index. Créé en 2009, l'indice Gaïa suit 230 ETI cotées françaises sur la transparence et la performance ESG (Environnement, Social et Gouvernance) puis sélectionne chaque année les 70 meilleures d'entre elles. En 2015, HighCo est fier d'avoir reçu le 1<sup>er</sup> prix du classement Gaïa parmi les entreprises réalisant un chiffre d'affaires inférieur à 150 M€, tous secteurs confondus.

Par ailleurs, HighCo adhère au Pacte Mondial des Nations Unies (« Global Compact ») depuis 2014, confirmant ainsi sa démarche volontaire de progrès continu en matière d'intégration de la RSE. A travers ses 10 principes, le Global Compact invite les entreprises à adopter, soutenir et appliquer, dans leur sphère d'influence, un ensemble de valeurs fondamentales dans les domaines des droits de l'homme, des normes internationales du travail et de l'environnement, et de lutte contre la corruption. Par ce rapport, qui constitue sa « Communication sur le Progrès » annuelle, le Président du Directoire renouvelle l'engagement du Groupe envers le Global Compact et ses principes.

## ■ Principes méthodologiques et Référentiel

Depuis plusieurs années, le Groupe présente une information RSE selon le référentiel réglementaire français : décret d'application de la loi Grenelle II de 2012.

L'information attendue par le décret Grenelle II a été organisée de la façon suivante :

- 3 chapitres (social, sociétal et environnemental) ;
- 14 thèmes ;
- 31 indicateurs.

Les informations sont collectées par la holding du Groupe via des questionnaires déclaratifs, complétés tous les ans par les managers des *business units*, et le reporting des ressources humaines. La consolidation des informations est ensuite faite par

la direction administrative et financière, sous forme de tableaux de bord.

L'ensemble des informations RSE est centralisé dans une partie spécifique du rapport de gestion. Une table de concordance des informations demandées par le Code de commerce (articles R. 225-104 et R. 225-105) a été établie en pages 226-227 du rapport annuel 2015. Les informations jugées non pertinentes par le Groupe sont indiquées par la mention « N/A ».

## ■ Périmètre géographique du reporting RSE

Le périmètre du reporting RSE se base sur le périmètre de consolidation au 31 décembre 2015, présenté en page 144 du rapport annuel 2015. Des règles d'exclusion ont été définies :

- Exclusion des sociétés sur lesquelles le Groupe n'a pas le contrôle au sens des articles L.233-1 et L.233-3 du Code de commerce ;
- Exclusion des informations sociétales et environnementales des sociétés dont la contribution est non significative (marge brute inférieure à 0,5 % de la marge brute consolidée et effectif inférieur à 10 salariés sur les deux derniers exercices).

Ainsi, par exemple, la société POS Media (détenue à 48,12 %) est exclue de ce périmètre.

Pour simplifier la lecture des informations, les implantations géographiques du Groupe sont regroupées comme suit :

- France : sociétés à Aix-en-Provence, Lyon (Oullins) et Paris ;
- Benelux : sociétés en Belgique (Asse et Anvers) et au Luxembourg ;
- Autres pays : sociétés en Espagne (Madrid), en Italie (Côme) et au Royaume-Uni (Market Harborough).

Ces zones géographiques ont été retenues pour les besoins de la communication de l'information RSE du Groupe, dès lors que ces regroupements ne nuisent pas à la qualité de l'information présentée. Quand ce n'est pas le cas, un détail par pays est donné.

## 1.1. INFORMATIONS SOCIALES

Depuis 2014, le Groupe communique à ses collaborateurs une politique sociale orientée autour de 4 enjeux :

- La santé et la sécurité ;
- La valorisation des talents ;
- La diversité ;
- La création d'emplois durables.

## Thème n°1 : l'emploi

Les effectifs présentés ci-après ne tiennent pas compte de l'activité spécifique d'animation commerciale et de merchandising en Belgique (correspondant à 52 équivalents temps plein en 2015, contre 45 en 2014) et de la main d'œuvre externe utilisée ponctuellement au Royaume-Uni pour faire face aux hausses d'activité (correspondant à 32 équivalents temps plein en 2015, contre 28 en 2014).

### ■ Évolution des effectifs

Indicateur n°1 : Effectif total, entrées et sorties de l'exercice

Fin 2015, le Groupe compte 728 collaborateurs, contre 718 à fin 2014.

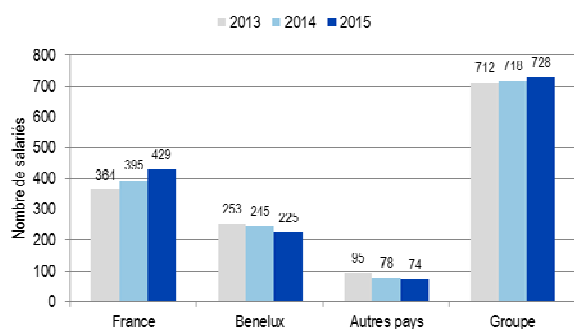
Effectifs au 31/12/2013	712
Acquisitions / cessions filiales ou activités (CDI et CDD)	+ 24
Entrées CDI	+ 73
Sorties CDI	- 97
<b>Solde net CDI</b>	<b>- 3</b>
<b>Solde net CDD</b>	<b>+ 9</b>
Effectifs au 31/12/2014	718
Acquisitions / cessions filiales ou activités (CDI et CDD)	+ 3
Entrées CDI	+ 90
Sorties CDI	- 102
<b>Solde net CDI</b>	<b>- 9</b>
<b>Solde net CDD</b>	<b>+ 19</b>
Effectifs au 31/12/2015	728

En 2015, la variation de « +3 » des effectifs correspond à l'intégration en mars des collaborateurs de High Connexion Italie, en contrats à durée indéterminée.

En 2014, la variation de « +24 » des effectifs correspondait à l'intégration des collaborateurs de la société Milky, incluant 21 contrats à durée indéterminée et 3 contrats à durée déterminée.

### ■ Répartition par zone géographique

Indicateur n°2 : Répartition des salariés par zone géographique



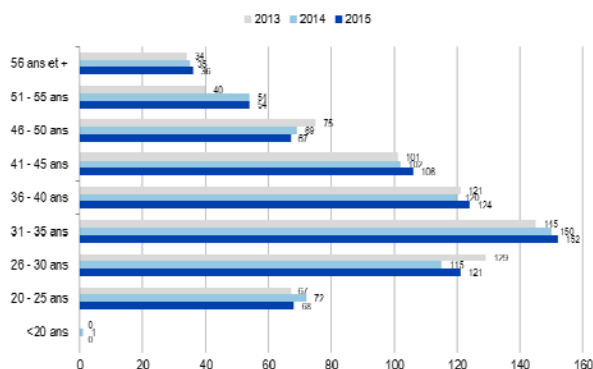
Fin 2015, la France compte 429 collaborateurs, contre 395 à fin 2014, soit 59 % de l'effectif total du Groupe avec deux implantations principales, à Aix-en-Provence et à Paris, et une filiale en région lyonnaise.

L'international représente 41 % des effectifs à fin 2015 avec 299 collaborateurs, contre 323 à fin 2014, répartis dans 5 pays : Belgique, Royaume-Uni, Espagne, Luxembourg et Italie (par ordre d'importance).

### ■ Répartition par âge

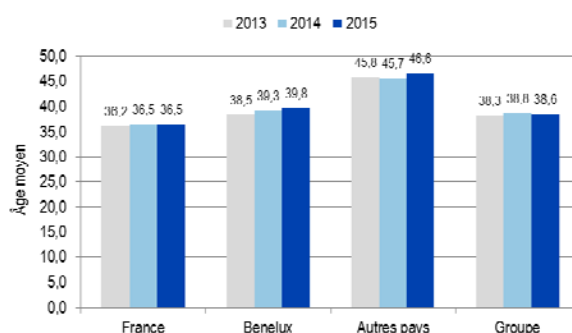
Indicateur n°3 : Répartition des salariés par âge

#### Pyramide des âges



La répartition des effectifs par âge reste relativement stable dans le temps : comme à fin 2014, les moins de 35 ans représentent 47 % des effectifs à fin 2015.

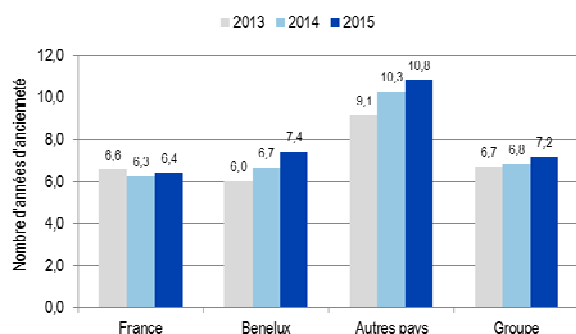
#### Évolution de l'âge moyen par zone géographique



En 2015, l'âge moyen des salariés du Groupe est de 38,6 ans (basé sur 365 jours par an), stable par rapport à 2014 (38,8 ans). Cette stabilité est cohérente avec l'évolution constatée de la pyramide des âges.



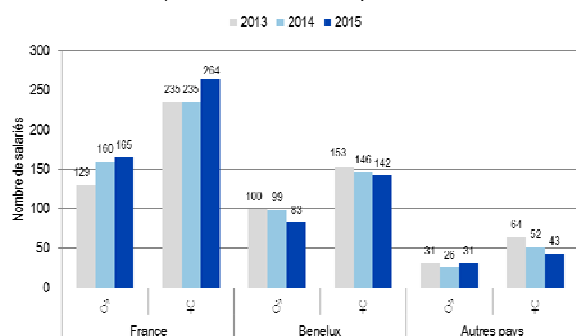
## Évolution des effectifs par ancienneté



L'ancienneté moyenne est en légère hausse par rapport à fin 2014, passant de 6,8 ans à 7,2 ans.

## Répartition par sexe

Indicateur n°4 : Répartition des salariés par sexe



Les collaboratrices restent majoritaires dans le Groupe et représentent 62 % de l'effectif à fin 2015 contre 60 % à fin 2014. Cette répartition se retrouve dans toutes les zones géographiques du Groupe : 62 % des effectifs en France, 63 % au Benelux et 58 % dans les autres pays.

## Rémunérations

Indicateur n°5 : Description et évolution de la politique du Groupe en matière de rémunération

### Salaires et charges sociales

La politique de rémunération du Groupe dépend largement du niveau de compétence, de formation, de responsabilité et de performance de chaque collaborateur.

La rémunération est composée d'une part fixe et, pour certaines fonctions, principalement commerciales, d'une part variable.

L'évolution des rémunérations brutes et des charges sociales afférentes a été la suivante au cours des deux derniers exercices :

– Pour le Groupe :

En M€	2015	2014	Variation 2015/2014
Salaires et traitements	31,17	29,53	+ 5,6%
Charges sociales	11,67	11,05	+ 5,6%
Taux de charges sociales	37,5%	37,4%	+ 3 bps

– Pour la France :

En M€	2015	2014	Variation 2015/2014
Salaires et traitements	19,43	17,62	+ 10,3%
Charges sociales	8,20	7,37	+ 11,3%
Taux de charges sociales	42,2%	41,8%	+ 38 bps

– Pour le Benelux :

En M€	2015	2014	Variation 2015/2014
Salaires et traitements	8,95	9,46	- 5,4%
Charges sociales	2,97	3,23	- 7,9%
Taux de charges sociales	33,2%	34,1%	- 91 bps

– Pour les autres pays :

En M€	2015	2014	Variation 2015/2014
Salaires et traitements	2,79	2,45	+ 13,9%
Charges sociales	0,50	0,45	+ 10,2%
Taux de charges sociales	18,0%	18,6%	- 60 bps

### Intéressement

Les accords d'intéressement ne sont en vigueur qu'en France, au sein des sociétés HighCo, HighCo DOCS et HighCo EDITING. Ces accords ont pour but d'associer davantage les salariés aux performances de l'entreprise. Ils retiennent un calcul basé sur des indicateurs financiers classiques (résultat d'exploitation ou résultat courant avant impôt).

Le montant de l'intéressement au titre de l'exercice 2015 s'élève à 220 K€ et concerne 47 collaborateurs, contre 204 K€ pour 47 collaborateurs en 2014.

### Participation

Au titre de l'exercice 2015, le Groupe a provisionné un montant de réserve spéciale de participation de 442 K€ concernant 199 salariés de sa filiale HighCo DATA France. Elle s'élevait à 437 K€ pour 186 collaborateurs en 2014.

### Plan d'épargne d'entreprise

Les salariés des sociétés HighCo, HighCo DOCS, HighCo EDITING et HighCo DATA France peuvent adhérer à des plans d'épargne d'entreprise. Ces plans peuvent recevoir, dans la limite du quart de la rémunération du salarié, les sommes provenant de l'intéressement et, s'agissant de HighCo DATA France, de la

participation. Ils permettent d'investir l'épargne dans des fonds communs de placement dont les caractéristiques répondent à des objectifs de sécurité et de rendement différents.

Parmi eux, le FCPE Actionnariat HighCo permet aux salariés de HighCo, HighCo DOCS et HighCo EDITING d'investir en actions HighCo. À ce titre, les salariés et anciens salariés non mandataires sociaux détiennent 36 098 actions de HighCo (0,32 % du capital) au 31 décembre 2015 contre 34 923 actions de HighCo (0,31 % du capital) au 31 décembre 2014.

L'entreprise participe à l'effort des salariés par la prise en charge des frais de gestion.

## Thème n°2 : L'organisation du travail

### ■ Durée du travail

Indicateur n°6 : Temps de travail et aménagement

Zone géographique	Durée légale du temps de travail hebdomadaires
France	35 heures
Benelux	38 heures en Belgique 40 heures au Luxembourg
Espagne	40 heures
Italie	40 heures
Royaume-Uni	48 heures maximum (absence de durée légale)

Au global, le nombre d'heures travaillées sur 2015 s'est élevé à 1,39 millions d'heures, contre 1,40 millions d'heures en 2014.

### ■ Mécanismes d'aménagement du temps de travail

Indicateur n°6 : Temps de travail et aménagement

En France, il existe quatre types d'aménagement des 35 heures, qui diffèrent en fonction des sociétés, et dont les modalités sont les suivantes :

- 11 RTT/an ;
- 1 RTT toutes les 4 semaines ;
- forfait jours pour les cadres ;
- 35 heures hebdomadaires.

En Belgique, dans le cadre d'accords collectifs négociés, le temps de travail a été porté, selon les sociétés et pour les employés uniquement, à 40 heures hebdomadaires en contrepartie d'un jour de congé supplémentaire par mois, ou à 39 heures en contrepartie d'un jour de congé supplémentaire tous les deux mois. De plus, depuis 2013, la plupart des employés bénéficient d'horaires dits « flottants », offrant plus de flexibilité sur les heures d'arrivée et de départ.

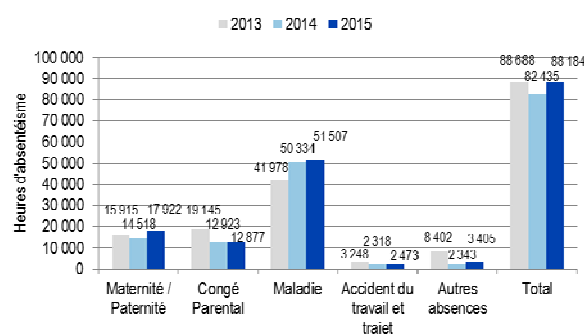
Dans les autres pays d'implantation du Groupe, il n'existe pas de mécanismes d'aménagement du temps de travail. D'ailleurs, au Royaume-Uni, il n'existe pas de notion de temps de travail fixe, mais un plafond légal de 48 heures hebdomadaires.

Les contrats de travail de la filiale anglaise du Groupe sont établis sur la base de 35 heures hebdomadaires, les salariés pouvant être amenés à faire des heures complémentaires dans la limite légale.

### ■ Absentéisme

Indicateur n°7 : Mesure de l'absentéisme

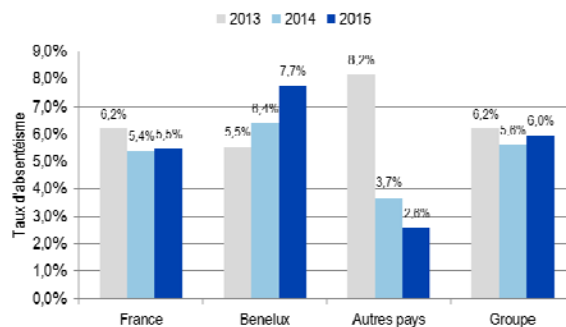
#### Nombre d'heures d'absentéisme par motif



Bien que le nombre d'heures travaillées soit resté stable en 2015 par rapport à 2014, le nombre d'heures d'absence a, lui, augmenté globalement de 7,0 %. Cette augmentation provient essentiellement de la hausse de 23,4 % des congés maternité/paternité. Par ailleurs, le nombre d'heures d'absence lié à des accidents du travail et de trajet reste faible puisqu'il ne représente que 0,2 % du nombre total d'heures travaillées, comme en 2014.

#### Évolution du taux d'absentéisme par zone géographique

Le taux d'absentéisme est calculé en divisant le nombre d'heures d'absences par la somme des nombres d'heures travaillées et d'heures d'absences.



Ainsi, le taux d'absentéisme du Groupe, tous motifs confondus, est en hausse de 40 points de base pour s'établir à 6,0 % contre 5,6 % en 2014. Cette hausse est cohérente avec l'augmentation des congés maternité/paternité



## Thème n°3 : La formation

*Indicateur n°8 : Description et évolution de la politique du Groupe en matière de formation*

La politique de formation des salariés et ses objectifs sont fixés par chaque entité en fonction des besoins identifiés ou des demandes des collaborateurs. La direction du Groupe n'impose pas une politique de formation standardisée, étant donné les disparités entre les sites et la nécessaire adaptation aux besoins identifiés localement.

Cependant, les principaux thèmes de formation se retrouvent sur toutes les zones d'implantation du Groupe :

- nouveaux outils digitaux ;
- logiciels informatiques ;
- techniques de management ;
- techniques commerciales et marketing ;
- comptabilité / gestion / juridique.

Les demandes de formation doivent être validées par le responsable hiérarchique et sont gérées soit par un service dédié (France), soit par les ressources humaines (Benelux). La filiale anglaise du Groupe a obtenu le renouvellement de sa certification « *Investors in People* » jusqu'en 2017, standard d'organisation permettant de valoriser les bonnes pratiques en matière de management stratégique et de gestion des ressources humaines. Ce programme, d'origine britannique mais très développé dans le monde désormais (sauf en France), vise à améliorer les performances de l'entreprise à travers le développement des compétences du personnel, en corrélation étroite avec les objectifs et la stratégie de l'entreprise.

Le récapitulatif des formations réalisées par des organismes externes sur les deux dernières années est le suivant :

2015	Personnes formées	Heures de formation	Montant investi (en K€)
France	156	2 495	112
Benelux	30	443	10
Autres pays	21	380	2
<b>Total</b>	<b>207</b>	<b>3 318</b>	<b>124</b>

2014	Personnes formées	Heures de formation	Montant investi (en K€)
France	164	2 272	128
Benelux	35	583	3
Autres pays	21	145	1
<b>Total</b>	<b>220</b>	<b>3 000</b>	<b>132</b>

Ces tableaux appellent les commentaires suivants :

- en France, les heures de formation ne tiennent pas compte du CPF (Compte Personnel de Formation), qui remplace le DIF (Droit Individuel à la Formation) depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2015, et des formations internes ;

- au Benelux, les heures présentées incluent essentiellement des formations gratuites car financées via un accord réglementaire.

Ainsi, sur cette base, en 2015, pour l'ensemble du Groupe, 3 318 heures de formations ont été dispensées à 207 collaborateurs, soit une hausse de 10,6 % du nombre d'heures de formation par rapport à 2014 (3 000 heures pour 220 collaborateurs).

Les montants directement investis sont passés de 132 K€ en 2014 à 124 K€ en 2015, soit une baisse de 6 %. Ce budget représente 0,40 % de la masse salariale brute du Groupe en 2015, contre 0,45 % en 2014.

## Thème n°4 : Relations sociales

### ■ Organisation du dialogue social

*Indicateur n°9 : Caractéristiques du dialogue social*

En France, seule la société HighCo DATA est dotée d'un comité d'entreprise. Ce comité a reçu, au titre de 2015, une dotation d'un montant total de 24 K€, contre 26 K€ en 2014.

En Belgique, les deux entités du Groupe basées à Asse sont dotées d'un même « conseil d'entreprise », équivalent belge du comité d'entreprise. Cet organe représentatif de salariés n'a pas de fonction d'animation de la vie sociale dans l'entreprise, et n'a donc pas de dotation financière annuelle.

Des réunions avec ces organismes représentatifs du personnel ont lieu régulièrement dans l'année et font l'objet de procès-verbaux écrits. Les sujets abordés recouvrent tout type d'information : gestion sociale quotidienne, informations financières, organisation et conditions de travail, formation, informations sur les évolutions de la réglementation, etc.

Dans les autres zones géographiques du Groupe (Espagne, Italie et Royaume-Uni), ce type d'organe de représentation des salariés n'existe pas, la législation locale ne l'exigeant pas, ou les seuils réglementaires n'étant pas atteints.

### ■ Bilan des accords collectifs

*Indicateur n°10 : Bilan des accords collectifs*

Compte tenu de la structure du Groupe, il n'existe pas d'accords collectifs conclus avec l'ensemble des salariés.

En France, les principaux accords concernent les aménagements du temps de travail (cf. indicateur n°6) et les accords de rémunération collectifs (cf. indicateur n°5).

En parallèle, l'ensemble des collaborateurs français, quel que soit leur statut, bénéficie des mêmes régimes de mutuelle et de prévoyance, à l'exception des salariés de deux sociétés,

récemment intégrées, qui bénéficient d'une mutuelle et/ou d'une prévoyance différentes.

Au Benelux, le principal accord collectif concerne les aménagements du temps de travail décrits précédemment (indicateur n°6). Par ailleurs, il existe deux types d'assurances prises en charge par l'employeur : mutuelle et assurance vie/décès.

## ■ Communication interne

*Indicateur n°11 : Mesures prises pour favoriser le dialogue avec les salariés et l'esprit d'entreprise*

Le Groupe a toujours accordé une grande importance à la communication interne et souhaité associer tous ses salariés à son projet, tant en les informant des étapes financières et stratégiques, qu'en partageant des moments de convivialité, de challenge ou d'*incentive*, notamment par les événements suivants :

- Pour l'information :
  - les réunions d'information des salariés sur les résultats annuels sur les principaux sites d'implantation du Groupe ;
  - les réunions spécifiques avec les équipes dédiées administratives ;
  - un journal interne d'entreprise publié mensuellement dans la filiale anglaise.
- Pour la convivialité et l'unité :
  - les soirées internes des collaborateurs ;
  - les séminaires de certaines entités opérationnelles ;
  - les séminaires managers.

2015 fut d'ailleurs une année forte pour HighCo en termes de dialogue avec ses salariés et d'esprit d'entreprise. En effet, à l'occasion de ses 25 ans, le Groupe a donné l'opportunité à l'ensemble de ses collaborateurs, tout au long de l'année et dans tous les pays, de partager cet anniversaire à travers 25 défis caritatifs, fun ou sportifs, à relever ensemble. De plus, un « Challenge Innovation », ouvert à tous, a permis à 63 équipes de proposer des projets innovants destinés à améliorer la vie interne de l'entreprise ou les services proposés à nos clients. Les 12 équipes finalistes ont pu défendre leur projet devant l'ensemble des collaborateurs, réunis fin juin 2015 à Aix-en-Provence. Les deux projets élus reflètent l'état d'esprit des collaborateurs du Groupe en termes d'innovation RSE, et sont :

- le projet « Olympique HighCo », ayant pour but la création d'une association sportive ouverte aux collaborateurs du Groupe ;
- le projet « Zéro Papier », initiative visant à réduire la consommation de papier par la dématérialisation des factures fournisseurs.

Le Groupe a également poursuivi son programme de communication interne avec les événements et ateliers suivants :

- « *Sharing & Learning* », sur une base trimestrielle, politique d'échanges et de partages pour développer la culture digitale des collaborateurs au travers des rencontres avec des experts métiers et des échanges avec les parties prenantes ;
- « *HighCo Lunch* », plusieurs fois par an, déjeuner-débats auxquels peuvent s'inscrire les collaborateurs pour se voir présenter les activités et métiers du Groupe par des responsables de *business unit*, ou échanger sur des sujets de vie et de fonctionnement de l'entreprise avec la Présidence du Groupe ;
- « *Welcome to HighCo* », programme d'intégration des nouveaux entrants, associé aux « *Welcome Lunch* », déjeuner-débats pour les nouveaux collaborateurs.

Plusieurs présentations destinées à tous les salariés ont ainsi été organisées en Belgique, en France et au Royaume-Uni.

## Thème n°5 : Santé et sécurité

### ■ Conditions de santé et de sécurité au travail

*Indicateur n°12 : Description des conditions de santé et de sécurité au travail*

Le Groupe exerce une activité de prestation de services qui génère peu de risques pour la santé et la sécurité de ses salariés. Ces activités sont effectuées dans des bureaux, situés dans des zones urbaines ou péri-urbaines, ce qui limite fortement les dangers encourus. Les principaux risques sont les accidents de transport (en particulier pour les marchandises en Belgique), et dans une moindre mesure, les manutentions effectuées dans les entrepôts de stockage à Aix-en-Provence, en Belgique ou au Royaume-Uni.

Les locaux utilisés par chaque site sont conformes aux conditions d'hygiène et sécurité exigées par la réglementation locale, en témoignent les locaux d'Aix-en-Provence (France) et de Asse (Belgique) inaugurés en 2011.

Il existe des comités d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT) en France, en Belgique (dénommé comité pour la prévention et la protection au travail ou CPPT) et au Royaume-Uni (*Health & Safety, Quality and Environmental Committee*, HSQE). Les seules maladies professionnelles identifiées historiquement sont liées à la gestuelle répétée des opérateurs de saisie de HighCo DATA.

Par ailleurs, des formations de sauveteur-secouriste du travail (SST) et en sécurité incendie sont régulièrement dispensées sur les principaux sites du Groupe.

Il n'existe pas au sein du Groupe d'accords signés en matière de santé et de sécurité au travail.



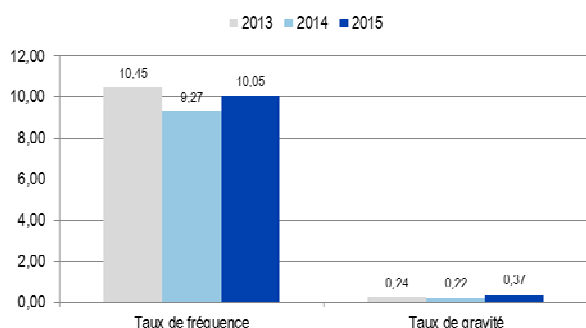


## ■ Fréquence et gravité des accidents du travail

Indicateurs n°13 et n°14 : Taux de fréquence et taux de gravité des accidents du travail

Depuis 2013, le Groupe suit les taux de fréquence et de gravité des accidents du travail selon les modes de calcul suivants :

- Taux de fréquence = Nombre d'accidents avec arrêt x 1 000 000 / Nombre d'heures travaillées ;
- Taux de gravité = Nombre de jours perdus pour accident ou maladies professionnelles x 1 000 / Nombre d'heures travaillées.

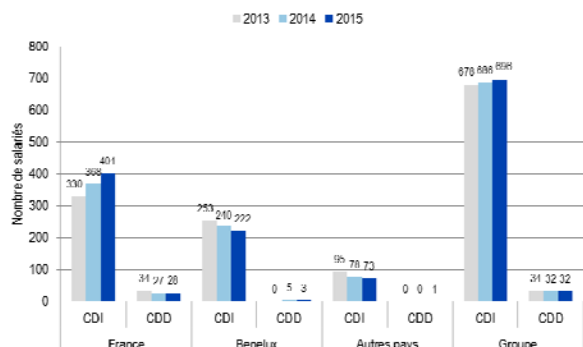


Avec un taux de fréquence de 10,05 et un taux de gravité de 0,37 en 2015, ce suivi des accidents du travail confirme la faible dangerosité à laquelle sont exposés les salariés au sein du Groupe. La hausse du taux de gravité entre 2014 et 2015 correspond à l'arrêt d'un collaborateur sur plusieurs mois. Sans cet arrêt, le taux serait de 0,11.

## Thème n°6 : Egalité de traitement

### ■ Évolution des effectifs par type de contrats

Indicateur n°15 : Part des CDI et des CDD dans les effectifs



La proportion de contrats à durée indéterminée reste stable puisqu'elle passe de 95,5 % à fin 2014 à 95,6 % des effectifs à fin 2015. Le Groupe a généralement peu recours à des contrats à durée déterminée, ce qui s'explique par le besoin d'une main d'œuvre stable, qualifiée et expérimentée pour répondre aux attentes des clients. En 2013, les contrats à durée déterminée en

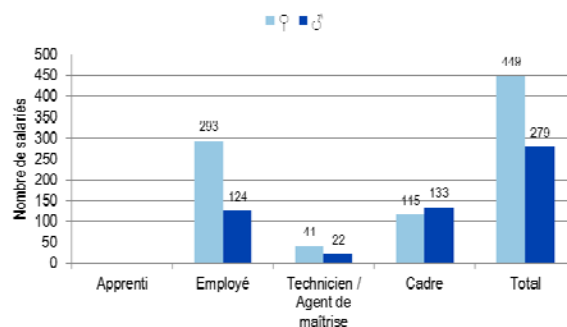
France étaient essentiellement liés à des campagnes promotionnelles ponctuelles nécessitant plus de réactivité. Depuis 2014, pour ces campagnes, le Groupe a davantage privilégié le recours à des travailleurs intérimaires.

### ■ Égalité professionnelle entre femmes et hommes

Indicateur n°16 : Mesures prises en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes

Le Groupe mène une politique d'égalité professionnelle en veillant à organiser équitablement et sans discrimination le recrutement, la gestion des carrières et le développement personnel des collaborateurs.

L'analyse des postes occupés par les femmes au sein du Groupe traduit bien la volonté affichée de donner aux hommes et femmes les mêmes chances d'évolution : les femmes représentent 62 % du total de l'effectif à fin 2015. Un équilibre existe au niveau des cadres puisque les femmes représentent plus de 46 % de cette catégorie.



Au niveau de la gouvernance du Groupe, deux caractéristiques principales sont à noter :

- un tiers des membres du Conseil de Surveillance de HighCo, organe de contrôle du Groupe, sont des femmes ;
- le Comité exécutif du Groupe, associe neuf managers, dont trois femmes, aux orientations stratégiques du Directoire.

Depuis 2013, les membres du Conseil de Surveillance sont informés de l'obligation de délibération annuelle sur la politique de la société en matière d'égalité professionnelle et salariale.

Enfin, conformément à la législation, un plan d'action sur l'égalité professionnelle des hommes et des femmes a été mis en place pour les entreprises de plus de 50 salariés, en France. Ce plan, concernant la société HighCo DATA France, prévoit un accès identique à l'embauche et à la formation, quel que soit le sexe du salarié, ainsi que la réduction des écarts pouvant exister au niveau de la rémunération effective entre les salariés femmes et hommes.



## ■ Personnel en situation de handicap

*Indicateur n°17 : Mesures prises en faveur des personnes handicapées*

Le Groupe mène structurellement trois actions favorisant l'insertion des travailleurs en situation de handicap :

- le versement de la contribution Agefiph, en France ;
- le recrutement direct ;
- le recours aux établissements et services d'aide par le travail (ESAT).

En 2015, le Groupe a employé directement 9 collaborateurs en situation de handicap, en France et en Belgique.

Par ailleurs, le Groupe peut faire appel à des entreprises qui développent des activités commerciales réalisées en priorité par des personnes en situation de handicap. Ces activités sous-traitées sont notamment :

- le tri et l'envoi du courrier ;
- la saisie administrative ;
- la réception des livraisons, la manutention et la préparation de commandes, pour les opérations logistiques ;
- la collecte et le recyclage du papier ;
- la livraison des corbeilles de fruits mises à disposition des collaborateurs.

Le montant confié à ces établissements en 2015 équivaut à l'emploi de 2,30 unités (selon la définition de l'Agefiph), résultant de contrats de sous-traitance et de mise à disposition en France.

## ■ Politique de lutte contre les discriminations et promotion des conventions de l'OIT

*Indicateur n°18 : Politique de lutte contre les discriminations et promotion des conventions de l'OIT*

La valeur de Respect, dans la continuité de la valeur historique d'Exemplarité, conduit les dirigeants de HighCo à faire de la lutte contre toute forme de discrimination un principe fondamental du fonctionnement du Groupe depuis sa création, il y a plus de 25 ans.

Cette ligne de conduite s'est traduite, en 2012, par la rédaction et la diffusion d'une charte d'éthique auprès des collaborateurs. Cette charte, examinée par le Comité d'audit, rappelle en particulier que le Groupe rejette toute forme de discrimination, de harcèlement, d'intimidation ainsi que tout comportement et propos humiliant. Elle a été renforcée par l'adhésion, depuis 2014, au Global Compact.

En France, le service de recrutement, chargé d'évaluer humainement et techniquement les candidats, est composé de trois personnes, sensibilisées à la lutte contre toute forme de discrimination et à la promotion de l'égalité des chances. À l'international, les responsables opérationnels recrutent directement leurs équipes, tant par candidatures spontanées que

par l'intermédiaire de cabinets de recrutement. Les candidats à des postes de management sont présentés à la Direction du Groupe pour validation.

Par ailleurs, le Groupe est essentiellement implanté dans les pays de l'Union Européenne ayant ratifié les conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail, et qui disposent tous d'une législation protectrice en matière sociale, dans tous les domaines couverts par ces conventions.

Chaque pays où est implanté le Groupe est doté d'un service ressources humaines qui s'assure du respect des dispositions fondamentales du droit du travail.

## 1.2. INFORMATIONS SOCIÉTALES

### Thème n°7 : Sous-traitance et fournisseurs

*Indicateur n°19 : Prise en compte des enjeux sociaux et environnementaux dans la politique d'achat*

Le Groupe fait intervenir de nombreux sous-traitants et prestataires externes pour mener à bien son activité. Avec un chiffre d'affaires 2015 de près de 155 M€ et une marge brute de 75 M€, c'est près de 80 M€ qui sont sous-traités et des achats qui sont revendus (contre 59 M€ en 2014), soit 51 % du chiffre d'affaires 2015 (contre 45 % en 2014).

Les principaux types de produits ou prestations achetées ou sous-traitées sont :

- papier, cartons, PLV, logiciels, primes et objets publicitaires ;
- création graphique, images et photos ;
- impression et distribution des supports de communication ;
- espaces publicitaires ;
- production média et événementielle, et sociétés d'animation ;
- prestations informatiques et technologiques ;
- logistique ;
- « trafic » auprès des opérateurs de télécommunication dans le cadre des activités de « Push SMS / Notifications » ;
- lecture et encodage de données marketing pour les activités de clearing.

Dans les principaux sites d'implantation du Groupe, et afin de se prémunir contre le travail dissimulé, les équipes administratives effectuent des vérifications auprès de chaque prestataire nouvellement référencé, notamment en s'assurant que le fournisseur est correctement enregistré auprès de l'administration sociale et fiscale du pays. Ces vérifications varient d'un site à l'autre, en fonction de la taille de la société et des obligations réglementaires en vigueur dans le pays d'implantation.

En France, des vérifications sont effectuées auprès des prestataires en free-lance sur les activités IN STORE, ainsi qu'auprès de tous les prestataires de HighCo DATA France.



Les principaux imprimeurs sont visités afin de vérifier la réalité et la fiabilité du matériel.

En Belgique, les fournisseurs importants (en particulier les imprimeurs) sont des entreprises renommées ayant des chartes sociales et environnementales. Par ailleurs, des entretiens annuels avec les fournisseurs stratégiques sont conduits pour évaluer leur situation et leur position commerciale.

Au Royaume-Uni, la filiale anglaise du Groupe fait l'objet d'une certification ISO 9001, labellisation pour laquelle les exigences sont extrêmement élevées en matière de vérification des prestataires et sous-traitants.

Le Groupe peut recourir à la sous-traitance dans des pays hors Union Européenne. A ce titre, les activités DATA conduisent à sous-traiter une partie importante des activités de comptage à un groupe franco-belge spécialisé dans le traitement externalisé de flux documentaires, disposant d'un centre de traitement au Maroc. Dans ce cas, le cadre contractuel de la collaboration prévoit que le sous-traitant et ses éventuels prestataires respectent les règles :

- d'emploi régulier de salariés, en conformité avec les règles du pays, d'effet équivalent au Code du travail français ;
- des fondamentaux de l'Organisation Internationale du Travail, notamment en ce qui concerne le travail des enfants.

De plus, le Groupe procède à des visites sur les sites de production afin de s'assurer du respect, par son sous-traitant, de ces règles.

Enfin, depuis 2014, HighCo demande à ses principaux fournisseurs de signer sa charte des achats responsables, à la fois fondée sur sa volonté de construire une relation durable avec ses fournisseurs et sous-traitants, et basée sur les dix principes du Global Compact.

Ainsi, fin 2015, plus de 80 fournisseurs et sous-traitants avaient déjà signé la charte HighCo.

## Thème n°8 : Impact de l'activité du Groupe

### ■ En termes d'emploi

*Indicateur n°20 : Caractéristiques de l'impact de l'activité du Groupe sur l'emploi*

Depuis sa création et malgré son expansion à l'international, le Groupe a toujours conservé une forte implantation en région Provence-Alpes-Côte d'Azur, où se situe son siège social, ainsi que certaines filiales. Il y emploie d'ailleurs 258 collaborateurs à fin 2015, soit plus d'un tiers des effectifs du Groupe, représentant 60 % des collaborateurs français, ce qui en fait un acteur important de la vie économique locale, notamment dans le domaine de l'emploi.

Sur les autres sites d'implantation (Belgique, Espagne, Italie, Royaume-Uni et Paris), l'impact sur l'emploi des activités du

Groupe est plus limité, du fait de la taille des sociétés par rapport au tissu économique local. Le regroupement des effectifs sur des sites uniques dans chaque pays facilite néanmoins l'accès aux différentes sociétés du Groupe, que ce soit sur Paris, au Royaume-Uni ou en Belgique (immeuble situé à Asse, en périphérie de Bruxelles).

### ■ En termes de développement régional

*Indicateur n°21 : Caractéristiques de l'impact de l'activité du Groupe sur le développement régional et les populations riveraines ou locales*

Dans sa région historique d'implantation (Aix-en-Provence / Marseille), le Groupe a noué, par l'intermédiaire de ses dirigeants et de son Président-Fondateur, des liens étroits et constructifs depuis plusieurs années à travers des organisations intervenant dans différents domaines :

- l'éducation, en devenant partenaire de la chaire « *Business in a connected world* » de KEDGE Business School, grandes écoles de management, dont l'un des principaux campus est situé à Marseille ;
- le sport et l'entreprise, par la participation à des événements organisés par l'Olympique de Marseille mais aussi des participations financières auprès d'équipes de sport amateur locales ;
- la culture, par la participation, avec d'autres entreprises, à l'association Mécènes du Sud depuis sa création, en 2003, qui soutient la création contemporaine régionale ;
- la solidarité, par la collecte de jouets pour l'association « Remise en jeux », atelier d'insertion dont l'activité est la remise en état et la vente de jouets d'occasion issus de collectes solidaires, avec pour objectif de favoriser le retour au travail et l'accompagnement socio-professionnel de personnes qui sont en difficulté face au marché de l'emploi.

Au Royaume-Uni et en Belgique, du fait de l'implantation des filiales du Groupe dans des petites communes (respectivement Market Harborough et Asse), le Groupe a noué des relations de très bonne qualité avec les collectivités locales et les commerces locaux. Ces bonnes relations se sont notamment traduites, en 2015, par le lancement d'un projet de construction d'un nouveau quartier résidentiel familial, réalisé par la commune belge, et nécessitant le transfert d'une partie du terrain occupé par HighCo pour la création d'une voie d'accès.

## Thème n°9 : Relations avec les parties prenantes

*Indicateur n°22 : Conditions du dialogue avec les parties prenantes*

*Indicateur n°23 : Actions de partenariat et de mécénat*

Outre les événements et partenariats présentés ci-dessus, le Groupe, à travers ses managers, a toujours été fortement impliqué dans son écosystème d'affaires.

HighCo a pour ambition de permettre aux marques d'être en phase avec les attentes d'un consommateur omnicanal et un point de vente qui évolue.

Dans cette optique, en France, des managers prennent régulièrement la parole au sein d'organismes et d'événements tels que :

- l'Institut Français du Libre-Service (IFLS), lieu d'échanges et observatoire sur le commerce de demain qui réunit enseignes de distribution et marques de produits de grande consommation ;
- le Commerce Connecté Show (CCS), salon sur le commerce connecté qui permet aux professionnels des médias et du *retail* d'échanger sur les attentes des consommateurs ;
- l'Union Des Annonceurs (UDA), organisation représentative des annonceurs (entreprises, collectivités ou organismes) qui recourent aux différentes techniques de communication pour promouvoir leur notoriété, leur image, leurs produits ou leurs services ;
- l'Association Française du Multimédia Mobile (AFMM), qui regroupe les principaux acteurs du marché du multimédia mobile en France, notamment en tant que représentant de la Mobile Marketing Association (MMA), membre permanent de la commission déontologique.

HighCo met également à disposition de ses clients des outils opérationnels tels que des infographies, des mémos ou encore une newsletter hebdomadaire, publiés notamment sur le blog « Promoaffinity » ([www.promoaffinity.com](http://www.promoaffinity.com)). Ce blog permet de partager des informations sur le *Store & Digital*, les *Shoppers*, des études de cas, et des données clés du marché.

De plus, en 2015, HighCo s'est associé à Anaxago, plateforme de *crowdfunding*, pour lancer la première édition des « FIRST Awards » (For Innovation In Retail Start-up Awards), premier concours de start-ups dans le secteur de la distribution et de la grande consommation.

Avec la montée en puissance du digital, cette initiative représente un enjeu majeur pour l'ensemble des acteurs du retail et a permis à deux jeunes entreprises innovantes (MOBEYE, 1<sup>er</sup> prix, et PHENIX, prix spécial du jury) de se voir proposer un financement ainsi qu'une plus grande visibilité auprès des décideurs du secteur.



En Belgique, HighCo est membre de la *Belgian Direct Marketing Association* (BDMA), association constituant une plateforme unique pour le marketing en Belgique puisqu'elle rassemble l'ensemble des acteurs du marché (annonceurs, agences, prestataires de services) qui peuvent ainsi défendre leurs intérêts, proposer des best practices et contribuer à améliorer les relations entre eux.

Au Royaume-Uni, HighCo est membre de l'*Institute of Promotional Marketing*, organisme regroupant les acteurs (annonceurs, agences, partenaires) de la promotion marketing.

Par ailleurs, depuis 2012, HighCo organise régulièrement, dans ses principaux pays d'implantation, un *Digital Shopper's Day*, événement permettant aux marques et aux *retailers* d'échanger durant une journée sur les nouveaux enjeux et les nouveaux leviers de performance.

Enfin, en juin 2015, HighCo a fait l'acquisition de « Je Vis Mieux », entreprise sociale qui met en relation, à travers le site internet [www.jevismieux.fr](http://www.jevismieux.fr), les marques de la grande consommation avec des ménages à revenus modestes, afin de les aider à faire face à certaines de leurs dépenses de consommation courante en leur offrant des bons de réduction. L'ambition de « Je Vis Mieux » est de démontrer qu'il existe des solutions gagnantes pour tous, qui permettent à la fois de redistribuer du pouvoir d'achat tout en créant de la valeur pour les entreprises.

## Thème n°10 : Loyauté des pratiques

Indicateur n°24 : Actions engagées pour prévenir la corruption

Le Groupe a formalisé sa politique éthique dans une Charte, communiquée depuis 2012 à l'ensemble des salariés. Cette charte d'éthique présente les principes d'éthique du Groupe : respect des lois, honnêteté et intégrité, respect des autres, préservation des intérêts du Groupe, transparence et pertinence des informations communiquées, respect de l'environnement. Elle décline ensuite ces principes en rappelant les responsabilités des collaborateurs du Groupe auprès de ses principaux partenaires : autorités, collaborateurs entre eux-mêmes, clients, fournisseurs, concurrents, actionnaires et consommateurs.

Afin de permettre à tout salarié de pouvoir signaler un manquement grave à cette Charte, les coordonnées d'un contact privilégié et de confiance ont été communiquées aux salariés (adresse postale et adresse email), si le processus normal de remontée de l'information, par voie hiérarchique, ne donne pas satisfaction.

Parallèlement à cet outil interne, le Groupe a mis en place depuis de nombreuses années des procédures internes de contrôle permettant de limiter le risque de corruption et de fraude. Ces procédures sont détaillées dans le Rapport du Président du Conseil de Surveillance 2015 (pages 124-134).

Enfin, en tant que signataire du Global Compact, HighCo soutient et applique le principe de lutte contre toute forme de corruption.



### 1.3. INFORMATIONS ENVIRONNEMENTALES

Depuis 2014, le Groupe relaie auprès de ses collaborateurs sa politique environnementale organisée autour de 4 objectifs :

- Préserver la ressource papier ;
- Promouvoir l'efficacité énergétique ;
- Lutter contre le changement climatique ;
- Sensibiliser ses parties prenantes.

#### Thème n°11 : Organisation générale

##### ■ Organisation pour prendre en compte les questions environnementales

*Indicateur n°25 : Description de l'organisation en matière sociale et environnementale*

Le Comité d'audit, qui traite des questions RSE, travaille à la mise en place d'une stratégie environnementale cohérente pour le Groupe, et au suivi d'indicateurs clés de performance.

Cependant, en tant que société de services, il apparaît que l'activité de HighCo ne comporte pas de risque majeur en termes d'impacts sur l'environnement, étant donné que :

- le Groupe n'occasionne pas de rejets significatifs dans l'air, l'eau et les sols pouvant affecter gravement l'environnement ;
- son activité, développée en milieu urbain et péri-urbain, n'occasionne pas de nuisances sonores ou olfactives significatives sur l'environnement, et ne porte pas atteinte à l'équilibre biologique ou à la biodiversité ;
- aucune provision ou garantie pour risques en matière environnementale n'existe dans les comptes du groupe HighCo, et aucune dépense n'a été engagée pour prévenir les conséquences de l'activité sur l'environnement ;
- aucune indemnité n'a été versée depuis la création du Groupe en exécution d'une décision judiciaire en matière d'environnement, et aucune action n'est menée en réparation de dommages causés à celui-ci.

##### ■ Démarches d'évaluation ou de certification

*Indicateur n°26 : Présentation des évaluations ou certifications reçues par le Groupe ou l'une de ses filiales*

Le Groupe encourage historiquement ses entités à initier des démarches d'évaluation ou de certification.

Après avoir accompagné HighCo DATA France, filiale la plus importante du Groupe en termes de salariés, dans la réalisation d'un bilan gaz à effet de serre, le Groupe a décidé d'aller plus loin dans cette démarche en réalisant, en 2015, un bilan gaz à effet de serre sur tous ses sites français, représentant 64 % de l'activité totale du Groupe (marge brute).

La filiale anglaise du Groupe s'est vu renouveler en 2014 sa certification ISO 14001, norme visant à établir, mettre en œuvre,

tenir à jour et améliorer un système de management environnemental. De ce fait, une équipe *ISO Compliance* existe pour suivre les exigences de la norme.

#### Thème n°12 : Utilisation des ressources

##### ■ Matières premières

*Indicateur n°27 : Type de matières premières et mesures prises pour améliorer l'efficacité dans leur utilisation*

Le Groupe peut recourir au papier pour la fabrication des supports de communication, tels que les PLV, les affiches, les flyers et les coupons de réduction. Certains supports sont également fabriqués en matière plastique ou cartonné.

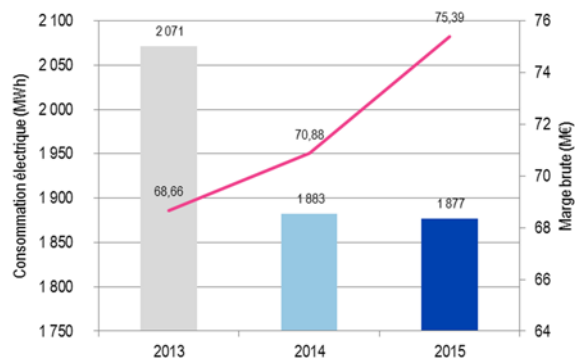
Néanmoins, la digitalisation de ses solutions, axe stratégique du Groupe, permet de réduire la consommation de papier année après année. HighCo accélère donc sa migration digitale pour que ces activités représentent 50 % de sa marge brute d'ici 2017 (41 % fin 2015 contre 35 % fin 2014).

##### ■ Consommation d'énergie et d'eau

*Indicateur n°28 : Consommation d'énergie et mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique*

*Indicateur n°29 : Consommation d'eau et approvisionnement*

La consommation d'électricité du Groupe a atteint 1 877 MWh en 2015 contre 1 883 MWh en 2014, soit une baisse de 0,3 %, malgré une hausse de 6,4 % de l'activité (marge brute). Au-delà des aspects climatiques, cette stabilité démontre la bonne maîtrise du Groupe en termes de consommation électrique.



La consommation de gaz, qui ne concerne que les entités belges, augmente de 6,2 % pour s'établir à 575 MWh contre 541 MWh en 2014. Cette évolution est directement liée aux conditions climatiques.

Aucun site n'a directement recours à des énergies renouvelables. Néanmoins, le siège d'Aix-en-Provence, étant de construction récente, respecte les critères de performance énergétique de la réglementation thermique RT2005.

Les aménagements du principal site belge génèrent des économies d'énergie : rénovation du toit des locaux d'entreposage pour une meilleure isolation, récupération de l'air chaud extrait du bâtiment pour chauffer l'air injecté à l'intérieur, air conditionné en circuit fermé avec de l'eau refroidissante et, en 2014, installation de films isolants de survitrage et d'un système de gestion automatique de la lumière extérieure.

Depuis 2012, le Groupe communique uniquement ses consommations d'électricité et de gaz. Celles d'eau demeurent faibles, et la marge de manœuvre du Groupe sur sa consommation reste limitée, étant donnée l'utilisation faite (bureaux) et les sources d'approvisionnement (exclusivement auprès de prestataires nationaux standards). Néanmoins, dès qu'il en a l'opportunité, le Groupe tend vers une diminution de ses consommations. Par exemple, le bâtiment en Belgique récupère l'eau de pluie pour les toilettes et l'eau restante est transportée via des fosses vers le sol. Une partie de cette eau passe également dans un étang de récupération, utilisable par les services de lutte contre les incendies.

## Thème n°13 : Rejets de gaz à effet de serre

*Indicateur n°30 : Politique en matière de gaz à effet de serre*

Compte tenu de l'activité du Groupe, les rejets de gaz à effet de serre sont peu significatifs. Les principaux gaz à effet de serre émis proviennent des déplacements : trajets domicile-travail et déplacements entre les sites du Groupe, en clientèle et sur les points de vente. Tous ces trajets se font avec des modes de transports variés : véhicule personnel, véhicule de fonction, train, avion, transports en commun. De ce fait, sans un outil spécifique dédié, il est difficile d'estimer précisément les émissions de gaz à effet de serre sur l'ensemble du Groupe. Néanmoins, le Groupe encourage toute action visant à réduire ces émissions.

A fin 2015, le parc automobile du Groupe, en propre ou en location, est composé de 38 véhicules en France (36 à fin 2014), et de 186 véhicules à l'international (192 à fin 2014), essentiellement utilisés en Belgique par les merchandisers.

En Belgique, les filiales sont incitées à orienter leurs parcs vers des véhicules à faible taux d'émission de gaz à effet de serre, étant donné que les taxes incluent ces émissions. Une veille importante et régulière du marché automobile est également effectuée pour identifier toutes nouvelles solutions écologiques, et pouvoir à terme intégrer des modèles hybrides ou électriques. Par ailleurs, les parcours des merchandisers sont optimisés à l'aide d'un logiciel pour réduire les distances parcourues, et donc les consommations.

À Aix-en-Provence, étant donné le manque d'infrastructures de transports en commun, les salariés utilisent principalement leurs véhicules pour rejoindre leur lieu de travail. De plus, depuis 2014, les collaborateurs qui bénéficient d'un véhicule de fonction

sont orientés, lors du renouvellement de ce dernier, vers des modèles plus écologiques.

A Paris et au Royaume-Uni, où les bâtiments du Groupe sont situés en centre-ville, les transports en commun sont largement privilégiés par les salariés, d'autant plus que les places de parking privatives sont volontairement très limitées.

Les déplacements en train, en clientèle ou entre les différents sites d'implantation du Groupe, sont encouragés, au détriment de l'avion.

Enfin, chaque site du Groupe est doté d'équipements de visioconférence de haute définition, permettant de réaliser de nombreuses réunions à distance.

## Thème n°14 : Gestion des déchets

*Indicateur n°31 : Politique en matière de gestion des déchets*

Les déchets générés par l'activité du Groupe sont de deux natures : déchets de bureaux et déchets liés à la fin de vie des supports de communication.

Les déchets de bureau sont des déchets classiques : papeterie, cartouches d'imprimante, matériel informatique en fin de vie. Chaque site du Groupe dispose de poubelles de tri du papier, qui sont enlevées par des organismes spécialisés dans le recyclage. Les cartouches d'imprimantes et le matériel informatique obsolète sont triés et récupérés par les prestataires qui en assurent le recyclage puis la destruction.

Les supports de communication sont détruits selon plusieurs procédés, selon la nature du support et le contexte. HighCo a peu de marge de manœuvre sur les déchets provenant des supports distribués aux consommateurs (échantillons, flyers, chéquiers de réduction, etc.). Les autres supports de communication, type PLV ou affiches, sont détruits par les points de vente ou par les prestataires en charge de leur mise en place.

La fin de vie des coupons de réduction diffère entre les centres de traitement français et belge : alors que la réglementation française impose l'incinération des coupons de réduction par des prestataires agréés, cette obligation n'existe pas en Belgique, ce qui permet au centre de traitement belge de procéder au recyclage des coupons de réduction périmés, via un prestataire privilégié.

Enfin, fin 2015, HighCo a pris une participation de 3 % dans la start-up PHENIX qui avait gagné le prix spécial du concours FIRST Awards, co-organisé par HighCo. Spécialiste de l'économie circulaire et de la réduction du gaspillage, PHENIX offre aux entreprises de la distribution une solution rapide et efficace pour donner une seconde vie aux invendus. En 18 mois d'activité, PHENIX a pu ainsi sauver 2 000 tonnes de produits et contribuer à la redistribution de 2,5 millions de repas aux



populations défavorisées. Ainsi, en participant financièrement à cette levée de fonds, HighCo soutien PHENIX et s'engage concrètement en faveur d'une transition vers une économie circulaire.

Fait le 15 mars 2016.  
Le Directoire





[www.highco.com](http://www.highco.com) /  [@highcogroup](https://twitter.com/highcogroup)

365, avenue Archimède / CS 60346  
13799 Aix-en-Provence / Cedex 3 / France  
T. +33 4 42 24 58 24

8, rue de la Rochefoucauld / CS 30500  
75427 Paris / Cedex 9 / France  
T. +33 1 77 75 65 00



NOUS SOUTENONS  
LE PACTE MONDIAL

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.