



COMMUNICATION SUR LE PROGRÈS

HIGHCO - 2021

MODELE D'AFFAIRES	6
INFORMATIONS SOCIALES	9
INFORMATIONS RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LA CORRUPTION ET L'ÉVASION FISCALE	17
INFORMATIONS SOCIETALES	18
INFORMATIONS ENVIRONNEMENTALES	22

Historique de la démarche RSE chez HighCo

Depuis plus de 10 ans, le Groupe HighCo est engagé dans 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, *in fine*, les attentes de nos collaborateurs et des consommateurs, toujours plus attentifs à l'amélioration de la Société et de son environnement, tout en intégrant les évolutions réglementaires relatives aux obligations de transparence des entreprises en matière sociale, sociétale et environnementale.

Les problématiques RSE font l'objet d'un suivi en Comité d'audit. L'objectif reste de suivre les grandes orientations RSE du Groupe, vérifier la mise en place d'une stratégie adéquate, puis s'assurer que le Directoire la pilote à court et moyen termes au moyen d'indicateurs clés de performance pertinents.

L'appartenance à l'indice Gaïa pour la 11^{ème} année consécutive récompense durablement les efforts continus du Groupe en termes de transparence et d'efficacité sur sa stratégie RSE. Créé en 2009, l'indice Gaïa est basé sur 230 PME-ETI cotées françaises respectant des critères de taille et de liquidité, et sélectionnées sur leur transparence et leur performance ESG : Environnement, Social et Gouvernance. Chaque année, les 70 meilleures sociétés de ce panel sont retenues pour constituer l'indice Gaïa. La campagne d'évaluation 2020 confirme la présence d'HighCo au sein de cet indice.



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 cette déclaration, qui constitue également sa « Communication sur le Progrès » annuelle, le Président du Directoire renouvelle l'engagement du Groupe envers le Global Compact et ses principes.

Référentiels et principes méthodologiques

Référentiels applicables

L'ensemble des informations RSE est centralisé dans ce rapport. Depuis plusieurs années, le Groupe présente ces informations selon le référentiel réglementaire français, issu, le cas échéant, de textes européens. Une table de concordance des informations requises par le Code de commerce (articles R. 225-104 et R. 225-105) a été établie en pages 282-283 du document d'enregistrement universel 2020, disponible sur www.highco.com.

Ainsi, HighCo publie une « Déclaration de Performance Extra-Financière » (DPEF), en application de la directive européenne RSE (2014/95/UE) et de sa transposition (décret du 14 septembre 2018).

Les informations RSE ont donc été organisées en :

- 5 parties (modèle d'affaires, social, lutte contre la corruption et l'évasion fiscale, environnemental et sociétal) ;
- 16 thèmes ;
- 36 indicateurs détaillés sur les 40 mentionnés dans le décret.

Le tableau ci-dessous détaille les principaux risques extra-financiers identifiés chez HighCo, et pour lesquels des indicateurs clés de performance sont suivis. Les risques présentés sont « bruts », c'est-à-dire avant mise en œuvre des moyens de préventions.

(1) Collaborateurs différents en CDI, absents 2 jours consécutivement (ou plus) pour maladie ou accident du travail/trajet, au moins 3 fois dans l'année.

En 2020, compte tenu d'un contexte sanitaire et économique sans précédent lié à la pandémie de COVID-19, le Groupe a identifié certains nouveaux risques sociaux relatifs au télétravail. Si une campagne de sensibilisation relative aux bonnes pratiques de travail à

distance a rapidement été mise en place, l'analyse de ces risques se poursuit afin d'apporter un traitement pertinent et durable pour en atténuer leurs effets potentiels.

Enfin, la lutte contre le gaspillage alimentaire, la précarité alimentaire et le respect du bien-être animal et d'une alimentation responsable, équitable et durable n'ont pas été identifiés comme étant des risques significatifs pour le Groupe.

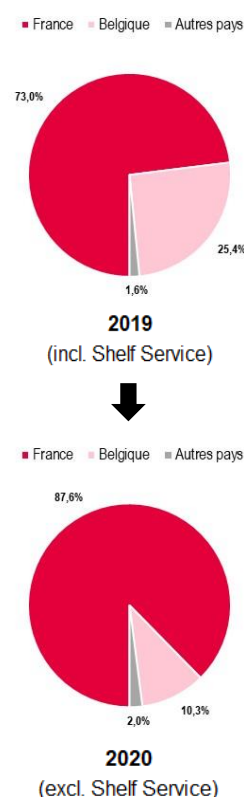
Indicateurs clés de performance

Récapitulatif des objectifs RSE	2018 ⁽¹⁾	2019 ⁽¹⁾	2020	Objectif
Ancienneté moyenne (en années)	6,5	6,8	7,6	≥ 8
Taux d'absentéisme spécifique	2,7 %	2,4 %	3,3 %	≤ 4,0 %
Taux de collaborateurs ayant reçu au moins une formation au cours de l'année	30,4 %	51,4 %	56,9 %	≥ 50,0 %
Taux de traitement des demandes de droits des personnes	100 %	100 %	100 %	100 %

(1) Données retraitées suite à la cession de Shelf Service en octobre 2020 (cf. « Périmètre géographique du reporting RSE »)

et 2019 concernant cette dernière ont été retraitées en conséquence afin d'améliorer la comparabilité entre les années.

La répartition des effectifs à fin 2019 (incluant Shelf Service) et à fin 2020 (excluant Shelf Service) est la suivante :



4

Suivi des indicateurs RSE

Les informations sociales sont majoritairement intégrées dans l'outil de reporting du Groupe. Certaines informations spécifiques concernant la gestion des ressources humaines font l'objet d'un reporting propre. Les informations sociétales, environnementales, liées au respect des droits de L'Homme et à la lutte contre la corruption sont, quant à elles, collectées par la holding du Groupe via des questionnaires déclaratifs, complétés tous les ans par les managers responsables des *business units*. La consolidation des informations est ensuite faite par la direction financière, sous forme de tableaux de bord.

Périmètre géographique du reporting RSE

Le périmètre du reporting RSE se base sur le périmètre de consolidation au 31 décembre 2020, présenté en page 180 du document d'enregistrement universel 2020. 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 sociales, sociétales, environnementales, relatives au respect des droits de l'Homme et à la lutte contre la corruption et l'évasion fiscale 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, la filiale Shelf Service (et sa filiale au Luxembourg), cédée en octobre 2020, est exclue de ce périmètre. Les données 2018

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

- France : sociétés basées à Aix-en-Provence, Lyon (Oullins) et Paris ;
- Belgique : sociétés basées à Asse et Anvers ;
- Autres pays : sociétés basées en Espagne (Madrid) et en Italie (Côme).

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.

COVID-19

La crise sanitaire a eu un impact significatif sur l'ensemble des clients et activités du Groupe. Le Groupe s'est rapidement adapté en mettant en place dans chaque filiale une organisation pour continuer à accompagner au mieux ses clients.

A ce titre, HighCo a pris toutes les mesures nécessaires pour limiter les effets de l'épidémie sur ses collaborateurs :

- rappel des « gestes barrières » et renforcement des mesures de protection sanitaire dès les premières annonces des autorités ;
- fermeture des sites du Groupe et déploiement de mesures pour préserver la continuité d'activité (télétravail) ;
- maintien de la cohésion de Groupe grâce aux différents outils collaboratifs mis en place.

Par ailleurs, pour faire face à la baisse d'activité et afin de préserver sa trésorerie, le Groupe a également eu recours aux dispositifs gouvernementaux mis à sa disposition (report du paiement des charges fiscales et sociales, chômage partiel, PGE, etc.), reporté les deux dernières échéances relatives à la convention de crédit conclue en 2015, réalisé un plan d'économies sur les charges fixes initialement prévues (frais commerciaux, coûts de communication, etc.), suspendu son programme de rachats d'actions, suspendu ses investissements non prioritaires (CAPEX) et, enfin, proposé à l'assemblée générale de mai 2020, qui l'a approuvé, de ne pas verser de dividendes au titre de l'exercice 2019.

MODELE D'AFFAIRES

Notre modèle de création de valeur



Notre mission

Expert en Data Marketing et communication, HighCo innove en permanence pour relever avec les marques et *retailers* les challenges du commerce de demain.

Nos valeurs

Quatre valeurs guident le Groupe et ses collaborateurs dans leur quotidien.

Innovation

Depuis sa création, le Groupe a placé l'innovation au cœur de ses valeurs : innovation technologique métier en tout premier lieu, mais également innovation dans nos façons de travailler ensemble et dans nos modes de collaboration avec nos clients, allant jusqu'à la construction de structures d'innovation conjointes.

Performance

La performance financière, qui assure la solidité du Groupe pour un développement durable. Mais également la performance dans les actions que nous proposons à nos clients au quotidien.

Passion

Celle de nos équipes pour leur métier. Celle également que nous mettons dans la construction d'une vision humaine et managériale qui favorise l'autonomie et l'épanouissement des collaborateurs.

Respect

Celui de nos collaborateurs en tout premier lieu, avec une attention particulière accordée à l'équité homme-femme à tous les niveaux du Groupe, notamment dans la gouvernance. Le respect de nos clients, ensuite, et du travail délivré. Enfin, le respect de l'ensemble de nos parties prenantes : actionnaires, prestataires, partenaires, acteurs du territoire, etc.

Notre offre

Depuis sa création, les équipes de HighCo se remettent chaque jour en question pour apporter à leurs clients des réponses innovantes sur les quatre pôles d'expertises qui constituent sa chaîne de valeur :



Stratégie marketing

Accompagner les directions marketing de nos clients marques et distributeurs dans la construction de leurs stratégies de contenu, de communication et de relation clients :

- Plateforme de marque ;
- Stratégie de communication ;
- Engagement réseaux sociaux ;
- Stratégie media.

Expérience clients

Aider nos clients à intégrer la connaissance de leurs *shoppers* dès la conception de leurs stratégies. Les accompagner dans la conception et la création de leurs interfaces et des différents points de contact :

- Design de service ;
- SMS et Push notifications ;
- Applications mobiles et sites web ;
- Programmes de fidélisation.

Data Marketing

Collecter, analyser et utiliser les données pour bâtir des modèles algorithmiques de ciblage et de personnalisation des contenus diffusés, dans le respect de la vie privée et de la réglementation sur les données personnelles :

- Collecte & analyse de données ;
- Moteurs de ciblage et personnalisation ;
- Algorithmes prédictifs (Intelligence Artificielle) ;
- Technologies « *RGPD compliant* ».

Campagnes d'activation

Proposer aux marques et aux distributeurs une prise en charge « 360° » de leurs politiques d'activation et d'engagement, depuis la conception des campagnes, le choix des mécaniques, la mise en œuvre sur l'ensemble des canaux et la gestion opérationnelle :

- Mécaniques promotionnelles ;
- Diffusion multicanale ;
- Logistique et Merchandising ;
- Gestion opérationnelle et traitement des coupons.

Nos filiales expertes de leurs métiers



Nos clients

HighCo a acquis, depuis sa création, une connaissance approfondie des problématiques des distributeurs et des marques, notamment dans le secteur de la grande consommation.

Aujourd'hui, HighCo travaille avec la grande majorité des acteurs du secteur.

Cette expertise du « retail », qui confère à HighCo une place d'acteur majeur sur ses marchés, est reconnue par les clients fidèles que le Groupe accompagne depuis de nombreuses années dans leurs stratégies marketing et communication et dans la migration de leurs actions vers le Digital.

Distributeurs



Marques



Évolution du marché et stratégie HighCo

Évolution du marché

Le commerce, et notamment le commerce alimentaire, est un secteur en constante évolution.

La montée en puissance du digital dans le commerce a bouleversé des schémas établis et modifié les comportements et les usages des consommateurs.

Les distributeurs et les marques sont confrontés à de nouvelles problématiques qui les poussent à repenser en permanence leurs stratégies marketing et communication :

- un parcours d'achat devenu multicanal ;
- la montée en puissance du mobile dans le quotidien des consommateurs et dans leur parcours d'achat ;
- l'expansion du e-commerce, notamment alimentaire, avec le drive ;
- la bascule d'une communication de masse à une communication ciblée et personnalisée qui répond aux attentes de chaque consommateur ;
- la réglementation autour de l'utilisation des données.

Le marché évolue sans cesse et s'est restructuré autour de nouveaux acteurs ou d'acteurs historiques qui ont fait évoluer leur offre : des start-ups technologiques qui interviennent sur certaines briques de la chaîne de valeur, des acteurs historiques qui se dotent de compétences nouvelles et certains clients eux-mêmes qui intègrent de nouveaux savoir-faire.

Stratégie HighCo

Dans ce contexte, HighCo a lancé un start-up studio, HighCo Venturi, ayant pour mission de créer les solutions « retailtech » qui permettront de répondre aux problématiques marketing des marques et distributeurs, et notamment aux enjeux de digitalisation de la promotion. HighCo se donne ainsi, à travers cette démarche ambitieuse, les moyens d'accompagner ses clients et de conserver une place de premier plan sur le marché.

INFORMATIONS SOCIALES

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

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

Au-delà de cette politique, le Groupe s'efforce de faire grandir au quotidien ses collaborateurs, de les rendre autonomes et de leur permettre de contribuer, de manière collaborative, à des projets structurants. C'est pour cette raison qu'a été initié le projet « NEXT » en 2018. Au-delà des 6 chantiers ouverts sur lesquels les collaborateurs ont proposé leurs idées, cela représente surtout une approche managériale « agile » pour aborder de nouveaux projets.

Par ailleurs, lorsque cela est possible, le Groupe favorise la mobilité géographique et/ou fonctionnelle de ses collaborateurs.

Emploi

Évolution des effectifs

Effectifs au 31/12/2018	778
Acquisitions de filiales ou d'activités (CDI et CDD)	-
Entrées CDI	+ 146
Sorties CDI	- 141
Solde net CDI	+ 5
Solde net CDD	- 19
Effectifs au 31/12/2019 publié	764
Cessions de filiales ou d'activités 2020	- 131
Effectifs au 31/12/2019 retraité	633
Acquisitions de filiales ou d'activités (CDI et CDD)	-
Entrées CDI	+ 68
Sorties CDI	- 105
Solde net CDI	- 37
Solde net CDD	- 6
Effectifs au 31/12/2020	590

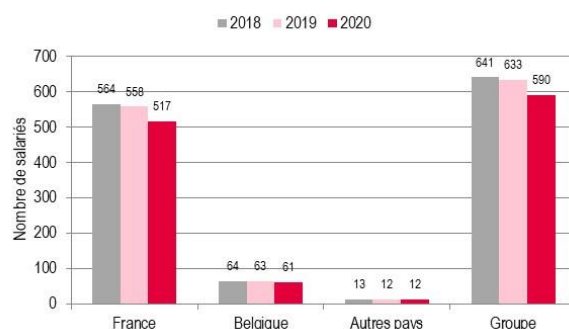
En 2020, la variation sur les cessions de filiales correspond à la sortie, en octobre, des 131 collaborateurs de la filiale Shelf Service en Belgique (et de sa filiale au Luxembourg), en contrats à durée indéterminée.

Fin 2020, le Groupe compte 590 collaborateurs, contre 633 à fin 2019 (à périmètre comparable), soit une baisse de 6,8 %.

Compte tenu d'une baisse d'activité de 10,3 % (MB), HighCo a fait preuve de résilience face aux conséquences d'un événement aussi exceptionnel que celui de la pandémie de

COVID-19, démontrant ainsi la pertinence de son modèle d'affaires basé sur ses collaborateurs.

Répartition par zone géographique

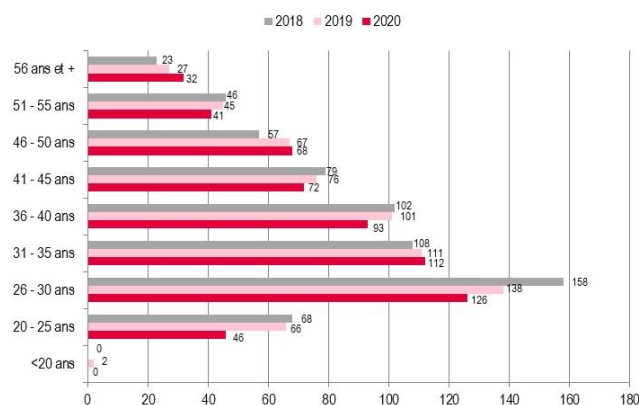


Fin 2020, la France compte 517 collaborateurs, contre 558 à fin 2019, soit 87,6 % de l'effectif total du Groupe avec deux implantations principales, à Aix-en-Provence et à Paris, et une filiale près de Lyon.

L'international représente désormais 12,4 % des effectifs à fin 2020 avec 73 collaborateurs, contre 75 à fin 2019 (à périmètre comparable), répartis dans 3 pays (par ordre d'importance) : Belgique, Espagne et Italie.

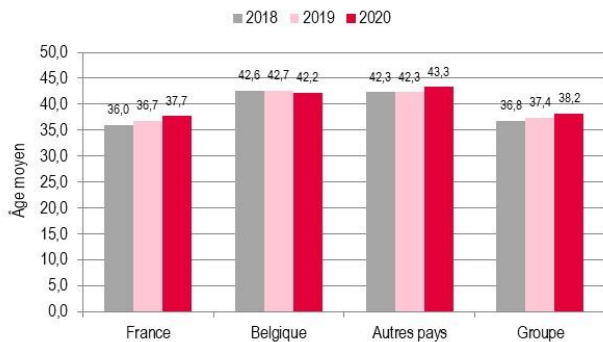
Répartition par âge

Pyramide des âges



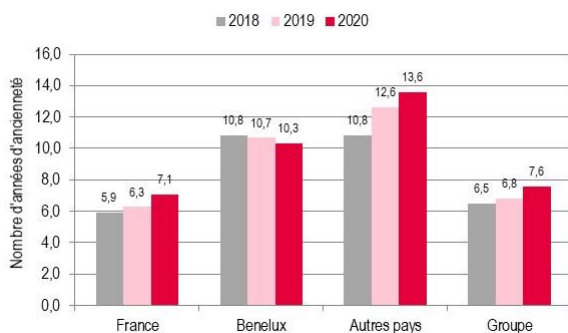
La répartition des effectifs par âge reste relativement stable. La part des moins de 35 ans représente toujours près de la moitié des effectifs du Groupe, reflet de la mutation digitale.

Évolution de l'âge moyen par zone géographique



Fin 2020, l'âge moyen des salariés du Groupe est de 38,2 ans, en hausse de 0,8 an par rapport à fin 2019 (37,4 ans). Cette hausse est cohérente avec l'évolution de l'ancienneté décrite ci-après. En France, la moyenne d'âge est inférieure à celle des autres zones géographiques de par la présence plus forte de profils digitaux généralement plus jeunes (68,0 % de l'activité dans le Digital en 2020).

Évolution de l'ancienneté moyenne par zone géographique



Fin 2020, l'ancienneté moyenne est en hausse de 0,8 an par rapport à fin 2019, passant de 6,8 ans à 7,6 ans. Cette hausse régulière, observée depuis 2018, rapproche HighCo de son objectif de 8 ans d'ancienneté moyenne, reflétant la pertinence de sa politique sociale.

Ancienneté moyenne

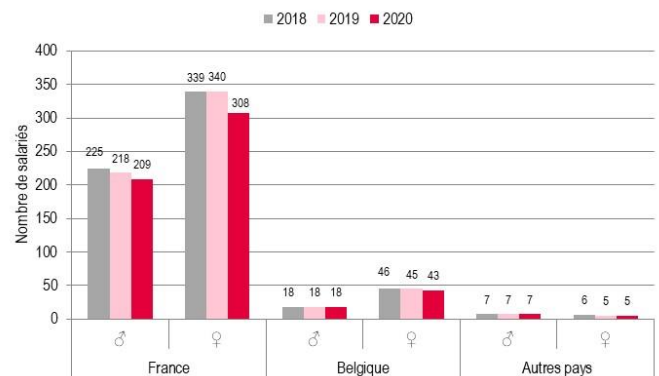
2019 : 6,8 ans

2020 : 7,6 ans



Objectif moyen-terme
≥ 8 ans

Répartition par sexe



La répartition par sexe dans le Groupe est relativement stable dans le temps.

Les collaboratrices restent majoritaires et représentent 60,3 % de l'effectif à fin 2020, contre 61,6 % à fin 2019. Cette majorité de femmes se retrouve en France (59,6 %) et particulièrement en Belgique (70,5 %) où elle est plus marquée.

Rémunérations

Salaires et charges sociales

Le niveau et la structure des rémunérations du Groupe dépendent 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 est la suivante :

• Groupe

En M€	2020	2019	Variation 2020/2019
Salaires et traitements	29,07	31,06	- 6,4 %
Charges sociales	11,91	12,99	- 8,3 %
Taux de charges sociales	41,0 %	41,8 %	- 80 bps

La masse salariale (salaires et traitements) est en repli de 6,4 % en 2020, conséquence à la fois de la diminution des effectifs et de la baisse d'activité impactant les éléments de rémunération variable (moins de primes commerciales, absence de bonus Directoire, etc.).

Cette baisse de la masse salariale se retrouve par ailleurs sur l'ensemble des zones géographiques du Groupe.

• France

En M€	2020	2019	Variation 2020/2019
Salaires et traitements	25,81	27,56	- 6,4 %
Charges sociales	10,84	11,91	- 9,0 %
Taux de charges sociales	42,0 %	43,2 %	- 120 bps

En France (89,4 % des salaires et charges sociales du Groupe), Highco a maintenu les salaires à 100 % durant les périodes de chômage partiel, essentiellement en avril et mai 2020.

• Belgique

En M€	2020	2019	Variation 2020/2019
Salaires et traitements	2,72	2,92	- 7,0 %
Charges sociales	0,89	0,90	- 1,3 %
Taux de charges sociales	32,7 %	30,9 %	+ 180 bps

• Autres pays

En M€	2020	2019	Variation 2020/2019
Salaires et traitements	0,54	0,57	- 6,5 %
Charges sociales	0,18	0,18	+ 0,2 %
Taux de charges sociales	33,2 %	31,0 %	+ 220 bps

Intéressement

Des accords d'intéressement sont en vigueur en France sur les entités HighCo, HighCo MINDOZA et HighCo EDITING. Ces accords historiques 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 2020 s'élève à 154 K€ et concerne 75 collaborateurs, contre 283 K€ pour 86 collaborateurs en 2019.

Participation

Au titre de l'exercice 2020, le Groupe a provisionné un montant de réserve spéciale de participation de 500 K€ concernant 216 collaborateurs de sa filiale HighCo DATA France. Elle s'élevait à 617 K€ pour 245 collaborateurs en 2019.

Plan d'épargne d'entreprise

Les salariés des sociétés HighCo, HighCo MINDOZA, 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 ou de la participation. Ils permettent d'investir l'épargne dans des fonds communs de placement dont les caractéristiques répondent à des objectifs différents en fonction du profil du collaborateur (risque et rendement).

Parmi eux, le FCPE « Actionnariat HighCo » permet notamment aux salariés de HighCo, HighCo MINDOZA et HighCo EDITING d'investir en actions HighCo (HCO). À ce titre, les salariés et anciens salariés détiennent 92 172 actions HighCo au 31 décembre 2020 (0,4 % du capital) contre 68 013 actions HighCo au 31 décembre 2019 (0,3 % du capital). L'entreprise participe à l'effort des salariés par la prise en charge des frais de gestion.

Plan d'attribution gratuite d'actions

Pour rappel, en 2016, souhaitant fidéliser les collaborateurs qui avaient permis d'atteindre les très bonnes performances sur la période 2014-16, le Directoire du Groupe avait décidé d'attribuer gratuitement des actions HighCo à plus de 400 salariés. Ces actions ont été définitivement acquises par 380 collaborateurs respectant la condition de présence obligatoire en 2017. Bien qu'en 2018 ces actions soient devenues disponibles pour les 380 collaborateurs concernés, le Groupe se félicite que près de 300 collaborateurs soient toujours actionnaires à fin 2020, représentant plus de la moitié des effectifs.

Organisation du travail

Organisation du temps de travail

Les durées du travail diffèrent selon les zones géographiques des sociétés :

Zone géographique	Durée légale du temps de travail hebdomadaires
France	35 heures
Belgique	38 heures
Espagne	40 heures
Italie	40 heures

Au global, le nombre d'heures travaillées en 2020 s'est élevé à 1,00 million d'heures, contre 1,12 millions d'heures en 2019, soit une baisse de 10,2 %. Cette baisse est cohérente avec la baisse du niveau d'activité (- 10,3 %). Hors prise en compte du chômage partiel, le nombre d'heures travaillées aurait été de 1,07 millions d'heures, soit une baisse limitée à 3,9 %.

Par ailleurs, et en dehors des mesures exceptionnelles de chômage partiel, il existe différents mécanismes d'aménagement du temps de travail en fonction de la zone géographique et/ou de l'entité.

En France, il existe quatre types d'aménagement des 35 heures qui diffèrent en fonction des conventions collectives, 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 entités, 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, 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.

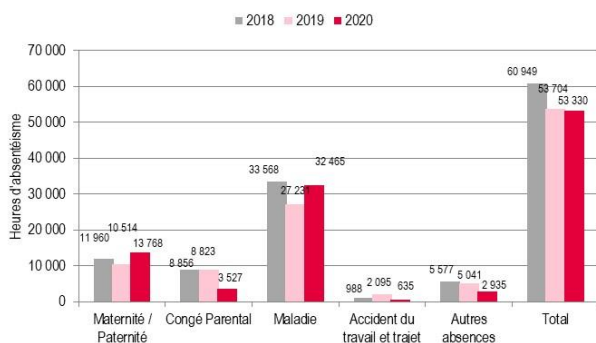
En 2020, compte tenu des mesures sanitaires restrictives prises par les autorités (interdiction de rassemblement, restrictions de déplacements, etc.), et afin de préserver la santé des collaborateurs et la continuité d'activité, les sites du Groupe ont d'abord été fermés durant la première période de confinement. Par la suite, le Groupe a incité ses collaborateurs à favoriser le télétravail autant que possible, conformément aux préconisations des autorités. En parallèle, après avoir sensibilisé les collaborateurs aux gestes barrières et adapté les locaux en conséquence, des organisations ont été mises en place pour permettre à ceux dont la pratique du télétravail était impossible ou qui en ont manifesté le besoin, de revenir ponctuellement sur leur lieu de travail.

Bien qu'en place depuis plusieurs années, le télétravail s'est donc très rapidement généralisé en 2020, les équipes étant désormais toutes organisées pour être totalement opérationnelles à distance.

Absentéisme

Impacté par la crise sanitaire, le Groupe a été contraint, pour certains de ses effectifs, de faire appel aux mesures exceptionnelles de chômage partiel mises en place par les autorités. Pour ne pas biaiser l'analyse, les heures d'absentéisme présentées ci-après ne tiennent donc pas compte des heures liées au chômage partiel. Celles-ci ont représenté un total de 70 479 heures, très majoritairement en France.

Nombre d'heures d'absentéisme par motif

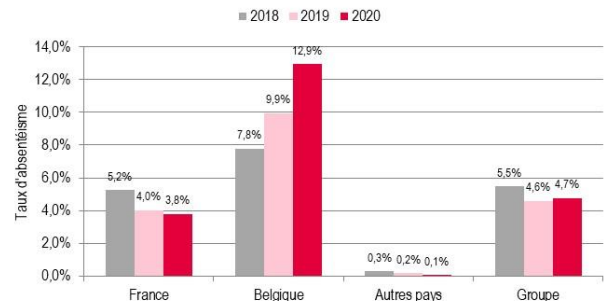


Alors que le nombre d'heures travaillées a diminué de 3,9 % entre 2019 et 2020 (hors prise en compte du chômage partiel), le nombre d'heures d'absence est resté relativement stable en valeur (- 0,7 %). Cette hausse relative du nombre d'heures d'absence (cf. Evolution du taux d'absentéisme ci-après) s'explique principalement par la forte augmentation des heures d'absence pour maladie (+ 19,2 %), la forte baisse des absences pour congé parental étant partiellement compensée par la hausse des congés maternité/paternité.

Indicateur important de la santé et de la sécurité au travail, le nombre d'heures d'absence pour accident du travail ou de trajet a été divisé par trois en 2020, représentant seulement 0,1 % du nombre total des heures travaillées. Pour rappel, en 2019, le nombre d'heures d'absence pour accident du travail ou de trajet avait été multiplié par plus de deux suite à quelques absences de longue durée (> 1 mois) en France et en Belgique. En 2020, la mise en place massive du télétravail a eu un impact positif sur la diminution du nombre d'accidents de trajet.

Évolution du taux d'absentéisme par zone géographique

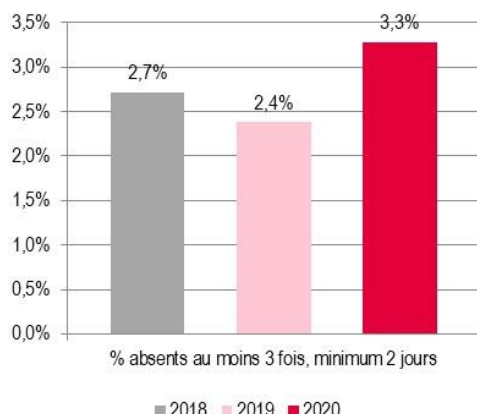
Le taux d'absentéisme est calculé en divisant le nombre d'heures d'absences par la somme des nombres d'heures travaillées et d'heures d'absences.



Ainsi, le taux d'absentéisme du Groupe, tous pays et motifs confondus, en excluant les heures liées au chômage partiel, est en légère hausse et s'affiche à 4,7 % en 2020 contre 4,6 % en 2019. La forte hausse du taux d'absentéisme en Belgique est essentiellement liée à trois absences pour maladie de longue durée (> 1 an).

Évolution de la récurrence des absences

Afin de mieux mesurer son impact sur les performances extra-financières, le Groupe a choisi de suivre un indicateur spécifique qui lui semble davantage pertinent : la récurrence des absences.



% d'absentéisme spécifique⁽¹⁾

2019 : 2,4 %

2020 : 3,3 %



Objectif moyen-terme
≤ 4,0 %

⁽¹⁾ collaborateurs différents en CDI, absents 2 jours consécutivement (ou plus) pour maladie ou accident du travail/trajet, au moins 3 fois dans l'année à des périodes différentes.

Si le Groupe a atteint dès 2019 l'objectif moyen terme qu'il s'était fixé initialement, la hausse en 2020 de ce taux d'absentéisme spécifique, qui passe de 2,4 % à 3,3 %, démontre la pertinence de cet objectif afin de mesurer durablement les effets positifs des mesures mises en place pour lutter contre l'absentéisme.

Afin de lutter contre ce phénomène, le Groupe met en place des actions favorisant le bien-être au travail en partie détaillées dans le paragraphe « Relations sociales » ci-après. L'aménagement des locaux fait également l'objet d'un suivi particulier afin d'améliorer régulièrement les conditions de travail, en témoignent les réaménagements en intégralité des locaux de Paris et de Asse en 2020.

Par ailleurs, les filiales belges ont mis en place un comité de prévention et de protection interne des collaborateurs, nommé « Wellbeing ». Ce comité organise différents workshops, diffuse des astuces « bien-être », réalise des enquêtes de satisfaction et procède à des analyses de risques liés aux accidents du travail.

Santé et sécurité

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 les dangers encourus. Les principaux risques sont les accidents de trajet, et, dans une moindre mesure, les manutentions effectuées dans les entrepôts de logistique près d'Aix-en-Provence.

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 d'Asse (Belgique) construits il y a une dizaine d'années. Il existe un Comité Social et Economique (CSE) en France, et, en Belgique, un Comité pour la Prévention et la Protection du Travail (CPPT) et un Service Interne pour la Protection et la Prévention du Travail (SIPPT). 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.

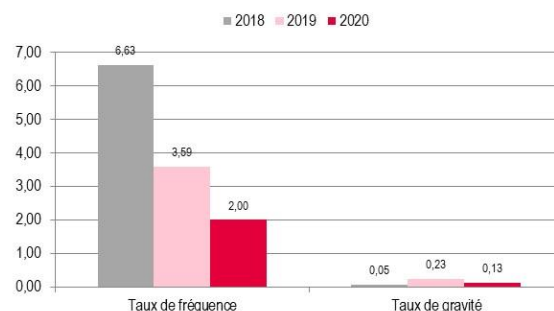
Il n'existe pas, en France, d'accords signés en matière de santé et de sécurité au travail.

En Belgique, depuis 2019 chaque nouveau collaborateur est accueilli par le département ressources humaines et reçoit, le jour de sa prise de fonction, une information complète relative à la santé, la prévention et la sécurité au travail.

Fréquence et gravité des accidents du travail

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.



En 2020, le taux de fréquence d'accidents du travail s'affiche à 2,00, contre 3,59 en 2019 (à périmètre comparable).

Cette variation est directement liée à une diminution du nombre d'accidents du travail avec arrêt de courte durée (inférieur à une semaine d'arrêt).

Le taux de gravité est également en baisse et s'affiche à 0,13 en 2020, contre 0,23 en 2019.

Ces baisses pourraient s'expliquer en partie par le recours massif au télétravail, conséquence de la pandémie de COVID-19. Pour rappel, en 2019, la hausse du taux de gravité correspondait à l'absence d'un collaborateur durant plusieurs

mois suite à un arrêt de travail. Sans cet arrêt, le taux aurait été de 0,13.

Ces indicateurs confirment la faible dangerosité à laquelle sont exposés les salariés au sein du Groupe.

Relations sociales

Organisation du dialogue social

En France, la société HighCo DATA est dotée d'un Comité Social et Economique (CSE). Ce comité a reçu, au titre de 2020, une dotation d'un montant total de 28 K€, contre 33 K€ en 2019. Par ailleurs, une autre filiale dispose de délégués du personnel se réunissant régulièrement.

En Belgique, il existe un « conseil d'entreprise », équivalent belge du CSE pour la partie représentation du personnel. 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 et Italie), ce type d'organe de représentation des salariés n'existe pas, les seuils réglementaires n'étant pas atteints.

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 l'aménagement du temps de travail, des accords de rémunération collectifs (intéressement et participation) et l'égalité entre les femmes et les hommes.

De plus, 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 qui bénéficient d'une mutuelle et/ou d'une prévoyance différentes.

En Belgique, le principal accord collectif concerne l'aménagement du temps de travail décrit précédemment. Par ailleurs, il existe deux types d'assurances prises en charge par l'employeur : mutuelle et assurance vie/décès. Il existe également des accords sur l'égalité de traitement femmes-hommes et l'emploi des travailleurs seniors.

Communication interne

Le Groupe a toujours accordé une grande importance à la communication interne et souhaité associer tous ses salariés à

ses projets, 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 et/ou les événements majeurs sur les principaux sites d'implantation du Groupe ;
 - les réunions spécifiques avec les équipes dédiées (administratives ou opérationnelles).
- Pour la convivialité et l'unité :
 - les soirées internes des collaborateurs ;
 - les séminaires de certaines entités opérationnelles ;
 - les séminaires managers.

Conséquence de la pandémie de COVID-19, les événements de communication liés à l'information ont majoritairement eu lieu en visioconférences. Les événements visant au maintien de la convivialité et de l'esprit de Groupe ont quant à eux dû être entièrement repensés et réinventés.

Pour la communication interne au quotidien, le Groupe s'appuie sur son réseau social d'entreprise auquel se connectent les collaborateurs : HighCONNECT. Fêtant ses 5 ans, cette plateforme a toujours pour objectif de faciliter les échanges internes, « Business » ou de « Vie du Groupe », à travers notamment : un fil d'actualité, des communautés de travail collaboratif transversales, une veille marché hebdomadaire, des revues de cas clients, de l'engagement via des concours internes, les faits marquants de la semaine et des mises en avant de collaborateurs (talents, nouveaux arrivants, portraits, etc.). Le recours massif au télétravail en 2020 a fait de ce réseau social d'entreprise un véritable atout pour maintenir le lien social en relayant régulièrement des propositions de challenges sportifs, caritatifs ou ludiques aux équipes. Les collaborateurs ont par ailleurs été invités à exprimer leur opinion sur cet outil, afin de le faire évoluer pour mieux répondre aux usages et besoins.



HighCONNECT permet par exemple à la filiale HighCo DATA de diffuser un journal mensuel interne nommé « WikiDATA » fait par et pour ses collaborateurs. Celui-ci récapitule les actualités business de la société, ainsi que l'ensemble des événements internes et externes du mois.

Par ailleurs, depuis 2016, l'association sportive « Olympique HighCo » (OHC) permet aux collaborateurs, en partie grâce à une dotation financière du Groupe, de participer à des événements sportifs en organisant des sessions sportives, certaines encadrées, directement dans les locaux du Groupe ou

à proximité : fitness, cardio boxing, yoga, escalade, VTT, randonnée pédestre, « urban foot », badminton, etc.



En 2019, et afin de renforcer la cohésion entre les différentes filiales du Groupe, l'association OHC avait organisé la seconde édition des « HIGHCOLYMPIADES » intersites, en Belgique. Au-delà de partager un moment convivial, l'équipe vainqueur a reçu une dotation financière pour faire un don à une association à but non lucratif préalablement choisie. Le succès de cet événement sportif a conduit l'association, avec le soutien du Groupe, à l'organiser tous les deux ans.

Malgré un contexte sanitaire peu propice à l'organisation d'événements sportifs (la plupart des cours et des événements ayant été annulés à partir de mars 2020), le Groupe a su se mobiliser pour d'autres causes. Ainsi, en octobre 2020, dans le cadre de l'opération « Octobre Rose » (communication destinée à sensibiliser au dépistage du cancer du sein et à récolter des fonds pour la recherche), OHC a proposé aux collaborateurs du Groupe de relever un challenge « running » : chaque kilomètre parcouru permettant de récolter des fonds. Ainsi, grâce à la mobilisation de ses collaborateurs se sont près de 800 kilomètres qui ont été parcourus.

Grâce à la mobilisation des équipes informatiques et aux outils de visioconférence rapidement déployés, le Groupe a également pu poursuivre ses autres programmes de communication interne avec les événements et ateliers suivants :

- « Sharing & Learning », 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 ;
- « Welcome Morning », programme d'intégration des nouveaux collaborateurs ;
- « Scrum Meeting », réunions mensuelles en Belgique lancées en 2019, permettant aux collaborateurs de services différents d'apprendre à mieux se connaître.

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 spécificités de chaque site et la nécessaire flexibilité d'adaptation aux besoins identifiés localement.

En Belgique, la réglementation impose, en fonction de l'effectif, un droit à formation de 4 ou 5 jours par an et par employé.

Cependant, les compétences des collaborateurs sont clés et doivent permettre de répondre de manière adéquate et durable aux besoins de nos parties prenantes, et plus particulièrement de nos clients.

Ainsi, les thèmes de formation les plus récurrents, qui se retrouvent sur les principales zones d'implantation du Groupe, sont :

- les nouveaux outils digitaux ;
- l'informatique, notamment pour la maîtrise de logiciels mais aussi pour la conception et le développement de solutions applicatives ;
- les techniques de management ;
- les techniques commerciales et marketing ;
- la comptabilité / gestion / finance / juridique (y compris anti-corruption).

Compte tenu de la nature des activités, le Groupe n'impose pas aux salariés de suivre des formations relatives à la protection de l'environnement. En revanche, des actions de sensibilisation sont mises en œuvre auprès des collaborateurs.

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

2020	Collaborateurs formés en CDI	Collaborateurs formés en CDD	Nombre d'heures de formation	Montant investi (en K€)
France	367	8	2 429	120
Belgique	16	-	514	15
Autres pays	-	-	-	-
Total	383	8	2 943	135

2019	Collaborateurs formés en CDI	Collaborateurs formés en CDD	Nombre d'heures de formation	Montant investi (en K€)
France	253	5	4 223	164
Belgique	50	-	1 741	33
Autres pays	-	-	-	-
Total	303	5	5 963	197

Ce tableau appelle les commentaires suivants :

- les formations présentées sont celles imputées sur le budget 2020 de formations ;
- les personnes formées sont des collaborateurs différents ayant reçu au moins une formation dans l'année ;
- en France, les données présentées incluent les formations issues du CPF (Compte Personnel de Formation) mais ne tiennent pas compte des heures provenant des formations internes ;

- en Belgique, les heures présentées incluent essentiellement des formations financées via l'accord réglementaire valorisées à 12 K€ sur l'exercice.

En 2020, une formation relative aux bonnes pratiques de télétravail a été dispensée aux collaborateurs français : 297 collaborateurs et 58 managers ont respectivement pu suivre les modules « Savoir télétravailler » et « Manager des télétravailleurs ».

En France, les formations suivies dans le cadre du CPF en 2020 ont représenté 45 heures valorisées à 3 K€ (1 collaborateur formé). En 2019, elles représentaient 78 heures pour 5 collaborateurs, valorisées à 9 K€.

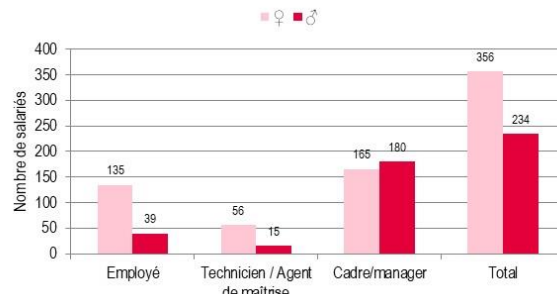
Ainsi, sur ces bases, en 2020, pour l'ensemble du Groupe, 2 943 heures de formations ont été dispensées à 391 collaborateurs différents, dont 383 collaborateurs en CDI. Cela représente en moyenne près de 8 heures de formation par collaborateur.

Le budget formation représente 0,5 % de la masse salariale du Groupe en 2020, contre 0,6 % en 2019.

le Groupe peut être amené à embaucher des CDD ou des travailleurs intérimaires. La proportion de contrats à durée indéterminée progresse légèrement à fin 2020 et s'affiche à 96,3 %, contre 95,6 % à fin 2019.

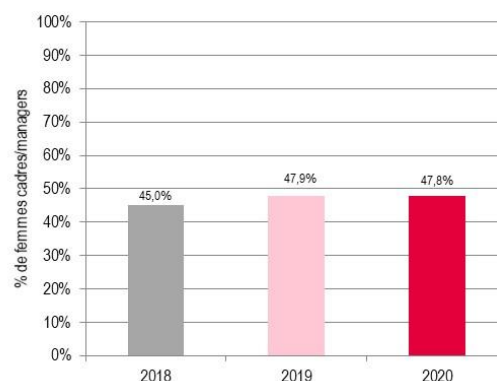
Égalité professionnelle entre femmes et hommes

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. En 2019, un accord d'entreprise sur l'égalité Homme-Femmes a été signé par la filiale la plus importante du Groupe en termes d'effectifs. Cet accord engage la société à assurer une véritable mixité dans tous les secteurs et dans toutes les étapes de la vie professionnelle des salariés.



Les femmes représentent 60,3 % du total de l'effectif à fin 2020.

L'analyse des postes occupés par les femmes au sein du Groupe à fin 2020 traduit toujours la volonté affichée de donner aux femmes et aux hommes les mêmes chances d'évolution, en particulier au niveau des « cadres/managers ».



L'équilibre au niveau des « cadres/managers » est presque atteint à fin 2020 et reste stable par rapport à 2019 puisque les femmes représentent 47,8 % de cette catégorie, contre 47,9 % à fin 2019.

Au niveau de la gouvernance du Groupe :

- un tiers des membres du Conseil de Surveillance de HighCo, organe de surveillance du Groupe, sont des femmes ;
- deux tiers des membres du Directoire sont des femmes.

% de collaborateurs ayant reçus au moins une formation⁽¹⁾

2019 : 51,4 %
2020 : 56,9 %

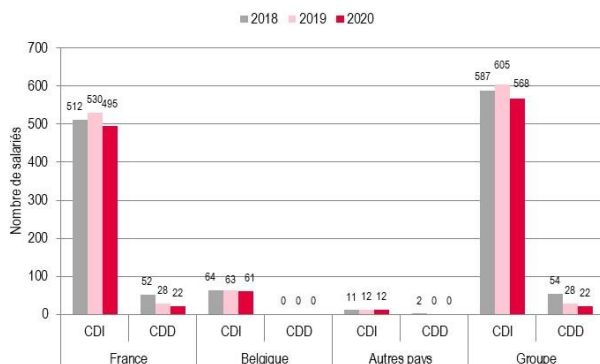


Objectif moyen-terme
≥ 50,0 %

⁽¹⁾ collaborateurs différents en CDI

Egalité de traitement

Évolution des effectifs par type de contrats



Le Groupe a généralement peu recours à des contrats à durée déterminée (CDD), ce qui s'explique par le besoin d'une main d'œuvre stable, qualifiée et expérimentée pour répondre aux attentes des clients. Néanmoins, pour certaines campagnes promotionnelles ponctuelles nécessitant plus de réactivité,

Par ailleurs, les membres du Conseil de Surveillance sont invités annuellement à délibérer sur la politique de la société en matière d'égalité professionnelle et salariale.

Personnel en situation de handicap

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 2020, le Groupe a employé directement 5 collaborateurs en situation de handicap, contre 4 en 2019.

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.

Politique de lutte contre les discriminations

Depuis la création du Groupe, la valeur « Respect », dans la continuité de la valeur historique « Exemplarité », a toujours conduit les dirigeants de HighCo à faire de la lutte contre toute forme de discrimination un principe fondamental de son fonctionnement.

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.

Actions en faveur des droits de l'Homme

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.

Par conséquent, le Groupe n'a pas engagé d'actions spécifiques en faveur des droits de l'Homme.

INFORMATIONS RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LA CORRUPTION ET L'ÉVASION FISCALE

Actions engagées pour prévenir la corruption

L'exemplarité et le respect font partie des valeurs fortes et fondatrices de HighCo, formalisées dès 2012 dans sa charte d'éthique, communiquée à l'ensemble des salariés. Cette charte d'éthique, mise à jour en 2018 à la suite de la mise en œuvre des mesures de lutte contre la corruption de la Loi du 9 décembre 2016, 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 et respect de l'environnement. Elle décline ensuite ces principes en rappelant les responsabilités des collaborateurs du Groupe auprès de ses principaux partenaires : autorités, collaborateurs, clients, fournisseurs, concurrents, actionnaires, consommateurs. Les notions de lutte contre la corruption et le blanchiment d'argent sont désormais intégrées dans la charte des achats responsables.

Par ailleurs, en tant que signataire du Global Compact, HighCo soutient et applique depuis des années le principe de lutte contre toute forme de corruption.

En 2018, le Groupe a adopté un Code de conduite anti-corruption basé sur celui de Middlesbrough, communiqué à l'ensemble des salariés par le Directoire, qui s'attache à lutter contre toutes les formes de corruption. Ce code est intégré aux règlements intérieurs du Groupe et son non-respect peut entraîner des sanctions disciplinaires.

En 2019, en complément de son Code de conduite anticorruption, le Groupe a établi une politique « Cadeaux et Invitations », en tenant compte de sa cartographie des risques de corruption.

Cette politique, vise à fournir à l'ensemble des collaborateurs du Groupe un cadre et des règles dans les relations d'affaires, et

prévenir le risque de corruption. Des sessions de sensibilisation ont été effectuées.

Parallèlement, le Groupe a mis en place depuis de nombreuses années des procédures internes de contrôle permettant de limiter les risques de corruption et de fraude. Ces procédures ont été renforcées en 2020. Une cartographie des risques de corruption a été réalisée en 2018. De nouvelles procédures d'évaluation des tiers ont été mises en place, notamment à destination des services comptables. Ces procédures sont en partie détaillées aux pages 90 à 99 du document d'enregistrement universel 2020.

Enfin, si un collaborateur a personnellement connaissance d'un crime ou d'un délit, ou d'une violation grave et manifeste de la Loi, d'une menace ou d'un préjudice grave pour l'intérêt général, de conduites ou de situations contraires au Code de conduite anti-corruption, il est invité à le signaler en se conformant au dispositif d'alerte et de signalement disponible sur le réseau social d'entreprise.

Sur le plan de la gouvernance, ont été institués un Comité éthique chargé de traiter les alertes, ainsi qu'un référent. Le Comité d'audit du Groupe effectue par ailleurs régulièrement un suivi de ce dispositif anti-corruption.

Actions engagées pour prévenir l'évasion fiscale

Compte tenu de son activité et de son implantation géographique au sein de l'Union Européenne, le Groupe est faiblement exposé au risque d'évasion fiscale. Le Groupe se conforme à ses obligations en matière fiscale en ayant recours, le cas échéant, à des avocats fiscalistes afin de s'assurer du respect des réglementations locales.

Par ailleurs, la charte des achats responsables intègre la notion de fraude fiscale.

INFORMATIONS SOCIETALES

Impact de l'activité du Groupe

En termes d'emploi

Depuis sa création, 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 plus de 260 personnes à fin 2020, soit 45,1 % des effectifs du Groupe, et plus de la moitié 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, proches des villes de Bruxelles, Côme, Lyon, Madrid ou 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 notamment sur Paris ou en Belgique (immeuble situé à Asse, en périphérie de Bruxelles).

En termes de développement régional

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

- le sport et l'entreprise, par la présence d'un des dirigeants du Groupe au conseil d'administration de l'Association Olympique de Marseille, mais aussi des participations financières auprès d'associations sportives amateur locales ;
- la culture, par la participation, avec d'autres entreprises, à l'association Mécènes du Sud depuis sa création en 2003, dont la volonté est de stimuler la création artistique contemporaine régionale ; dans ce cadre, HighCo a reçu en résidence deux jeunes artistes sur le thème de la résidence « Travail-Travail » qui avait pour objectif de faire émerger une œuvre à partir de l'observation des collaborateurs in-situ ; une rencontre entre deux univers et l'occasion de valoriser le travail des collaborateurs ;
- la solidarité, à travers le Fonds HighCo pour Entreprendre, afin d'accompagner les jeunes entrepreneurs dans leur formation, leur insertion sociale et la réalisation de projets innovants ; dans ce cadre, HighCo a animé des conférences pour les associations « Entreprendre pour Apprendre » et « Positive Planet » à destination respectivement de jeunes entrepreneurs et d'entrepreneurs issus de quartiers difficiles de la région Aix-Marseille ;
- l'entrepreneuriat, au travers du « Prix Frédéric Chevalier » en vue d'aider de jeunes entrepreneurs à passer de la phase d'idée à la phase de projet ; ainsi, les collaborateurs du Groupe sont invités à partager leur expertise et expérience pour guider les jeunes lauréats de ce Prix ;
- le développement urbain, par l'adhésion d'une filiale du Groupe à la nouvelle association concernant le développement d'un quartier d'une ville voisine de Lyon.

Relations avec les parties prenantes

Outre les événements et partenariats régionaux présentés ci-avant, le Groupe, à travers ses managers, a également 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, notamment avec l'impact du Digital.

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

- l'Institut Du Commerce (IDC), plateforme de rencontre au sein de laquelle tous les acteurs du commerce, industriels, distributeurs et prestataires de service peuvent travailler ensemble pour anticiper les mutations du commerce et mieux satisfaire les attentes des *shoppers* ;
- l'Association Française du Multimédia Mobile (AF2M), qui regroupe les principaux acteurs du marché du multimédia mobile en France, notamment en tant que membre actif de la Mobile Marketing Association (MMA), mais également membre-représentant permanent de la commission déontologique ;
- Le *MobileOne Event*, évènement européen durant lequel les dernières innovations et tendances mobiles sont présentées ;
- Le *One-to-One Digital Marketing*, évènement durant lequel les innovations et tendances du Marketing Digital sont présentées lors de retours d'expérience riches ou d'échanges informels.

Compte tenu du contexte de crise sanitaire, les éditions 2020 de la plupart de ces évènements ont été repoussées à 2021.

HighCo met également à disposition de ses clients des outils opérationnels tels que des infographies, des articles ou encore une newsletter mensuelle, publiés notamment sur le blog de sa filiale HighCo DATA : www.highco-data.fr/category/actualites/. Ce blog permet de partager des informations sur le *Store & Digital*, les *Shoppers*, des études de cas, et des données clés du marché.

Enfin, HighCo encourage la publication directe par ses filiales d'ouvrages, en témoigne le livre blanc dévoilé par sa filiale Useradgents sur « l'écoconception des services digitaux ».

Au-delà de ces actions, le Groupe se voit régulièrement récompensé pour son innovation, renforçant ainsi son positionnement au sein de son écosystème d'affaires. En 2020, le jury des Mobiles d'OR 2020 a par exemple décerné à Useradgents : le prix « Bronze » dans la catégorie « Dispositif Conversationnel » (en partenariat avec Franprix) et le prix spécial « Site Mobile ».

Enfin, à l'occasion des UX Awards 2020, Useradgents a remporté le Prix de la « *Best Experience App* » (toujours avec Franprix).

Par ailleurs, au-delà de ces fortes implications professionnelles, le Groupe soutient les initiatives de partenariat avec des parties prenantes non professionnelles. Depuis 2017, HighCo communique solidairement sur l'opération « #MissingType » pour sensibiliser le plus grand nombre autour du don de sang dans le cadre de la journée mondiale des donneurs de sang. Ainsi, pendant toute la durée de l'opération, les lettres A, B et O ont disparu temporairement des logos du Groupe sur les sites internet, intranet, enseignes, profils de réseaux sociaux, etc.



En 2020, et pour la seconde année consécutive, le Groupe a soutenu le mouvement « *Movember* », évènement organisé pour sensibiliser le grand public aux pathologies masculines et récolter des fonds pour les maladies comme le cancer de la prostate.



Toujours en 2020, et afin d'accompagner ses clients face à des enjeux majeurs et de créer les relais de croissance de demain, HighCo accélère sa politique d'innovation notamment à travers son nouveau start-up studio : HighCo Venturi. Sa mission est de faire émerger, d'incuber puis de lancer les solutions d'innovation « RetailTech » pour accompagner les marques et les distributeurs.

HighCo VENTURI

Dans un contexte d'accélération de la mutation digitale du commerce, HighCo concentre les développements du start-up studio autour des problématiques de digitalisation de la promotion. Le start-up studio incite également les talents du Groupe à croire en leurs idées et à les faire grandir pour les transformer en projets dont ils seront les porteurs. A ce titre, en 2020, un collaborateur s'est lancé dans le développement d'une application qu'il a imaginé (« enjoy it »), dont l'ambition est d'évaluer et de comparer des produits, selon les avis des consommateurs.

Depuis 2017, une filiale du groupe propose, en partenariat avec les opérateurs de télécommunications, à des associations / ONG, la collecte de dons par SMS. Cette activité réglementée, qui fait l'objet d'un agrément auprès de l'ACPR – Banque de France, a permis de collecter 1,5 M€ de dons en 2020.



Depuis sa création, le Groupe a toujours mené une ambitieuse politique de création et d'acquisition de startups et encouragé l'esprit entrepreneurial. Pour aller encore plus loin dans sa démarche, et fidèle à ses valeurs – Innovation, Performance, Respect et Passion – HighCo a créé, fin 2017 le « Fonds HighCo pour entreprendre ». L'objectif de ce fonds est d'accompagner concrètement les jeunes entrepreneurs dans leur formation, insertion sociale, réalisation de projets innovants, en particulier digitaux, solidaires ou répondant à des problématiques de protection de l'environnement et de développement durable. Ce Fonds décerne chaque année depuis deux ans le « Prix Frédéric Chevalier », fondateur de HighCo, destiné à soutenir le projet d'un jeune, de 18 à 25 ans, sur la région Pays d'Aix Marseille.

En 2020, le prix « Frédéric Chevalier » a été remis à deux jeunes entrepreneurs souhaitant développer deux projets distincts : l'un est système intelligent de recyclage de l'eau de douche vers les toilettes (catégorie « Impact positif »), l'autre une plateforme globale permettant aux commerçants de proximité de bâtir une base de données clients (catégorie « Innovation digitale »).

De plus, le lauréat de la première édition (2018) a pu, en 2020, concrétiser son projet, qui est d'offrir une plateforme permettant de se créer des parcours touristiques sur-mesure. Il collabore désormais avec une quinzaine d'offices de tourisme, des départements et vient de concevoir une offre pour les hébergeurs. Ils sont désormais aujourd'hui 5 dans cette aventure.



Loyauté des pratiques à l'égard des consommateurs

De par son activité, les mesures prises en faveur de la santé et de la sécurité des consommateurs restent limitées pour HighCo. Néanmoins, en tant que fournisseur de solutions marketing et de communication à des marques de grande consommation,

le Groupe est amené à traiter des données pour le compte de ses clients.

Conformément au RGPD, le Groupe dispose d'une organisation et de procédures destinées à protéger les données personnelles qu'il traite tant pour son compte, notamment comme employeur, que pour le compte de ses clients. Cette organisation a d'ailleurs permis au Groupe d'obtenir le label CNIL « Gouvernance RGPD » en 2018. Ces procédures définissent les principales règles de bonne conduite à suivre en vue d'assurer la protection des données personnelles et la vie privée des individus, en particulier des employés et des consommateurs, ainsi que des partenaires commerciaux de HighCo.

Ce label atteste aussi que l'organisation interne du Groupe, qui repose sur une équipe de référents dans chaque filiale, un comité de projet et un Délégué à la Protection des Données (ou « DPO »), présente les garanties requises en matière de sécurité, de confidentialité et d'information sur les données personnelles. En 2020, HighCo a par ailleurs soutenu la certification AFNOR de son DPO.

Enfin, les filiales du Groupe travaillant avec des clients/fournisseurs qui traitent de données à caractère personnel annexent à leurs contrats un *Data processing agreement* (DPA), ou accord de traitement des données, qui définit les obligations réciproques des Responsables de traitement et Sous-traitant pour ce qui concerne le traitement des Données Personnelles.



En 2020, 172 demandes d'opposition, d'accès ou de suppression de données personnelles ont été faites par des personnes (consommateurs, candidats, etc.) à HighCo. Toutes ces demandes ont été traitées.

**% de demandes
de droits des personnes traitées**
2019 : 100 %
2020 : 100 %



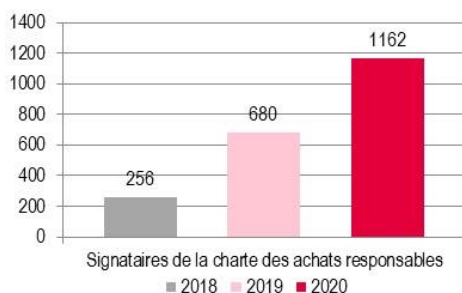
Objectif moyen-terme
100 % de demandes traitées

Sous-traitance et fournisseurs

Le Groupe fait intervenir de nombreux sous-traitants et prestataires externes pour mener à bien son activité. Avec un chiffre d'affaires 2020 de plus de 136 M€ et une marge brute de 74 M€, c'est près de 62 M€ d'achats directs qui sont réalisés (contre 82 M€ en 2019), soit 46 % du chiffre d'affaires 2020 (comme en 2019).

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

- achats de « 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 ;
- achat de papier, cartons, PLV, logiciels, primes et objets publicitaires ;
- création graphique, images et photos ;
- impression et distribution des supports de communication ;
- achat d'espaces publicitaires offline et online ;
- production média et événementielle, et sociétés d'animation ;
- prestations informatiques et technologiques ;
- prestations logistiques.



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. Cette charte a été mise à jour en 2020 afin d'intégrer les sujets de lutte contre la corruption, de blanchiment d'argent, de fraude fiscale ainsi que de conformité au RGPD.

Fin 2020, 1 162 fournisseurs et sous-traitants avaient signé la charte HighCo, contre 680 à fin 2019 (+71 %). Cette forte hausse s'explique par la mise en place courant 2019 d'un outil permettant aux fournisseurs de signer électroniquement la charte. Ainsi, la quasi-totalité des fournisseurs et sous-traitants signent la charte via cet outil.

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 également effectuées auprès des prestataires « free-lance », 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 2019, une filiale significative a souhaité aller plus loin en créant un service achat « responsable » afin de répondre aux nouvelles problématiques de ses clients. Les critères RSE sont ainsi intégrés dès les achats. En fonction des besoins, les filiales peuvent également être amenées à se faire accompagner par des experts dans leur recherche de fournisseurs RSE à l'étranger.

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.

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 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 régulièrement à des visites sur les sites de production afin de s'assurer du respect du contrat.

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.

Organisation générale

Organisation pour prendre en compte les questions environnementales

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.

Démarches d'évaluation ou de certification

Convaincu que le prix n'est pas l'unique facteur dans la négociation et la décision d'achat de ses clients, marques et distributeurs, le Groupe s'est lancé, il y a quelques années, dans une démarche d'évaluation indépendante sur les thématiques de la RSE. Cette évaluation, réalisée par la société EcoVadis, est basée sur une méthodologie éprouvée qui repose sur 21 critères et 4 thèmes : environnement, social et droits de l'Homme, éthique et achats responsables.

En 2020, HighCo a reçu la nouvelle médaille « Platine », la plus haute distinction décernée par *EcoVadis Sustainability Rating* qui distingue le top 1 % des entreprises sur cette plateforme mondiale.



Par ailleurs, le Groupe réalise, depuis 2015 en France et depuis 2018 en Belgique (années de référence), un bilan gaz à effet de serre (GES) sur tous ses sites, représentant 98,5 % de la marge brute 2020 du Groupe.

De manière générale, le Groupe n'impose pas mais encourage puis accompagne ses filiales à initier des démarches d'évaluation ou de certification.

Economie circulaire

Politique en matière de prévention et 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 capsules usagées de café sont également collectées et recyclées.

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.

Par ailleurs, en 2020, HighCo a accompagné son client ENGIE dans le cadre d'une opération commerciale : pour la souscription d'un contrat d'énergie verte, une machine à café était offerte. Cette machine s'inscrivait dans une démarche de développement durable puisqu'elle était en partie constituée de plastique recyclé, consommait moins d'énergie, et avait donc une empreinte carbone globale réduite.

Enfin, HighCo détient une participation financière dans PHENIX lauréat du prix spécial du concours FIRST Awards 2015, co-organisé par HighCo.

PHENIX est une entreprise sociale qui accompagne ses clients professionnels (grande distribution, industriels, secteur événementiel, etc.) dans leur transition vers le tournant de l'économie circulaire, en répondant avec les solutions les plus innovantes et adaptées à leurs problématiques de réduction de gaspillage et de valorisation des déchets. En professionnalisant, structurant et simplifiant leurs flux de dons, revente, ou recyclage de produits alimentaires et non alimentaires, et en

accompagnant leurs équipes sur le terrain, PHENIX permet à ses clients d'améliorer leur empreinte écologique et sociétale, tout en générant des gains économiques substantiels. Son chiffre d'affaires s'est élevé à 9 M€ en 2020. Aujourd'hui, PHENIX est la startup leader de l'« anti-gaspi » en Europe, avec 120 000 repas sauvés chaque jour, soit 50 tonnes de déchets évités quotidiennement et 5 000 entreprises, commerces et associations caritatives partenaires.



En ayant participé financièrement à une des premières levées de fonds en 2015, et en réalisant désormais des opérations conjointes avec PHENIX, HighCo s'engage concrètement et durablement en faveur d'une transition vers une économie circulaire.

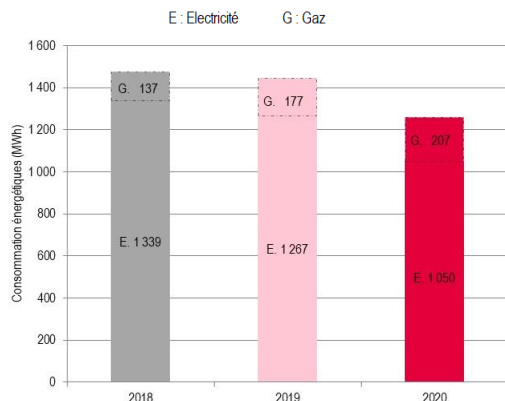
Matières premières

Le Groupe peut recourir, pour le compte de ses clients, 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.

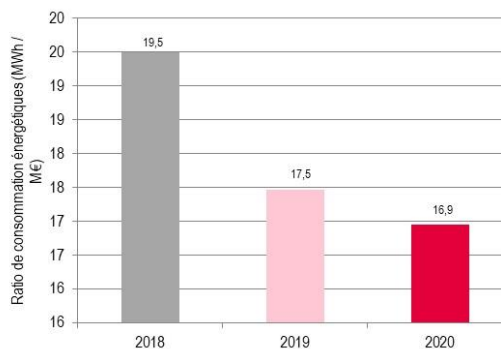
Néanmoins, la digitalisation de ses solutions, axe stratégique prioritaire du Groupe, a permis de réduire la consommation de papier année après année. Avec plus de deux tiers de ses activités dans le Digital (67,3 % de la marge brute 2020 du Groupe) HighCo a réussi sa mutation digitale et propose désormais à ses clients marques et distributeurs des solutions adaptées aux enjeux du commerce de demain.

Consommations d'énergies et d'eau

La consommation d'énergies (électricité et gaz) est en baisse (- 14,9 %) et ressort à 1 257 MWh en 2020, contre 1 444 MWh en 2019 à périmètre comparable. Pour la Belgique, une estimation proportionnelle basée sur les surfaces occupées (m²) a été effectuée pour retracer les consommations énergétiques des années 2018 et 2019 suite à la cession de Shelf Service en 2020.



Afin de mesurer l'évolution des consommations électriques par rapport à l'évolution de l'activité, le Groupe suit le ratio de consommation électrique : consommation électrique en MWh / M€ de marge brute (MB). Ce ratio est en baisse de 0,6 MWh / M€ de MB en 2020 (-3,0 %) et s'affiche à 16,9 MWh / M€ de MB. Le télétravail a favorisé cette baisse.



Aucun site n'a pour l'instant directement recours à des énergies renouvelables.

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.

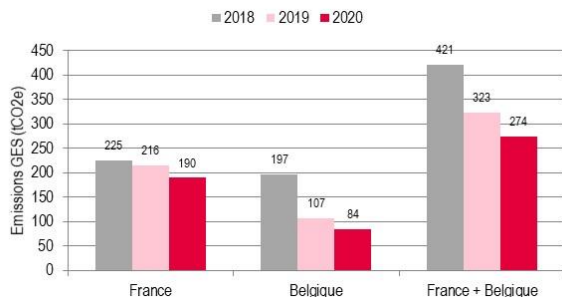
Changement climatique

Postes significatifs d'émissions GES

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 l'ensemble des émissions de gaz à effet de serre du Groupe.

Objectifs de réduction fixés volontairement à moyen et long terme pour réduire les émissions GES et moyens mis en œuvre à cet effet

Comme mentionné dans ses « Démarches d'évaluation ou de certification » ci-avant, le Groupe réalise un bilan GES depuis 2015 en France et depuis 2018 en Belgique.



Les émissions GES (« scope 1 et 2 ») en France et en Belgique sont passées de 323 tCO₂e en 2019 à 274 tCO₂e en 2020, soit une baisse de 15,3 %.

Cette diminution s'explique principalement par :

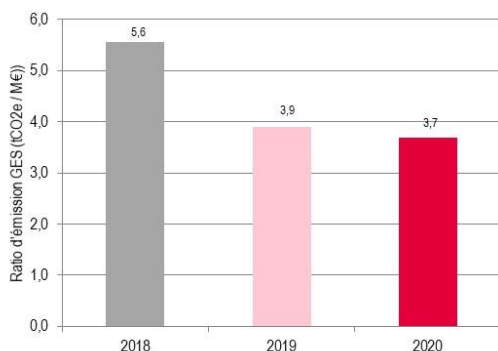
- des facteurs d'émission plus favorables ;
- une baisse des consommations électriques, tant en France qu'en Belgique (Cf. « Consommations d'énergies et d'eau ») ;
- une baisse du nombre de kilomètres parcourus par la flotte automobile (-28,6%).

A Paris, où le bâtiment du Groupe est situé 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.

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

Enfin, si le Groupe instaurait déjà progressivement le télétravail au sein de ses équipes, le contexte sanitaire 2020 l'a très fortement accéléré, afin d'assurer la continuité d'activité tout en préservant la santé des collaborateurs. Ainsi, la quasi-totalité des collaborateurs du Groupe se sont retrouvés en télétravail à 100 % durant une grande partie de l'année 2020, limitant les émissions indirectes de GES.

Le 17 mars 2021.
Le Directoire



Ces émissions représentent l'équivalent de 3,7 tCO₂e / M€ de MB en 2020, contre 3,9 tCO₂e / M€ de MB en 2019.

A fin 2020, le parc automobile du Groupe, en propre ou en location, est composé de 52 véhicules en France (tout comme en 2019), et de 27 véhicules à l'international (29 à fin 2019). La cession des activités belges de merchandising a fortement fait diminuer le parc automobile du Groupe, en cohérence avec sa stratégie digitale.

Le Groupe encourage toute initiative visant à réduire ces émissions de gaz à effet de serre.

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. Cependant, depuis 2014, les collaborateurs qui bénéficient d'un véhicule de fonction sont orientés, lors du renouvellement de ce dernier, vers des modèles plus écologiques. Enfin, quatre bornes de recharges pour voitures électriques sont mises à disposition sur le parking du siège.

HighCo

www.highco.com

COMMUNICATION
SUR LE PROGRÈS



Ceci est notre **Communication sur le Progrès** sur la mise en œuvre des Dix principes du **Global Compact des Nations Unies** et soutenant les objectifs des Nations Unies.

Nous apprécierions vos commentaires sur son contenu.