



COMMUNICATION SUR LE PROGRÈS

HIGHCO - 2022

MODELE D'AFFAIRES	7
INFORMATIONS SOCIALES	10
INFORMATIONS RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LA CORRUPTION ET L'ÉVASION FISCALE	19
INFORMATIONS SOCIETALES	20
INFORMATIONS ENVIRONNEMENTALES	23

Historique de la démarche RSE chez HighCo

Depuis sa création en 1990, HighCo a mis au cœur de son développement les sujets sociaux et sociétaux, et en particulier son fort ancrage territorial. Cela fait partie de l'ADN du Groupe. La société dans son ensemble et la réglementation ont accéléré cette prise de conscience du rôle des entreprises sur ces sujets.

Cela fait désormais près de 15 ans que le Groupe est engagé dans une démarche 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.

Aujourd'hui, HighCo a pour ambition d'être une entreprise exemplaire sur les plans sociaux, sociétaux et environnementaux.

2 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.

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 2021, HighCo a reçu pour la seconde année consécutive la médaille « Platine », la plus haute distinction décernée par *EcoVadis Sustainability Rating* qui distingue le top 1 % des entreprises sur cette plateforme mondiale.



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 communication annuelle, le Président du Directoire renouvelle l'engagement du Groupe envers le Global Compact et ses principes.



Référentiels et principes méthodologiques

Référentiels applicables

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 289-290 du document d'enregistrement universel 2021, 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.

Code Middlednext

Depuis 2010, HighCo a décidé de se référer au code de gouvernement d'entreprise Middlednext. En s'y référant, HighCo souhaite notamment démontrer que la RSE est au cœur de sa stratégie. Ce code, mis à jour en 2021, intègre désormais une nouvelle recommandation spécifique à la RSE (R 8 : Mise en place d'un comité spécialisé sur la RSE). A ce titre, en mars 2022, le Conseil de Surveillance de HighCo a modifié et étendu les missions du Comité d'audit sur les sujets liés à la RSE et l'a renommé : Comité d'audit et de la RSE.

Taxonomie verte

La Commission européenne a présenté en décembre 2019 son « Pacte vert » pour l'Europe, une feuille de route ayant pour objectif de rendre l'économie européenne durable en transformant les défis climatiques et environnementaux en opportunités afin d'atteindre la neutralité carbone à horizon 2050.

Pour orienter les investissements vers les activités économiques considérées comme durables sur le plan environnemental et lutter contre l'écoblanchiment, le Parlement européen a adopté le règlement (UE) 2020/852 du 18 juin 2020 sur « l'établissement d'un cadre visant à favoriser les investissements durables et modifiant le règlement (UE) 2019/2088 », instituant ainsi la « Taxonomie verte » européenne.

Cette taxonomie vise à définir les objectifs environnementaux de l'UE et les activités économiques correspondantes. Il s'agit d'un acte législatif majeur pour la facilitation et le développement des investissements durables et donc la mise en œuvre du Pacte vert pour l'Europe.

En particulier, en permettant aux entreprises, aux investisseurs et aux décideurs politiques de disposer de définitions des activités économiques pouvant être considérées comme durables sur le plan environnemental, il devrait contribuer à réorienter les investissements vers les domaines où ils sont le plus nécessaires.

Les objectifs environnementaux que s'est fixée l'UE sont au nombre de six :

- l'atténuation du changement climatique ;
- l'adaptation au changement climatique ;
- l'utilisation durable et protection de l'eau et des ressources marines ;
- la transition vers une économie circulaire ;
- la prévention et contrôle de la pollution ;
- la protection et la restauration de la biodiversité et de l'écosystème.

L'activité doit contribuer substantiellement à un ou plusieurs objectifs, sans causer de préjudice important aux autres objectifs (« *do not significant harm* »). De plus, elle doit être conforme aux critères d'examen techniques établis dans les actes délégués relatifs au règlement européen.

Pour l'exercice 2021, cette obligation de reporting simplifié (« éligibilité ») s'applique uniquement sur les deux premiers objectifs. Les critères d'« alignement » et les autres objectifs environnementaux seront à prendre en compte dans le cadre du reporting complet à partir respectivement des exercices 2022 et 2023.

HighCo est ainsi tenu de publier trois indicateurs : les parts du chiffre d'affaires, des investissements (Capex) et des charges opérationnelles (Opex), qui sont éligibles au sens de ce nouveau règlement européen.

Le Groupe a procédé à l'analyse de l'éligibilité de ses activités au regard des deux premiers objectifs environnementaux (atténuation du changement climatique, et adaptation au changement climatique), et a en particulier considéré les dimensions principales des offres suivantes :

- l'émission et/ou le traitement de coupons de réduction et d'offres promotionnelles, véhiculés sur un support physique ou dématérialisé ;
- la monétisation de contenu ;
- les développements informatiques.

A la suite de cette analyse, une partie des activités du Groupe a été identifiée comme étant éligible à la Taxonomie Verte, dans la catégorie 8.1 « Traitement de données, hébergement et activités connexes », dont la définition est : « Le stockage, la manipulation, la gestion, la circulation, le contrôle, l'affichage, la commutation, l'échange, la transmission ou le traitement de données par l'intermédiaire de centres de données, y compris le traitement des données à la périphérie (« *edge computing* »). ». Dans le cadre notamment des offres précitées, l'activité du groupe HighCo nécessite l'utilisation de serveurs pour les opérations de gestion et traitement de données.

Part du chiffre d'affaires éligible

Le Groupe a ainsi passé en revue l'ensemble de son chiffre d'affaires, afin de déterminer la part de celui-ci qui rentrerait dans la catégorie 8.1 « Traitement de données, hébergement et activités connexes ». La totalité du chiffre d'affaires de certaines entités consistent à gérer de la donnée, notamment à des fins de monétisation de contenu, marketing et ciblage. C'est par exemple le cas des entités High Connexion, HighCo Data Benelux, HighCo FlowCart et Publi Info. Pour d'autres entités, le chiffre d'affaires est composé de plusieurs activités. Dans ce cas-là, le chiffre d'affaires ne correspondant pas à du traitement de données a été retraité (notamment celui correspondant à des prestations de conseil, de création ou de logistique). C'est par exemple le cas des entités HighCo Data France ou HighCo Box.

Ratio Chiffre d'affaires éligible

L'objectif est de calculer un ratio d'éligibilité pour le chiffre d'affaires d'HighCo comme suit :

$$\frac{\text{Chiffre d'affaires éligible}}{\text{Chiffre d'affaire consolidé}}$$

Pour l'exercice 2021, le chiffre d'affaires des activités « éligibles » s'élève à 85,9 M€, pour un chiffre d'affaires total consolidé de 137,4 M€.

La part du chiffre d'affaires portant sur les activités éligibles est donc de 62,5 % en 2021.

A noter que l'éligibilité est basée uniquement sur la description des activités alors que l'alignement nécessite de prendre en considération les critères de contribution substantielle, le principe consistant à « ne pas causer de préjudice important » et les garanties minimales à apporter. Par conséquent, le Groupe s'attend à une baisse significative du ratio de chiffre d'affaires en 2022 après prise en compte des critères d'alignement, plus contraignants.

Part des dépenses d'investissements éligibles

La Taxonomie verte définit les dépenses d'investissements éligibles (Capex) comme les coûts encourus liés (i) à des actifs ou à des processus liés aux activités éligibles (soit la catégorie d'activités 8.1 dans le cadre du Groupe), (ii) à des Capex inclus dans un plan visant à étendre ou rendre une activité « durable », ou (iii) à des Capex individuellement éligibles (il s'agit principalement des catégories 7.7 consacrée aux investissements immobiliers et 6.5 consacrée aux véhicules). Les Capex à considérer dans l'analyse du ratio comprennent les acquisitions incorporelles et corporelles, ainsi que les nouveaux droits d'utilisation (au sens d'IFRS 16) de l'exercice.

Ratio Capex éligible

L'objectif est de calculer un ratio d'éligibilité pour les dépenses d'investissement (Capex) d'HighCo comme suit :

$$\frac{\text{Capex éligibles}}{\text{Capex total}}$$

Pour l'exercice 2021, les dépenses d'investissement « éligibles » s'élèvent à 0,8 M€ et les dépenses d'investissement totales de l'exercice à 1,4 M€.

Sur cette base, la part des dépenses d'investissement éligibles est donc de 54,7%.

A noter que l'éligibilité est basée uniquement sur la description des activités alors que l'alignement nécessite de prendre en considération les critères de contribution substantielle, le principe consistant à « ne pas causer de préjudice important » et les garanties minimales à apporter. Par conséquent, le Groupe s'attend à une baisse significative du ratio Capex en 2022 après prise en compte des critères d'alignement, plus contraignants.

Part des dépenses opérationnelles éligibles

La Taxonomie Verte définit les dépenses opérationnelles (Opex) comme les coûts directs non-inscrits à l'actif qui concernent les frais de recherche et développement, la rénovation des bâtiments, les contrats de location à court terme, l'entretien et la réparation, et toute autre dépense directe, liée à l'entretien courant d'actifs corporels, nécessaire pour que ces actifs continuent de bien fonctionner.

Du fait de son activité, la majeure partie des charges opérationnelles du groupe HighCo est constituée de frais de personnel, d'achats de prestations de services intellectuels et de « trafic » avec les opérateurs de télécommunications (push marketing digital). En conséquence, l'assiette des dépenses opérationnelles répondant à la définition de la Taxonomie, telle que détaillée ci-dessus, à prendre en compte au dénominateur de l'indicateur, ne représente sur l'exercice 2021 que 1,6 M€, soit environ 1,3 % du total des charges opérationnelles consolidées du Groupe.

Ainsi, la part des Opex au sens de la Taxonomie étant jugée non-significative par rapport au total des charges opérationnelles du Groupe sur l'exercice, HighCo a choisi d'utiliser l'exemption de matérialité offerte par le Règlement, et de ne pas présenter cet indicateur.

Enfin, la déclaration ne comprend pas d'informations relatives à ses engagements sociétaux en faveur « *de la lutte contre la précarité alimentaire, du respect du bien-être animal et d'une alimentation responsable, équitable et durable* » car ces enjeux n'ont pas été identifiés comme représentant des risques majeurs pour le Groupe.

Indicateurs clés de performance

Récapitulatif des objectifs RSE	2019	2020	2021	Objectif
Ancienneté moyenne (en années)	6,8	7,6	8,5	$\geq 8 \text{ ans}$
Taux d'absentéisme spécifique	2,4 %	3,3 %	2,8 %	$\leq 4,0 \%$
Taux de collaborateurs ayant débuté au moins une formation au cours de l'année	51,4 %	56,9 %	34,6 %	$\geq 50,0 \%$
Taux de traitement des demandes de droits des personnes	100 %	100 %	100 %	100 %

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 de la Communication sur le Progrès

Le périmètre de cette communication se base sur le périmètre de consolidation au 31 décembre 2021, présenté dans les annexes aux états financiers consolidés (page 175 du document d'enregistrement universel 2021).

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).

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.

MODELE D'AFFAIRES

Notre modèle de création de valeur

Humaines

Les femmes et les hommes du Groupe représentent sa plus grande richesse :

- 535 collaborateurs dont 86% en France et 12% en Belgique.
- Parité hommes femmes : 48% de femmes cadres/managers
- Part des moins de 35 ans : plus de 42 % des effectifs



La vision humaine et managériale du Groupe : **faire grandir** les collaborateurs, les rendre autonomes et leur permettre de contribuer, en **mode collaboratif**, à des projets structurants.

- 93 collaborateurs recrutés en 2021 dont 72 % en CDI
- 35 % des collaborateurs en CDI ont débuté une formation en 2021
- Des collaborateurs fidèles : 8,5 années d'ancienneté en moyenne

Financières

- Nos actionnaires
34 % WPP
8% autodétention
5% managers et salariés
53% autres investisseurs
- Nos banques



Retour de la **croissance d'activité** et **forte amélioration de la rentabilité**

- 76,5 M€ de Marge Brute (+3,2% PCC)
- Activités digitales en croissance (représentant 2/3 de l'activité du Groupe)
- Marge opérationnelle ajustée supérieure à 20%
- Fort retour à l'actionnaire

Outils de production

- Nos algorithmes
- Nos centres de traitement et de gestion
- Nos plateformes promotionnelles
- Notre start-up studio



Des outils de production pour :

- Être un **tiers de confiance** pour les marques et distributeurs
- Accroître les ventes de nos clients et les mesurer
- Améliorer la connaissance de leurs shoppers et augmenter leur fidélité
- Façonner les solutions Tech et Web3 de demain

Sociales et sociétales

- Notre Fonds de Dotation HighCo pour Entreprendre
- Nos valeurs et engagements



À travers son Fonds de Dotation, HighCo mène des actions en faveur de l'**entrepreneuriat**

- Accompagnement financier et mécénat de compétences des porteurs de projets sur Aix-Marseille, territoire d'origine du Groupe
- Soutien à des associations locales et nationales

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, et opérationnelle, 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 » et « Privacy by Design ».

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

Croissance du e-commerce, du m-commerce, des réseaux sociaux et émergence du Web3, le commerce, et notamment le commerce alimentaire, poursuit sa mutation :

- les magasins physiques se transforment pour devenir des lieux d'expérience et de vie ;
- l'e-commerce alimentaire, qui continue à gagner des parts de marché, permet aux consommateurs de bénéficier des mêmes offres et générosité qu'en magasin physique ;
- en croissance à deux chiffres, le m-commerce (commerce via mobile) représente désormais la moitié du e-commerce ;
- les réseaux sociaux investissent également la sphère du commerce et leurs dépenses devraient tripler d'ici 2025 ;
- les stratégies d'influence font partie intégrante du mix-marketing et le live-shopping, encore embryonnaire il y a quelques années, permet aujourd'hui de créer un nouveau lien avec le consommateur et de booster les ventes ;
- enfin, l'émergence du Web3 et du métavers ouvre aux marques et aux enseignes de nouvelles perspectives de commerce virtuel.

Stratégie HighCo

Face à cette incroyable mutation, les clients du Groupe doivent repenser leur stratégie marketing et leur communication. Dans ce contexte, l'ambition de HighCo est d'être le partenaire référent des marques et des *retailers* dans l'accélération de la transformation du commerce, notamment à son start-up studio, HighCo Venturi.

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'avait été initié le projet « NEXT » en 2018. Au-delà des chantiers ouverts sur lesquels les collaborateurs avaient proposé leurs idées, cela représentait surtout une approche managériale « agile » pour aborder de nouveaux projets. La démarche s'est poursuivie en 2021 à travers l'ouverture de nouveaux chantiers devant permettre de retrouver le chemin d'une croissance durable.

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

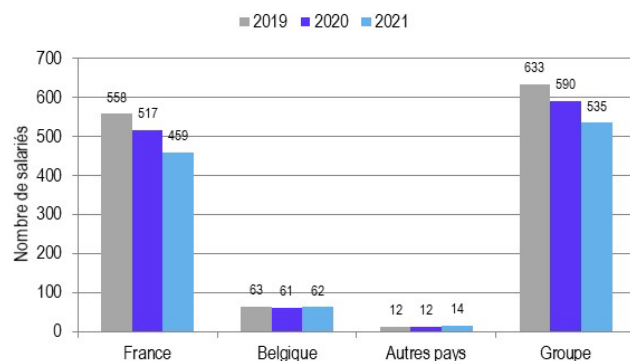
Emploi

Évolution des effectifs

Effectifs au 31/12/2019	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
Acquisitions de filiales ou d'activités (CDI et CDD)	-
Entrées CDI	+ 67
Sorties CDI	- 107
Solde net CDI	- 40
Solde net CDD	-15
Effectifs au 31/12/2021	535

Fin 2021, le Groupe compte 535 collaborateurs, contre 590 à fin 2020, soit une baisse de 9,3 %. Cette baisse s'explique en partie par le ralentissement de certaines activités historiques en France.

Répartition par zone géographique

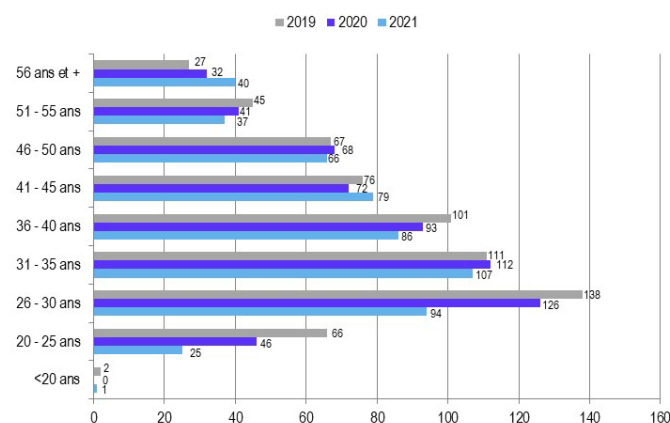


Fin 2021, la France compte 459 collaborateurs, contre 517 à fin 2020, soit 85,8 % de l'effectif total du Groupe avec deux implantations principales, Aix-en-Provence (236 p.) et Paris (198 p.), et une filiale près de Lyon (25 p.).

Avec 76 collaborateurs à fin 2021, contre 73 à fin 2020, les effectifs à l'international restent stables, représentant désormais 14,2 % des collaborateurs du Groupe. Ils sont répartis dans 3 pays (par ordre d'importance) : Belgique, Espagne et Italie.

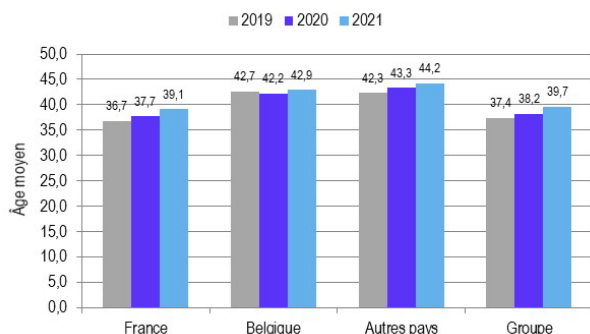
Répartition par âge

Pyramide des âges



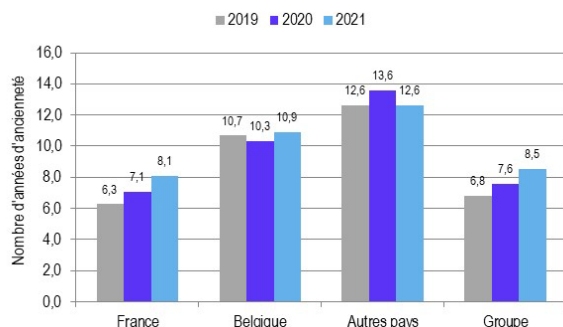
La part des moins de 35 ans passe de 48,1 % fin 2020 à 42,4 % fin 2021. Elle reste cependant significative (>40% des effectifs), signe d'une mutation digitale réussie.

Évolution de l'âge moyen par zone géographique



Fin 2021, l'âge moyen des salariés du Groupe est de 39,7 ans, en hausse de 1,5 an par rapport à fin 2020 (38,2 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 importante de profils digitaux généralement plus jeunes (plus de deux tiers de l'activité étant digitale en 2021).

Évolution de l'ancienneté moyenne par zone géographique



Fin 2021, l'ancienneté moyenne est en hausse de 0,9 an par rapport à fin 2020, passant de 7,6 ans à 8,5 ans. Cette hausse régulière, observée depuis 2018, permet au Groupe d'atteindre pour la première fois cette année son objectif de 8 ans d'ancienneté moyenne, reflétant la pertinence de sa politique sociale.

Ancienneté moyenne

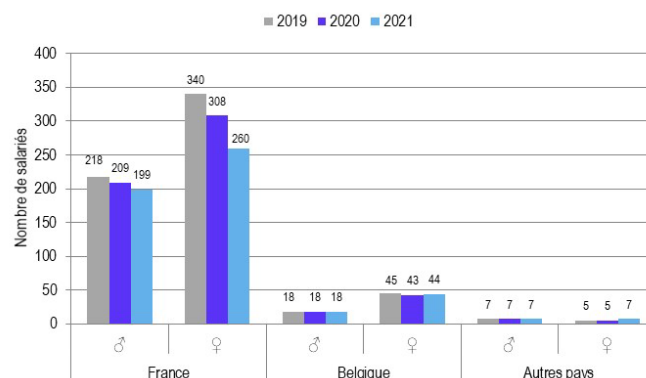
2020 : 7,6 ans

2021 : 8,5 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 58,1 % de l'effectif à fin 2021, contre 60,3 % à fin 2020. Cette majorité de femmes se retrouve en France (56,6 %) et en Belgique (71,0 %).

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 (commission, prime, etc.).

L'évolution des rémunérations brutes et des charges sociales afférentes est la suivante :

- Groupe

En M€	2021	2020	Variation 2021/2020
Salaires et traitements	28,68	29,07	- 1,3 %
Charges sociales	12,68	11,91	+ 6,5 %
Taux de charges sociales	44,2 %	41,0 %	+ 320 bps

La masse salariale (salaires et traitements) est en repli de 1,3 % sur l'exercice 2021, conséquence de la diminution des effectifs (-7,2 % d'ETP entre 2020 et 2021), en partie compensée par la hausse des éléments de rémunération variable (davantage de primes commerciales, attribution d'un bonus Directoire au titre de 2021, absence de bonus Directoire au titre de 2020, etc.).

• France

En M€	2021	2020	Variation 2021/2020
Salaires et traitements	25,34	25,81	- 1,8 %
Charges sociales	11,54	10,84	+ 6,4 %
Taux de charges sociales	45,5 %	42,0 %	+ 350 bps

Pour rappel, en France, HighCo avait maintenu en 2020 les salaires à 100 % durant les périodes de chômage partiel. Par ailleurs, la hausse des charges sociales en 2021 est liée à l'absence, en 2020, de charges sociales sur les indemnités d'activité partielle, résultant en un taux de charges sociales plus faible. Pour comparaison, en 2019 (avant COVID-19), le taux de charges sociales était de 43,2 %.

• Belgique

En M€	2021	2020	Variation 2021/2020
Salaires et traitements	2,77	2,72	+ 1,8 %
Charges sociales	0,95	0,89	+ 7,2 %
Taux de charges sociales	34,5 %	32,7 %	+ 180 bps

• Autres pays

En M€	2021	2020	Variation 2021/2020
Salaires et traitements	0,58	0,54	+ 7,1 %
Charges sociales	0,18	0,18	+ 3,2 %
Taux de charges sociales	32,0 %	33,2 %	- 120 bps

Intéressement

Des accords d'intéressement sont en vigueur en France sur les entités HighCo 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 2021 s'élève à 276 K€ et concerne 80 collaborateurs, contre 154 K€ pour 75 collaborateurs en 2020.

Participation

Au titre de l'exercice 2021, le Groupe a provisionné un montant de réserve spéciale de participation de 533 K€ concernant 187 collaborateurs de sa filiale HighCo DATA France. Elle s'élevait à 500 K€ pour 216 collaborateurs en 2020.

Ainsi, 267 collaborateurs français (58,2% de l'effectif France) ont bénéficié d'un dispositif d'épargne salariale permettant de les associer à la performance de l'entreprise.

Plan d'épargne d'entreprise

Les salariés des sociétés HighCo, 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 et HighCo EDITING d'investir en actions HighCo (HCO). À ce titre, les salariés et anciens salariés détiennent 101 285 actions HighCo au 31 décembre 2021 (0,5 % du capital) contre 92 172 actions HighCo au 31 décembre 2020 (0,4 % du capital). Le Groupe 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 avaient été définitivement acquises par 380 collaborateurs respectant la condition de présence obligatoire en 2017. Bien que ces actions soient devenues disponibles (et donc cessibles) dès 2018 pour ces 380 collaborateurs, le Groupe se félicite que près de 300 collaborateurs ou anciens collaborateurs soient toujours actionnaires à fin 2021.

Organisation du travail**Organisation du temps de travail**

Les durées de 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 2021 s'est élevé à 0,98 million d'heures, contre 1,00 million d'heures en 2020, soit une baisse de 2,0 %. Cette baisse est plus limitée que celle du nombre d'ETP sur l'exercice (- 7,2 %). Ceci s'explique par le fait qu'en 2020, les périodes de chômage partiel avaient fait baisser le nombre d'heures travaillées de manière exceptionnelle. Hors prise en compte du chômage partiel, le nombre d'heures travaillées en 2020 aurait été de 1,07 millions d'heures. En retraçant ces périodes de chômage partiel, la baisse en 2021 serait donc de 8,5 %, plus cohérente avec la baisse du nombre d'ETP.

Par ailleurs, 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.

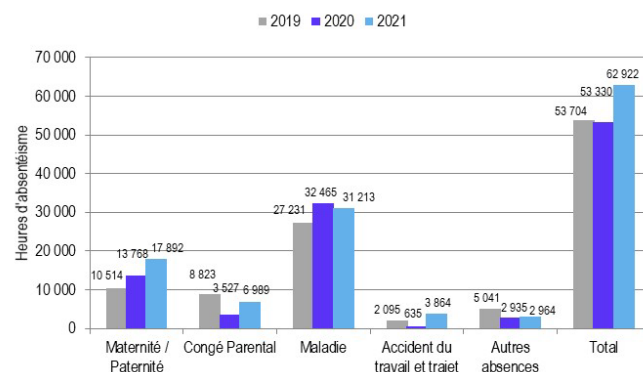
En 2020, compte tenu des mesures sanitaires restrictives prises par les autorités, et afin de préserver la santé des collaborateurs et la continuité d'activité, les sites du Groupe avaient d'abord été fermés durant la première période de confinement. Par la suite, le Groupe avait incité ses collaborateurs 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, la mise en place du télétravail s'est accélérée et généralisée en 2020, dans un contexte de crise sanitaire sans précédent. En 2021, le télétravail est définitivement rentré dans l'organisation opérationnelle des équipes. Si chaque *Business Units* est autonome dans son organisation opérationnelle, il ressort des pratiques que les collaborateurs sont en télétravail en moyenne deux jours par semaine.

Absentéisme

En 2020, impacté par la crise sanitaire, le Groupe avait 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 au titre de 2020 ne tiennent donc pas compte des heures liées au chômage partiel. Celles-ci avaient représenté un total de 70 479 heures, très majoritairement en France.

Nombre d'heures d'absentéisme par motif



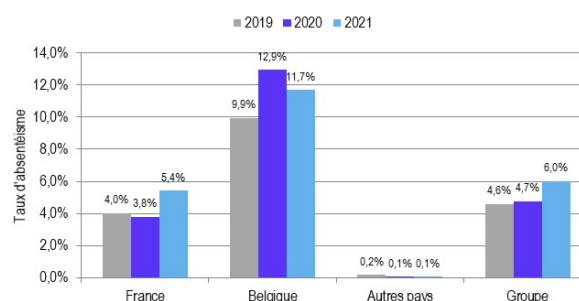
Alors que le nombre d'heures travaillées a diminué de 2,0 % entre 2020 (hors prise en compte du chômage partiel) et 2021, le nombre d'heures d'absence a quant à lui augmenté de 18,0%. Cette forte hausse du nombre d'heures d'absence (cf. Evolution du taux d'absentéisme ci-après) s'explique principalement par l'augmentation :

- des absences pour congé maternité/paternité (+ 4 124 heures, + 30,0%) ;
- des congés parentaux (+ 3 462 heures, multipliées par 2) ;
- des heures d'absence pour accident du travail/trajet (+ 3 229 heures, multipliées par 6).

Concernant l'évolution des absences liées à la santé et sécurité au travail, indicateur important pour le Groupe, elle est à mettre en perspective avec le très faible nombre d'heures d'absence pour ce motif en 2020 compte tenu de la mise en place massive du télétravail (ayant eu un impact positif sur le nombre d'accidents de trajet).

Évolution du taux d'absentéisme par zone géographique

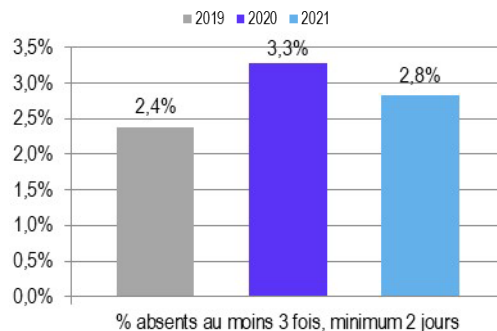
Le taux d'absentéisme est calculé en divisant le nombre d'heures d'absences par la somme des nombres d'heures travaillées et d'heures d'absences.



Ainsi, le taux d'absentéisme du Groupe, tous pays et motifs confondus, est en hausse et s'affiche à 6,0 % en 2021 contre 4,7 % en 2020. Cette évolution est à mettre en perspective avec la baisse du nombre d'heures travaillées et la hausse du nombre d'heures d'absences.

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⁾

2020 : 3,3 %

2021 : 2,8 %



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, l'évolution de cet indicateur sur les deux dernières années montre que cet objectif reste pertinent 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 effet 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 (insonorisation, luminosité, réorganisation des espaces de travail, salle de sport, etc.) des locaux de Paris et de Asse en 2020-21. Finalement, c'est un budget de près de 1,5 M€ qui a été alloué à ces travaux. D'autres projets sont en cours d'étude pour les locaux du siège à Aix-en-Provence et à Oullins.

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 l'entrepôt 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 douzaine d'années. Il existe un Comité Social et Economique (CSE) en France, et, en Belgique un Service Interne pour la Protection et la Prévention du Travail (SIPPT). Ce dernier comité organise également différents ateliers de travail, diffuse des astuces « bien-être », réalise des enquêtes de satisfaction et procède à des analyses de risques liés aux accidents du travail. Les seules maladies professionnelles identifiées historiquement sont liées à la gestuelle répétée des opérateurs de saisie de HighCo DATA.

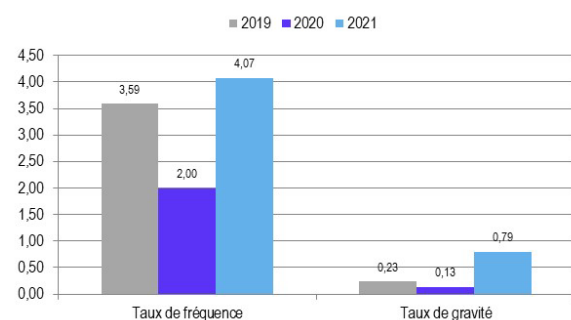
Par ailleurs, des formations de sauveteur-secouriste du travail (SST) et en sécurité incendie sont régulièrement dispensées sur les principaux sites du Groupe.

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

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 2021, le taux de fréquence d'accidents du travail s'affiche en hausse à 4,07, contre 2,00 en 2020. Cette variation s'explique par un nombre d'accident du travail avec arrêt qui est passé de 2 en 2020 à 4 en 2021.

Le taux de gravité est également en hausse et s'affiche à 0,79 en 2021, contre 0,13 en 2020.

Après des baisses en 2020 (expliquées en partie par le recours massif au télétravail, conséquence de la pandémie de COVID-19), la forte hausse de ces taux en 2021 correspond principalement à l'absence de deux collaborateurs durant respectivement 10 et 12 mois à la suite d'un arrêt de travail.

Sans ces arrêts, le taux de fréquence aurait été de 2,04 et le taux de gravité de 0,09, stables par rapport à 2020.

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 2021, une dotation d'un montant total de 23 K€ (169 ETP), contre 28 K€ en 2020 (196 ETP), montant stable par ETP. Par ailleurs, deux autres filiales françaises disposent de délégués du personnel se réunissant régulièrement.

Des réunions avec cet organisme représentatif du personnel et ces délégués 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 (Belgique, 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 et de la taille 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 ou 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 d'une société 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 dans le cadre des 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 visioconférence en 2020-21. 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. Cette plateforme, entièrement mise à jour en 2021, a pour objectif de faciliter les échanges internes, « Business » ou de « Vie du Groupe », à travers notamment : un fil d'actualité, 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 au télétravail régulier depuis 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. Il fait par ailleurs l'objet d'évolutions régulières pour mieux répondre aux usages et besoins des collaborateurs.



La filiale HighCo DATA diffuse d'autre part aux collaborateurs inscrits une newsletter mensuelle interne nommée « WikiDATA », éditée par et pour ses collaborateurs. Celle-ci récapitule les actualités business de la filiale, 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, pilates, yoga, cardio, danse, VTT, marche, running, 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 avait 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 régulièrement. La prochaine édition devrait avoir lieu en 2023 si les conditions sanitaires le permettent à nouveau.

Cependant, malgré ce contexte sanitaire peu propice à l'organisation d'événements sportifs (la plupart des cours et des événements ayant été annulés depuis mars 2020), le Groupe a su se mobiliser pour d'autres causes. Ainsi, en octobre 2021, et pour la seconde année consécutive, 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.

Grâce à la mobilisation des équipes informatiques et aux outils de visioconférence 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 depuis 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 à 5 jours par an et par employé.

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 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 engagées sur les deux dernières années est le suivant :

2021	Collaborateurs formés en CDI	Collaborateurs formés en CDD	Nombre d'heures de formation	Montant investi (en K€)
France	162	-	2 592	167
Belgique	59	-	1 049	30
Autres pays	-	-	-	-
Total	221	-	3 641	196

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

Le budget formation est en forte hausse et représente 0,7 % de la masse salariale du Groupe en 2021 (196 K€), contre 0,5 % en 2020 (135 K€).

Ces tableaux appellent les commentaires suivants :

- les formations présentées sont celles imputées sur le budget 2021 de formations ;
- les personnes formées sont des collaborateurs différents ayant débuté 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 des formations financées via l'accord réglementaire valorisées à 4 K€ sur l'exercice.

En France, il n'y a pas eu de formations suivies dans le cadre du CPF en 2021. En 2020, elles représentaient 45 heures pour 1 collaborateur, valorisées à 3 K€.

Ainsi, sur ces bases, en 2021, pour l'ensemble du Groupe, 3 641 heures de formations ont été engagées par 221 collaborateurs différents. Cela représente en moyenne près de 16 heures de formation par collaborateur formé. La baisse du nombre de collaborateurs formés en 2021 en France s'explique par le fait qu'en 2020, une formation relative aux bonnes pratiques de télétravail avait été dispensée à l'ensemble des collaborateurs français disponibles (297 collaborateurs et 58 managers avaient respectivement pu suivre les modules « Savoir télétravailler » et « Manager des télétravailleurs »).

% de collaborateurs ayant débuté au moins une formation⁽¹⁾
2020 : 56,9 %⁽²⁾
2021 : 34,6 %



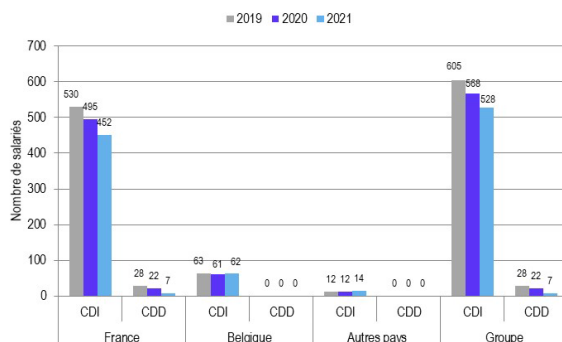
Objectif moyen-terme
≥ 50,0 %

⁽¹⁾ collaborateurs distincts en CDI

⁽²⁾ hors formations ponctuelles liées au télétravail, ce taux aurait été de 45,5 %

Egalité de traitement

Évolution des effectifs par type de contrats

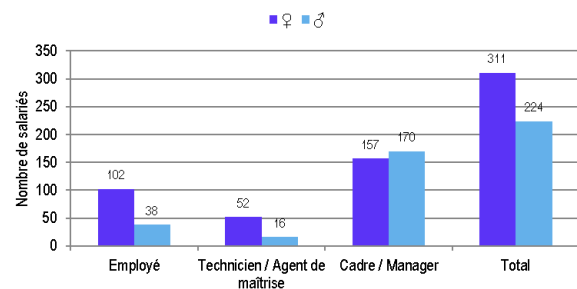


Le Groupe a généralement peu recours à des contrats à durée déterminée (CDD), ce qui s'explique par le besoin d'une main d'œuvre stable, qualifiée et expérimentée pour répondre aux

attentes des clients. Néanmoins, pour certaines campagnes promotionnelles ponctuelles nécessitant plus de réactivité, le Groupe peut être amené à embaucher des CDD ou des travailleurs intérimaires. La proportion de contrats à durée indéterminée progresse à fin 2021, s'affichant à 98,7 %, contre 96,3 % à fin 2020.

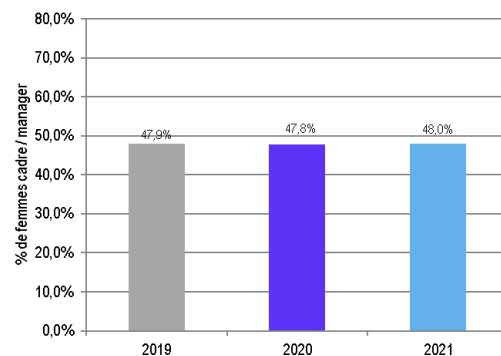
Égalité professionnelle entre femmes et hommes

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 cette filiale à assurer une véritable mixité dans tous les secteurs et dans toutes les étapes de la vie professionnelle des salariés.



Les femmes représentent 58,1 % des effectifs à fin 2021.

L'analyse des postes occupés par les femmes au sein du Groupe à fin 2021 traduit toujours la volonté affichée de donner aux femmes et aux hommes les mêmes chances d'évolution, en particulier au niveau des « cadres/managers ».



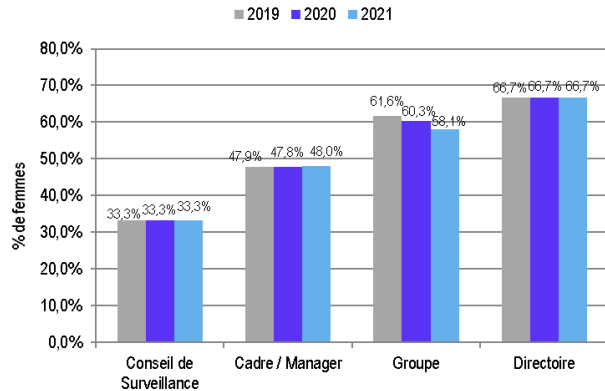
La parité au niveau des « cadres / managers » est presque atteinte à fin 2021 puisque les femmes représentent 48,0 % de cette catégorie, contre 47,8 % à fin 2020.

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.

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 2021, le Groupe a employé directement 5 collaborateurs en situation de handicap, comme en 2020.

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 (mise à jour en 2018). 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, dès 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 Middelnext, 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.

Conformément à la loi Sapin 2, une première cartographie des risques de corruption et de trafic d'influence, avait été réalisée en 2018. Elle a été actualisée en 2021 et partagée avec le Conseil de Surveillance. Cette actualisation montre que le Groupe est toujours faiblement exposé aux risques de corruption.

En 2019, en complément de son Code de conduite anticorruption, le Directoire a diffusé une politique « Cadeaux & Invitations », tenant compte de cette cartographie des risques de corruption.

Cette politique vise à fournir à l'ensemble des collaborateurs du Groupe un cadre et des règles claires dans les relations d'affaires, et prévenir le risque de corruption.

Des sessions de formation ont également été effectuées : une pour les équipes comptables, une autre destinée aux personnes dites « à risques ». Enfin une action de sensibilisation via un outil d'e-learning a été lancée fin 2021 à destination de l'ensemble des collaborateurs.

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 procédure d'évaluation des tiers, notamment à destination des services comptables, a été mise en place en 2020, révisée en 2021. Les contrats avec les parties prenantes ont parallèlement été durcis sur le sujet de la corruption. Ces procédures sont en partie détaillées dans la partie rapport d'activité du document d'enregistrement universel 2021 (pages 79-88).

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 et remis à chaque nouveau collaborateur lors de son arrivée dans l'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 et RSE du Conseil de Surveillance 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, en particulier dans des pays appliquant désormais le même taux d'impôt sur les sociétés (France, Belgique et Espagne), 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 près de 250 personnes à fin 2021, soit près de la moitié des effectifs du Groupe (et plus de la moitié des collaborateurs français), ce qui en fait un acteur reconnu 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 à 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, ainsi que par la réalisation par des *street artists* d'œuvres enregistrées dans la blockchain sous la forme de NFT comme ce fut le cas pour les vœux HighCo 2022 ;
- 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 l'association « Positive Planet », à destination de jeunes entrepreneurs et d'entrepreneurs issus de quartiers difficiles de la région Aix-Marseille, et a été membre du jury du salon régional des mini-entreprises Ile-de-France afin de remettre le Prix Technique et Créativité. ;
- 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 l'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 *One-to-One Digital Marketing*, événement durant lequel les innovations et tendances du Marketing Digital sont présentées lors de retours d'expérience riches ou d'échanges informels ;
- le *Paris Retail Week*, événement durant lequel les dernières tendances du e-commerce sont présentées ;
- le *One-to-One Retail E-Commerce*, événement durant lequel les innovations et tendances du e-commerce sont présentées lors de retours d'expérience riches ou d'échanges informels ;
- le *MarketingDay*, événement durant lequel de nombreux intervenants présentent leurs business case, les dernières tendances sur des thématiques liées au web marketing, à l'e-commerce et plus largement à l'innovation.

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/) ou par courriel aux personnes inscrites. Ce blog permet de partager des informations sur le *Store & Digital*, les *Shoppers*, des études de cas, et des données clés du marché). La filiale Useradgents communique également une newsletter hebdomadaire, qui détaille les dernières évolutions *tech*, *retail* et mobile, ainsi qu'une vidéo des infos clés de la semaine.

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. Le jury des Mobiles d'OR 2021 a par exemple décerné à Useradgents le prix de la « Personnalisation » pour la refonte d'une application de coaching sur mesure. Le jury « Les Cas d'OR – Digital Retail » a également attribué à Useradgents le « Prix de l'Innovation » et le prix « Store-in-store » pour la conception et la réalisation d'un dispositif en magasin pour le compte d'Unisport et Nike.

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.



Depuis 2017, une filiale du groupe propose, en partenariat avec les opérateurs de télécommunication, 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 1,1 M€ de dons en 2021.



En 2021, et pour la troisième année consécutive, le Groupe a soutenu le mouvement « Movember », événement organisé pour sensibiliser le grand public aux pathologies masculines et récolter des fonds pour les maladies comme le cancer de la prostate.



A travers son start-up studio HighCo Venturi, lancé en 2020, HighCo poursuit ses investissements :

- Avec des investissements financiers et humains importants, le Groupe ambitionne de consolider son innovation pour accélérer la transformation du commerce ;
- Avec l'aide de l'équipe aux multi-compétences et 100% dédiée du start-up studio, les idées sourcées suivent un process établi pour franchir les étapes d'étude d'opportunité, de lancement puis d'accélération.

Des projets tels que le coupon de réduction digital universel et l'e-coupon intelligent ont déjà été initiés en 2021.

D'autres projets sur le Web3 sont à l'étude.

HighCoVENTURI

21

Dans un contexte d'accélération de la mutation digitale du commerce, HighCo concentre donc les développements du start-up studio autour des problématiques de la transformation du commerce et du Web3. 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 engagés.

Les projets initiés en 2021 ont déjà mobilisés directement ou indirectement près de 40 collaborateurs du Groupe. A ce titre, un collaborateur a par exemple développé 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 sa création, le Groupe a d'ailleurs toujours mené une ambitieuse politique de création et d'acquisition de start-up et encouragé cet esprit entrepreneurial. Pour aller encore plus loin dans sa démarche, et fidèle à ses valeurs – Innovation, Performance, Respect et Passion – HighCo a créé en 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 2018 le « Prix Frédéric Chevalier », fondateur de HighCo, destiné à soutenir le projet d'un jeune, de 18 à 30 ans, sur la région Pays d'Aix Marseille.



En 2021, le prix « Frédéric Chevalier » a été décerné à deux jeunes entrepreneurs souhaitant développer deux projets distincts : le projet « Tekshelf » (catégorie « Innovation digitale ») – un système intelligent d'étagères connectées pour les grandes surfaces, et le projet « La Ola » (catégorie « Impact positif ») – un site de matériel de sport de seconde main. De plus, le lauréat de la première édition (2018) a concrétisé son projet d'offrir une plateforme permettant de se créer des parcours touristiques sur-mesure. Il a depuis remporté de nombreux prix, reçu des subventions et trouvé de nouveaux associés. Il travaille à présent avec une cinquantaine d'offices du tourisme et héberge, sur sa plateforme « Coq-trotteur », de nombreux commerçants et artisans, avec « *une dynamique de circuit court à fort impact social, local et environnemental* ».

Loyauté des pratiques à l'égard des consommateurs

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. Ces procédures définissent la gouvernance et 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. Ces procédures sont régulièrement mises à jour.

L'organisation interne du Groupe repose sur une équipe de référents dans chaque filiale, un comité de projet et un Délégué à la Protection des Données (ou « DPO ») certifié AFNOR. Elle présente des garanties en matière de sécurité, de confidentialité et d'information sur les données personnelles.

Enfin, les filiales du Groupe, travaillant avec des clients/fournisseurs qui traitent de données à caractère personnel, annexent à leur contrat un *Data processing agreement* (DPA), ou accord de traitement des données, qui définit les obligations et responsabilités propres aux responsables de traitement et aux sous-traitants pour ce qui concerne le traitement des données à caractère personnel.

En 2021, 1 155 demandes d'opposition, d'accès ou de suppression de données personnelles émanant de consommateurs, candidats, etc. ont été traitées par HighCo.

Cette forte hausse par rapport à 2020 (172 demandes traitées) est en partie liée à une opération ponctuelle de sous-traitance pour un distributeur en Belgique. Toutes ces demandes ont été traitées selon le règlement européen en vigueur.

**% de demandes
de droits des personnes traitées**
2020 : 100 %
2021 : 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 2021 de plus de 137 M€ et une marge brute de près de 77 M€, c'est près de 61 M€ d'achats directs qui sont réalisés (62 M€ en 2020), soit 44 % du chiffre d'affaires 2021 (46% en 2020).

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

- achats de « trafic SMS » auprès des opérateurs de télécommunication dans le cadre des activités de « Push Marketing » ;
- 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 par ailleurs à ses principaux fournisseurs et sous-traitants de signer sa charte des achats responsables. Basée notamment sur les dix principes du Global Compact, cette charte démontre la volonté du Groupe de construire une relation durable avec ses principaux partenaires. 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.

Dans les principaux sites d'implantation du Groupe, et afin de se prémunir contre le travail dissimulé, les équipes administratives effectuent des vérifications auprès des nouveaux prestataires référencés, 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 ». Les principaux imprimeurs sont visités afin de vérifier la réalité et la fiabilité du matériel. Depuis 2019, HighCo Data France dédie 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.
- les règles en vigueur en matière de protection des données à caractère personnel.

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

Au-delà de l'évaluation EcoVadis, HighCo participe depuis 2010 à la campagne d'évaluation du Gaïa Rating et a fait partie de l'indice Gaïa (70 valeurs les mieux évaluées) jusqu'en 2020, date de sa dernière publication.

Acteur majeur de la notation ESG, Gaïa rating mène depuis 2009 une campagne annuelle de collecte de données couvrant l'essentiel des PME-ETI cotées en France. Sur la base de ces informations, les sociétés sont notées sur leur niveau de transparence et de performance. Les cotations sont réalisées selon 174 critères (économique, gouvernance, capital humain, environnement et parties prenantes) et utilisées par des sociétés de gestion de premier plan dans leur processus de gestion et décisions d'investissement.



Par ailleurs, sur le plan environnemental, le Groupe réalise, depuis 2015 en France et depuis 2018 en Belgique, un bilan gaz à effet de serre (GES) sur ses principaux sites, représentant 98,5 % de la marge brute 2021 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 ou 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 2021, HighCo a accompagné son client SODASTREAM dans le cadre d'une opération commerciale/environnementale : pour tout achat d'une machine sodastream®, un euro était reversé à une association œuvrant pour la protection de la planète. Cette opération s'inscrivait dans une démarche de développement durable, les supports de communication ayant été réalisés sans emballage plastique.

Enfin, HighCo détient une participation financière dans PHENIX lauréat du prix spécial du concours FIRST Awards 2015, coorganisé 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 sociale, tout en générant des gains économiques substantiels.

Son chiffre d'affaires s'est élevé à 12,1 M€ en 2021.

Aujourd'hui, avec plus d'une centaine de collaborateurs, PHENIX est la start-up leader de l'« anti-gaspi » en Europe, avec pour objectif de sauver 450 000 repas par jour en 2023, dans dix pays européens.



En ayant participé financièrement à une des premières levées de fonds en 2015, HighCo s'est engagé concrètement et durablement en faveur d'une transition vers une économie circulaire.

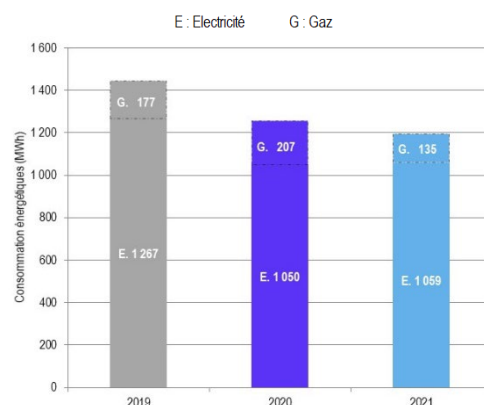
Matières premières

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 en carton.

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 (67,4 % de la marge brute 2021 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.

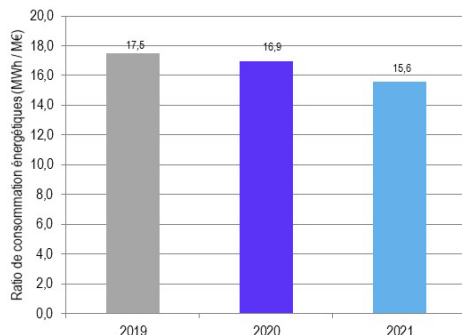
Consommations d'énergies et d'eau

La consommation d'énergies (électricité et gaz) est en baisse (- 5,0 %) et ressort à 1 194 MWh en 2021, contre 1 257 MWh en 2020.



Afin de mesurer l'évolution des consommations électriques par rapport à l'évolution de l'activité, le Groupe suit un ratio spécifique de consommation électrique : consommation électrique en MWh / M€ de marge brute (MB). Ce ratio est en baisse de 1,3 MWh / M€ de MB en 2021 (-8,0 %) et s'affiche à

15,6 MWh / M€ de MB. Par ailleurs, le recours au télétravail a été généralisé depuis 2020.



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.

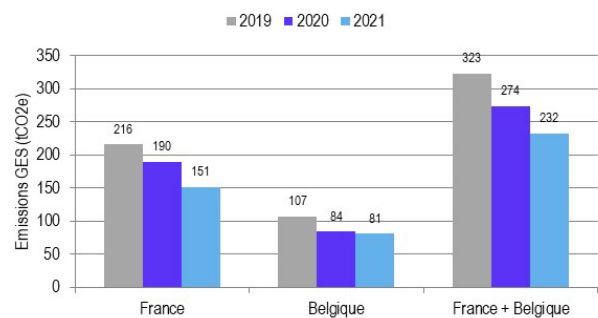
Changement climatique

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

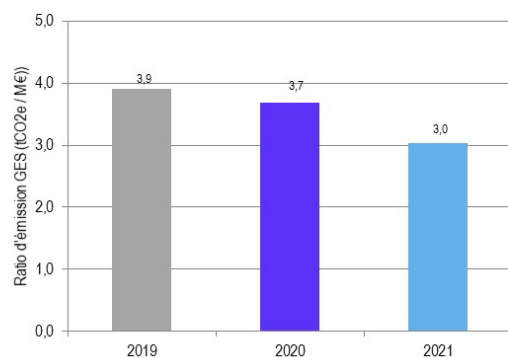
Comme mentionné dans ses « Démarches d'évaluation ou de certification » ci-avant, le Groupe réalise un bilan GES depuis 2015 en France et depuis 2018 en Belgique.



Les émissions GES (« scope 1 et 2 ») en France et en Belgique sont passées de 274 tCO2e en 2020 à 232 tCO2e en 2021, soit une baisse de 15,3 %.

Cette diminution s'explique principalement par :

- une baisse importante des recharges de fluides frigorigènes (-97,8 %) ;
- une baisse du nombre de kilomètres parcourus par la flotte automobile (-5,4 %).



Ces émissions représentent l'équivalent de 3,0 tCO2e / M€ de MB en 2021, contre 3,7 tCO2e / M€ de MB en 2020.

A fin 2021, le parc automobile du Groupe, en propre ou en location, est composé de 47 véhicules en France (52 à fin 2020), et de 26 véhicules à l'international (27 à fin 2020).

Le Groupe encourage toute initiative visant à réduire ces émissions de gaz à effet de serre. Par exemple, dans sa volonté de transition écologique, une filiale significative du Groupe a obtenu en 2021 un certificat de neutralité carbone sur l'intégralité de ses prestations courrier réalisées en 2020.

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. Le covoiturage y est également encouragé. Enfin, deux bornes comportant chacune quatre prises de recharges pour voitures électriques sont mises à disposition sur le parking du siège.

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.

26

Enfin, si le Groupe instaurait déjà progressivement le télétravail au sein de ses équipes, le contexte sanitaire 2020 l'a très fortement accéléré. Désormais, la quasi-totalité des collaborateurs du Groupe bénéficient du télétravail, limitant les émissions indirectes de GES.

Le 22 mars 2022.

Le Directoire

HighCo

www.highco.com

COMMUNICATION
SUR LE PROGRÈS



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

Nous apprécierions vos commentaires sur son contenu.