

# RAPPORT DE GESTION SOCIAL ET CONSOLIDÉ

## ACTIVITÉS ET FAITS MARQUANTS

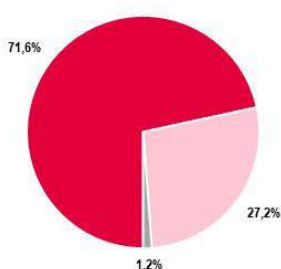
### PRÉSENTATION GÉNÉRALE

Depuis sa création il y a plus de 25 ans, HighCo a placé l'innovation au cœur de ses valeurs pour proposer à ses clients, marques et retailers, des Solutions Marketing Intelligentes pour influencer le comportement du Shopper avec la bonne offre, au bon moment, au bon endroit et sur le bon canal.

HighCo compte plus de 700 collaborateurs en France, au Benelux, en Espagne et en Italie. HighCo est coté sur Euronext Paris au compartiment C et fait partie depuis 2010 du Gaïa Index, sélection de 70 PME/ETI responsables.

En 2017, HighCo a réalisé son activité (marge brute) sur les zones géographiques suivantes :

■ France ■ Benelux ■ Europe du sud



Europe du sud : Espagne et Italie.

### PRINCIPALES DATES CLÉS

#### De 1990 à 1996

Création de HighCo en 1990 par Frédéric Chevalier (Président-Fondateur).

Appel au capital-risque en 1994 pour accélérer le développement national de la société, puis introduction en Bourse en 1996. HighCo est alors la deuxième valeur introduite sur le nouveau marché d'Euronext.

#### 1999

Ouverture du capital au groupe britannique WPP, l'un des leaders mondiaux du secteur de la communication (participation de 30%).

#### De 2003 à 2005

Recentrage stratégique sur les métiers de solutions marketing.

#### De 2006 à 2012

Richard Caillat succède à Frédéric Chevalier à la présidence du Directoire de HighCo.

Nombreuses acquisitions en France (VMS, BleuRoy.com, RC Médias), en Belgique (InfoShelf, Scan ID, Publi Info), au Royaume-Uni (MRM) et en Europe centrale (POS Media). Lancement des solutions marketing sur mobile avec la création de la filiale HIGH CONNEXION (France).

#### De 2013 à 2017

Didier Chabassieu succède à Richard Caillat à la présidence du Directoire de HighCo, ce dernier accédant à la présidence du Conseil de Surveillance.

Accélération de la mutation digitale pour atteindre l'objectif de 50 % des activités du Groupe dans ce domaine.

Poursuite des investissements et acquisitions afin d'intégrer tous les métiers du ciblage et de la data, avec notamment les acquisitions de PRIXING, MILKY et CAPITALDATA.

Réorientation stratégique à l'International avec les cessions de MRM au Royaume-Uni et POS Media en Europe Centrale.

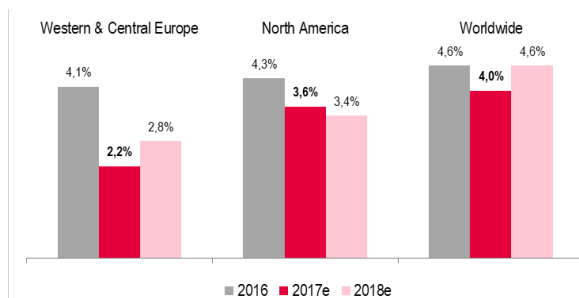
### HIGHCO ET SES MARCHÉS

#### Poursuite de la croissance des investissements publicitaires

ZenithOptimedia estime, dans son étude parue en mars 2018, que les investissements publicitaires mondiaux ont augmenté de 4,0 % en 2017, tous médias confondus, pour atteindre environ 462 Mrd€ (554 Mrd\$). Cette croissance globale, qui ralentit légèrement par rapport à 2016 (+ 4,6 %), devrait se maintenir au-dessus des 4 % dans les années à venir, et en particulier en 2018 (+ 4,6 % estimé), tirée par la publicité sur internet via les terminaux mobiles.

Si les Etats-Unis (36 %) et la Chine (15 %) restent de loin les deux principaux pays en termes d'investissements publicitaires en 2017, l'Europe occidentale reste le 3<sup>ème</sup> marché d'investissements avec plus de 10 % des dépenses mondiales.

Implanté en France, Belgique, Espagne et Italie, le Groupe est rattaché dans les études au marché d'Europe occidentale (« Western & Central Europe »). Cette région a connu un léger ralentissement des investissements publicitaires, passant d'une croissance de 4,1 % en 2016 à une croissance estimée à 2,2 % en 2017. Elle devrait néanmoins retrouver une croissance plus solide dans les années à venir, ZenithOptimedia anticipant une croissance de 2,8 % en Europe occidentale dès 2018.



Source : ZenithOptimedia – Advertising Expenditure Forecasts, March 2018

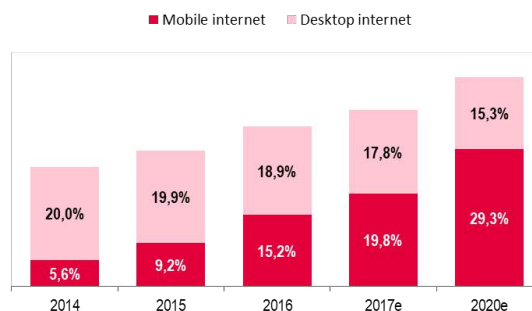
En France, où HighCo a réalisé 71,6 % de son activité en 2017, la croissance des recettes publicitaires nettes des médias est estimée à 2,4 % (hors annuaires, courrier publicitaire et imprimés sans adresse) selon le Baromètre Unifié du Marché Publicitaire (BUMP, publication conjointe de Kantar Media, France Pub et l'IREP), publié en mars 2018.

### Internet : 1<sup>er</sup> média pour les investissements publicitaires en 2017

Comme anticipé ces dernières années, ZenithOptimedia estime qu'en 2017 Internet est devenu, pour la première fois, le principal média en termes d'investissements publicitaires mondiaux, représentant une part de marché de 37,6 %, devant la télévision (34,1 %). En 2017, la croissance de la publicité sur Internet est estimée à 14 % (tous terminaux confondus). Si ZenithOptimedia anticipe un ralentissement de la croissance de ces investissements sur Internet dans les prochaines années, celle-ci devrait néanmoins rester solide (> + 10 % par an en moyenne jusqu'en 2020). Cette croissance bénéficie de la transition vers l'achat programmatique qui permet aux acteurs du marché de proposer des solutions de ciblage plus efficaces. Les vidéos *online* et les réseaux sociaux sont d'ailleurs devenus les principaux relais de croissance en termes de canal grâce aux améliorations technologiques continues (connexion) et aux nouvelles habitudes des utilisateurs (mobile).

### Le mobile, toujours moteur de la croissance sur Internet

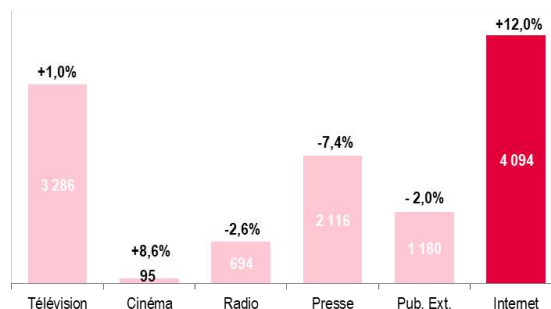
Avec une hausse des dépenses de 38 % en 2017, le mobile (smartphones et tablettes) reste le moteur de la croissance des investissements publicitaires sur Internet. Il représente déjà, et pour la première fois également, plus de la moitié des dépenses sur ce média (52,6 %), atteignant 89 Mrd€ (107 Mrd\$), soit près de 20 % du total des investissements publicitaires 2017 (ZenithOptimedia). La publicité sur mobile devrait poursuivre une croissance à deux chiffres pour atteindre plus de 65 % des dépenses Internet en 2020, et près de 30 % des investissements globaux, toujours selon ZenithOptimedia.



Source : ZenithOptimedia – Advertising Expenditure Forecasts, March 2018

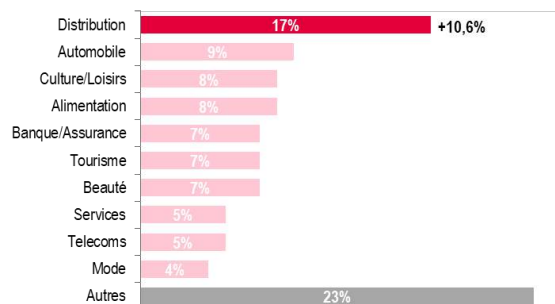
### Progression toujours marquée des principaux médias digitaux en France en 2017

#### Répartition des investissements par média et par secteur en France



Source : Baromètre Unifié du Marché Publicitaire – Marché publicitaire 2017 (recettes publicitaires des médias en valeur nette – M€), Mars 2018

D'après le BUMP, les recettes publicitaires nettes des médias s'élèvent à 11,5 Mrd€ en France en 2017, en hausse de 2,4 % (hors annuaires, courrier publicitaire et imprimés sans adresse). Cette progression est principalement portée par la forte croissance d'Internet (+ 12,0 %), premier média en termes de recettes publicitaires. Alors que la télévision résiste bien grâce au « parrainage » (+ 1,0 %), la presse poursuit globalement sa baisse (-7,4 %). À noter que le repli de la publicité extérieure (- 2,0 %) masque la forte croissance de l'affichage digital (+ 16,1 %).



Source : Baromètre Unifié du Marché Publicitaire – Marché publicitaire 2017 (répartition par secteur des dépenses annuelles), Mars 2018

Côté annonceurs, la croissance du marché publicitaire français a largement été soutenue en 2017 par la distribution, première source de revenus pour les médias. Ce secteur, clé pour HighCo, a connu une croissance de 10,6 %, progression qui se retrouve d'ailleurs tant au niveau des enseignes spécialisées (+ 12,3 %) que généralistes (+ 8,9 %). Selon ce baromètre, « les distributeurs poursuivent et renforcent leurs communication en télévision et sur les leviers digitaux où les investissements y sont doublés ». En revanche, les investissements publicitaires des quatre secteurs de la grande consommation (alimentation, beauté, mode et boissons), secteurs également importants pour le Groupe, ont connu un repli en 2017.

En 2018, selon le BUMP, le marché français de la communication devrait poursuivre le redressement entamé en 2016 grâce à un environnement économique propice et au Digital.

#### Le e-commerce français poursuit sa forte croissance

La forte croissance des investissements publicitaires sur Internet accompagne naturellement celle du e-commerce. En France, selon la FEVAD (février 2018), les ventes sur Internet ont progressé de 14,3 % en 2017 pour atteindre 81,7 Mrd€. Cette croissance à deux chiffres, observée pour la troisième année consécutive, est le résultat de « l'élargissement de la clientèle, l'augmentation de la fréquence d'achat, les nouveaux comportements d'achats sur mobile » et les opérations promotionnelles. Avec 1,2 Mrd de transactions en ligne en 2017 (+ 20,5 %), c'est un nouveau record qui a été atteint. La forte hausse de la fréquence d'achat compense ainsi largement la baisse continue du panier moyen (- 5 % à 65,5 € en 2017) : l'e-shopper français réalise désormais en moyenne 33 transactions en ligne par an pour un montant annuel de 2 184 €, soit un montant qui a quasiment triplé en dix ans (763 € en 2007). Cette évolution s'accompagne toujours d'une bonne dynamique de création de sites marchands : + 10 % de sites actifs en 2017.

A l'intérieur de ce marché en développement, le m-commerce (transactions réalisées sur smartphones ou tablettes via des sites mobiles ou des applications) reste un important relais de croissance. Grâce aux améliorations combinées des infrastructures (notamment réseau 4G) et d'ergonomie des sites mobiles et applications, les achats réalisés sur l'internet mobile progressent de 38 % en 2017, toujours selon la FEVAD (indice iCM, indice commerce mobile). Ainsi, en 2017, près d'un internaute français sur quatre effectue ses achats en ligne sur mobile, et c'est 28,4 % des ventes de e-commerce qui sont réalisées via ce canal d'après eMarketer (janvier 2018). Cette proportion devrait continuer à progresser à l'avenir pour dépasser les 35 % en 2020.

#### **Le marché du couponing poursuit sa mutation digitale en Europe**

Contrairement au marché américain, le marché européen est relativement disparate, avec une utilisation importante des coupons en France, Belgique ou Royaume-Uni et un développement dans les autres pays d'Europe occidentale (Espagne, Italie, Allemagne).

Il n'existe pas d'analyse centralisée du marché européen du coupon, mais HighCo estime que ce marché représente toujours environ un tiers du marché nord-américain, pour un bassin de population pourtant plus important. Selon NCH Marketing Services, le nombre de coupons distribués aux Etats-Unis en 2017 a diminué de 1,2 % et celui des coupons traités de 9,2 %. Cette baisse masque néanmoins la forte progression du traitement des coupons digitaux (+ 19,3 %) dont la part sur l'ensemble des coupons traités aux Etats-Unis atteint 18,2 % en 2017.

En France et au Benelux, principale zone d'implantation du Groupe, les dernières données disponibles indiquent que le volume de coupons utilisés par les consommateurs est globalement en diminution. Cette diminution est du même ordre de grandeur qu'aux Etats-Unis, avec une tendance similaire sur l'utilisation croissante des nouveaux coupons digitaux. Ainsi, la baisse des coupons papiers, liée aux arbitrages opérés par les distributeurs avec les nouveaux instruments promotionnels (NIP), est compensée par la hausse des nouveaux coupons digitaux : coupons émis via les sites de e-commerce Drive et coupons émis à travers les plateformes CRM (cartes de fidélité). Néanmoins, les annonceurs continuent d'utiliser la distribution en géomarketing, sur le produit ou sur le point de vente (hôtesse ou en rayon).

Les modes de diffusion des coupons restent plus variés en Europe qu'aux Etats-Unis, étant donné l'absence d'équivalent aux FSI (*free standing inserts*, suppléments gratuits des journaux dominicaux), qui attirent toujours une part significative des coupons américains (41,3 % en 2017 selon NCH Marketing Services) et représentent toujours le principal mode de distribution des coupons sur cette zone.

#### **Environnement concurrentiel**

Le marché concurrentiel du Groupe, qui a réussi sa mutation digitale, demeure en constante évolution avec la montée en puissance d'acteurs encore plus digitaux et spécialisés dans le ciblage et la data, notamment sur les solutions DRIVE TO STORE (*web to store, mobile to store*). Des acteurs très différents comme Teemo, HiPay, Quotient Inc. et BudgetBox se retrouvent dans cette catégorie. Les principaux concurrents IN-STORE restent Mediaperformances, in-Store Media et Catalina Marketing mais aussi les régies intégrées de certains distributeurs alimentaires. Sur l'activité DATA promotionnelle, Qwamplify (ex-Custom Solutions), Tessi Customer Marketing et Sogec Marketing (groupe La Poste) restent des concurrents historiques du Groupe, mais, avec l'évolution de l'offre,

notamment sur l'activation in-store, des groupes comme TCC ou BrandLoyalty sont devenus de nouveaux concurrents.

### BILAN D'ACTIVITÉ ET FAITS MARQUANTS 2017

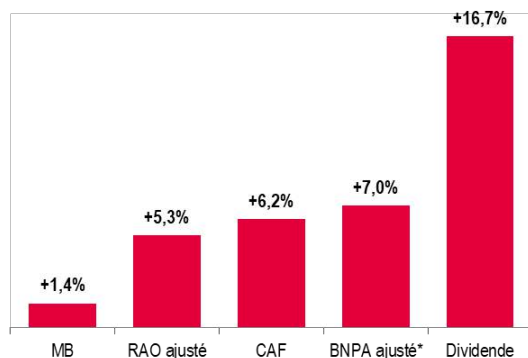
#### Des résultats 2017 solides et une mutation digitale réussie

HighCo affiche une 5<sup>ème</sup> année de croissance organique consécutive en 2017, grâce à la bonne dynamique de croissance en France (+ 4,7 %) et malgré le repli à l'International (- 6,0 %). Le Groupe publie ainsi une marge brute 2017 de 82,24 M€, en hausse de 1,4 % à périmètre comparable et à taux de change constant (PCC), malgré une base comparable élevée en 2016 (+ 11,8 %). Le Digital reste le principal levier de développement de HighCo avec, sur l'exercice 2017, une progression de 4,1 % à PCC. La part du Digital dans les activités du Groupe atteint d'ailleurs 50,2 % au T4 2017, lui permettant de dépasser 50 % pour la première fois. Cette nouvelle croissance, associée à une bonne maîtrise des coûts, a permis d'améliorer la rentabilité pour la 4<sup>ème</sup> année consécutive, avec une hausse de 5,3 % du Résultat des Activités Ordinaires ajusté (RAO ajusté du coût des plans d'attribution gratuite d'actions) qui s'affiche à 14,85 M€. La marge opérationnelle ajustée (RAO ajusté / MB), indicateur clé du niveau de rentabilité, ressort donc en forte hausse de 70 points de base en 2017, à 18,1 % (17,4 % en 2016).

Ainsi, le résultat net part du Groupe, ajusté du coût net d'impôt des plans d'attribution gratuite d'actions et du résultat net d'impôt des activités arrêtées ou en cours de cession, s'affiche à 8,49 M€ (- 1,9 %).

Il sera proposé, au titre de l'exercice 2017, un dividende de 0,14 € par action, en progression de 16,7 %.

Sur le plan de la structure financière, le bilan au 31 décembre 2017 reste solide, avec un excédent net de trésorerie (trésorerie active supérieure à la dette brute) de 45,91 M€, contre 49,62 M€ à la clôture précédente, et une capacité d'autofinancement de 11,36 M€, en progression de 6,2 %.



\*Proforma 2017, i.e. retraité des minoritaires High Connexion au S2 2016.

#### Faits marquants 2017

##### Bonne performance en France

Avec une progression de 4,7 % à PCC pour atteindre 58,90 M€, la France reste le moteur de la croissance du Groupe, représentant 71,6 % de la marge brute en 2017, avec une part dans les activités digitales de 54,9 %.

##### Repli à l'International

L'International est en repli de 6,0 % à PCC à 23,34 M€ :

- le Benelux affiche une baisse d'activité après deux années de croissance (- 6,2 % à PCC) mais voit le Digital progresser de 7,6 % pour atteindre une part de 27,1 % ;
- l'Europe du sud (Espagne et Italie) est en léger repli sur l'exercice (- 2,8 % à PCC).

##### Une stratégie digitale qui porte ses fruits

La marge brute digitale poursuit sa dynamique de croissance en 2017 (+ 4,1 %). Le Digital représente désormais 47,8 % de la marge brute du Groupe en 2017, contre 46,6 % en 2016, et il dépasse l'objectif de 50 % au T4 2017 (50,2 %). Les activités *offline* sont quant à elle en repli de 1,0 % PCC sur l'exercice.

Tout d'abord, après plusieurs années de croissance solide, les solutions DRIVE TO STORE, 100 % digitales, sont impactées par le repli de l'Internet+ Mobile, tandis que le volume de push SMS et envoi de notifications progresse à nouveau fortement (+ 17 %). Par ailleurs, les volumes d'émission de coupons digitaux de « nouvelle génération » (Load to Card et Drive) sont en très forte croissance (+ 33 %), représentant plus de 24 millions de coupons digitaux émis sur l'année, compensant la baisse globale des webcoupons en 2017 (- 6 %).

Ensuite, dans des solutions IN-STORE encore majoritairement « papier », le Digital poursuit sa forte progression avec une part s'affichant à 34,2 % en 2017, contre 28,0 % en 2016.

En France, HighCo continue son développement sur les sites de Drive avec une offre unique de média et coupons ciblés.

En Belgique, les bornes digitales de coupons et médias installées fin 2016 dans le réseau Carrefour affichent de premiers bons résultats.

Enfin, la part du digital dans les solutions DATA passe de 35,8 % en 2016 à 38,2 % en 2017, principalement par la forte hausse du volume de traitement dématérialisé des coupons en France (+ 25 %) et de la forte progression des opérations d'e-ODR (+ 26 %).

#### Autres faits marquants 2017

##### Finalisation de la cession de POS Media

Dans le cadre de sa réorientation stratégique à l'International, le Groupe a finalisé, en mars 2017, la cession de ses activités en Europe Centrale (POS Media).

### Gouvernance

Les problèmes de santé auxquels M. Didier Chabassieu fait face depuis l'été 2017 ont conduit le Conseil de surveillance à nommer, en août 2017, et jusqu'à son retour, Mme Cécile Collina-Hue, alors membre du Directoire et Directrice Générale, à la Présidence du Directoire. M. Didier Chabassieu demeure membre du Directoire au poste de Directeur Général. Cette évolution faisait déjà suite au départ de M. Olivier Michel du Directoire du Groupe en mars 2017 pour raisons personnelles, après 17 ans de Direction Générale. Le Conseil de surveillance a également décidé de nommer, en août 2017, Mme Céline Dargent, alors membre du Comité Exécutif, en tant que nouveau membre du Directoire.

Par ailleurs, HighCo a eu la profonde tristesse de perdre, en juillet 2017, son fondateur, M. Frédéric Chevalier, qui a pensé, rêvé, fondé, développé puis accompagné HighCo.

## STRATÉGIE ET PERSPECTIVES 2018

### Priorités opérationnelles

#### Quatre tendances marché impactent les investissements des marques & retailers

- Un changement de physionomie du secteur de la GSA (Grande Surface Alimentaire) en faveur des magasins de proximité et du commerce online va modifier les stratégies de contact, de création de trafic et d'activation des enseignes.
- Le projet de loi Travert sur l'agriculture et l'alimentation, qui devrait encadrer les promotions et limiter les rabais sur les denrées alimentaires, pourrait conduire, s'il est adopté, les enseignes de la grande distribution alimentaire à repenser leurs actions promotionnelles en faveur d'opérations à plus forte valeur ajoutée.
- Avec le Digital, les consommateurs, devenus agiles, exigeants et communautaires, ont pris la main sur une relation jusqu'alors imposée par les marques et les retailers qui devront dorénavant proposer des expériences et des contenus personnalisés.
- Les distributeurs devront proposer aux consommateurs des parcours fluides entre les magasins physiques et online, donnant naissance à un nouveau concept : le « phygital », rencontre du magasin physique et du digital.

#### HighCo a développé et construit une offre unique, permettant de répondre à ces problématiques complexes

- HighCo va donc continuer à accompagner ses clients dans leur réflexion stratégique et dans la construction de leurs offres et de leurs contenus relationnels.

- HighCo va poursuivre le développement, notamment autour du savoir-faire de sa filiale CapitalData, des solutions technologiques propriétaires permettant de cibler et de personnaliser, mais aussi de diffuser tout type de contenu sur l'ensemble des canaux digitaux. Le ciblage et la personnalisation permettent de relever un objectif de « création de trafic » via des bannières géolocalisées ou d'augmenter les ventes en se basant sur la navigation ou sur l'historique d'achat.
- HighCo va continuer à adresser des besoins marketing multiples et activer le Shopper sur l'ensemble des points de contacts physiques ou online, en mettant en place des opérations « end-to-end », depuis la réflexion jusqu'à la mise en place en magasin, en passant par la création des jeux, le sourcing des primes et l'achat média.

### Guidances 2018

HighCo devrait évoluer dans un environnement économique européen toujours favorable en 2018, avec un secteur de la grande distribution toujours fortement concurrentiel, notamment en France et en Belgique. Dans ce contexte, le Groupe anticipe une croissance organique de sa marge brute supérieure à celle affichée en 2017 (croissance de 1,4 % à périmètre comparable et à taux de change constant), portée par le Digital dont la part devrait également dépasser celle de 2017 (47,8 % de la marge brute du Groupe).

En termes de rentabilité opérationnelle, HighCo anticipe pour 2018 une nouvelle hausse de sa marge opérationnelle ajustée (RAO ajusté / MB) (18,1 % en 2017).

Les ressources financières du Groupe seront allouées en priorité :

- au CAPEX (investissements industriels) qui sera compris entre 1,0 M€ et 2,0 M€ (1,06 M€ en 2017) ;
- au rachat d'actions propres qui sera compris entre 0,5 M€ et 1,0 M€ (0,58 M€ en 2017) ;
- à la poursuite des acquisitions et des prises de participations dans le Digital (Mobile & Data) ;
- au paiement d'un dividende en hausse de 16,7 % à 0,14 € par action, au titre de l'exercice 2017, pour un montant maximal de 3,1 M€.

### ÉVÉNEMENTS IMPORTANTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE

Néant.



## RÉSULTATS DES ACTIVITÉS

### RÉSULTATS CONSOLIDÉS

#### Analyse de la croissance

##### Calcul du taux de croissance organique annuel

Le chiffre d'affaires consolidé 2017 est de 149,18 M€ (155,53 M€ en 2016).

Depuis plusieurs années, le Groupe axe sa communication financière sur la marge brute (MB), véritable baromètre de son niveau d'activité (ventes moins coûts directs des ventes). La marge brute consolidée 2017 s'affiche à 82,24 M€, en progression de 1,4 % à périmètre comparable et à taux de change constant.

Tableau de passage 2016 à 2017	en M€
Marge brute 2016 (IFRS)	81,06
Variations de périmètre	0,05
Effet de change	-
Marge brute 2016 PCC (IFRS) (1)	81,11
Marge brute 2017 (IFRS)	82,24
Variation organique (PCC)	1,13
Évolution organique 2017 / 2016 (PCC)	+ 1,4%

(1) A périmètre comparable (i.e. en incluant la filiale CapitalData sur 12 mois en 2016 et 2017) et à taux de change constants (i.e. en appliquant le taux de change moyen de la période aux données de la période comparable).

##### Évolution des marges brutes trimestrielles

Marge brute IFRS (en M€)	2017	2016 PCC (1)	Évolution 2017 / 2016 PCC
1 <sup>er</sup> trimestre	20,38	19,56	+ 4,2%
2 <sup>e</sup> trimestre	21,90	21,76	+ 0,7%
Total 1 <sup>er</sup> semestre	42,28	41,32	+ 2,3%
3 <sup>e</sup> trimestre	19,16	19,13	+ 0,2%
4 <sup>e</sup> trimestre	20,80	20,66	+ 0,6%
Total 2 <sup>e</sup> semestre	39,96	39,79	+ 0,4%
Total exercice	82,24	81,11	+ 1,4%

(1) A périmètre comparable (i.e. en incluant la filiale CapitalData sur 12 mois en 2016 et 2017) et à taux de change constants (i.e. en appliquant le taux de change moyen de la période aux données de la période comparable).

##### Répartition de la marge brute par zones géographiques

La répartition de la marge brute est communiquée sur la base des secteurs géographiques. Ce découpage sectoriel reflète la structure opérationnelle et managériale du Groupe. Au sens d'IFRS 8, les indicateurs clés de performance du Groupe sont mensuellement contrôlés par le Directoire. Cf. « Périmètre de consolidation » de l'annexe aux comptes consolidés page 161 pour le détail des sociétés composant les secteurs « France » et « International ».

Marge brute IFRS (en M€)	2017	2016 PCC	Évolution 2017/2016 PCC
France	58,90	56,27	+ 4,7%
International	23,34	24,84	- 6,0%
Total Groupe	82,24	81,11	+ 1,4%

(1) A périmètre comparable (i.e. en incluant la filiale CapitalData sur 12 mois en 2016 et 2017) et à taux de change constants (i.e. en appliquant le taux de change moyen de la période aux données de la période comparable).

**France** : la marge brute réalisée s'affiche à 58,90 M€, soit une croissance organique de 4,7 % par rapport à l'exercice précédent. La France représente 71,6 % de la marge brute 2017 du Groupe et reste le moteur de la croissance du Groupe. Cette dynamique de croissance est portée par de bonnes performances sur les activités digitales DATA et la bonne dynamique des activités IN STORE.

**International** : la marge brute réalisée au Benelux, en Espagne et en Italie s'établit à 23,34 M€, en retrait de 6,0 %. L'international représente 28,4 % de la marge brute 2017 du Groupe. Ce repli de l'International est principalement la conséquence de la baisse des volumes de coupons papier traités et de médias in-store offline au Benelux, globalement en retrait de 6,2 % par rapport à 2016.

#### Analyse de la rentabilité

##### Évolution du résultat des activités ordinaires ajusté (RAO ajusté)

Dans le cadre de la publication de ses comptes en normes IFRS, et afin d'améliorer la comparabilité de la performance opérationnelle de chaque période, le Groupe communique non seulement sur les soldes intermédiaires de gestion statutaires, mais aussi sur un indicateur non IFRS appelé « Résultat des Activités Ordinaires ajusté » (RAO ajusté). Le RAO ajusté correspond au résultat opérationnel courant (ROC, solde intermédiaire de gestion statutaire) retraité des coûts de restructuration et hors coût des plans d'attribution gratuite d'actions afférent à la période.

# RAPPORT D'ACTIVITÉ 2017

## RAPPORT DE GESTION SOCIAL ET CONSOLIDÉ

IFRS (en M€)	2017	2016	Évolution 2017 / 2016
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>149,18</b>	<b>155,53</b>	<b>- 4,1 %</b>
Charges directes d'exploitation	(66,94)	(74,47)	- 10,1%
<b>Marge brute</b>	<b>82,24</b>	<b>81,06</b>	<b>+ 1,4 %</b>
Charges indirectes d'exploitation	(67,39)	(66,96)	+ 0,6 %
<b>Résultat des activités ordinaires ajusté</b>	<b>14,85</b>	<b>14,10</b>	<b>+ 5,3 %</b>
<b>Marge opérationnelle ajustée</b>	<b>18,1 %</b>	<b>17,4 %</b>	<b>+ 70 bps</b>

Le RAO ajusté augmente de 0,75 M€, soit une hausse de 5,3 %, pour s'établir à 14,85 M€, sous l'effet d'une augmentation de 1,18 M€ de la marge brute et de la bonne maîtrise des charges indirectes d'exploitation, en hausse, comparativement, de seulement 0,43 M€ (+ 0,6 %). La marge opérationnelle ajustée (ratio RAO ajusté / Marge brute), s'affiche à 18,1 %, en progression de 70 bps (17,4 % en 2016).

### Analyse du bas du compte de résultat

IFRS (en M€)	2017	2016	Évolution 2017 / 2016
<b>Résultat des activités ordinaires ajusté</b>	<b>14,85</b>	<b>14,10</b>	<b>+ 5,3%</b>
Charges de restructuration	(0,44)	(0,29)	
<b>Résultat opérationnel courant ajusté</b>	<b>14,41</b>	<b>13,81</b>	<b>+ 4,4%</b>
Coût des plans d'attribution gratuite d'actions	(2,31)	(1,40)	
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>12,10</b>	<b>12,41</b>	<b>- 2,5%</b>
Autres produits et charges opérationnels	-	-	
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>12,10</b>	<b>12,41</b>	<b>- 2,5%</b>
Produits de trésorerie et équivalents de trésorerie	0,03	0,09	
Coût de l'endettement financier brut	(0,19)	(0,19)	
<b>Coût de l'endettement financier net</b>	<b>(0,16)</b>	<b>(0,10)</b>	
Autres produits et charges financiers	(0,01)	0,05	
Charges d'impôt	(4,60)	(4,69)	- 1,9%
Quote-part dans le résultat des entreprises associées et coentreprises	0,23	0,11	
<b>Résultat net des activités poursuivies</b>	<b>7,57</b>	<b>7,78</b>	<b>- 2,8%</b>
Résultat net d'impôt des activités arrêtées ou en cours de cession	0,15	(6,68)	
<b>Résultat net</b>	<b>7,72</b>	<b>1,10</b>	
<b>Résultat net part du Groupe</b>	<b>7,12</b>	<b>1,02</b>	
<b>Résultat net part du Groupe ajusté (1)</b>	<b>8,49</b>	<b>8,65</b>	<b>- 1,9%</b>
<b>Résultat net ajusté attribuable aux actionnaires ordinaires de la société mère par action en € (2)</b>	<b>0,41</b>	<b>0,42</b>	
<b>Résultat net ajusté attribuable aux actionnaires ordinaires de la société mère par action dilué en € (3)</b>	<b>0,41</b>	<b>0,42</b>	

(1) Le résultat net part du Groupe ajusté correspond au résultat net part du Groupe hors coût lié aux attributions gratuites d'actions net d'impôt (1,52 M€ en 2017) et hors résultat net d'impôt des activités arrêtées ou en cours de cession (0,15 M€ en 2017).

(2) Basé sur un nombre de titres moyen de 20 741 609 au 31/12/17 et de 20 695 571 au 31/12/16.

(3) Basé sur un nombre de titres moyen dilué de 20 878 962 au 31/12/17 et de 20 783 417 au 31/12/16.

Après coûts de restructuration (0,44 M€ en 2017 contre 0,29 M€ en 2016), le résultat opérationnel courant ajusté s'affiche à 14,41 M€, en hausse de 4,4 % par rapport à 2016 (13,81 M€).

Les produits de trésorerie passent de 0,09 M€ à 0,03 M€. Le coût de l'endettement financier brut (marge de crédit, coûts de factor) est identique à 2016, soit 0,19 M€. Ainsi, le coût de l'endettement financier net est une charge de 0,16 M€ en 2017, contre une charge de 0,10 M€ en 2016.

La charge d'impôt diminue légèrement en 2017 pour s'établir à 4,60 M€, contre 4,69 M€ en 2016, du fait notamment de la prime d'intégration fiscale en France.

Ainsi, le résultat net part du Groupe est un profit de 7,12 M€ en 2017, contre un profit de 1,02 M€ en 2016.

Hors coût lié aux attributions gratuites d'actions net d'impôt (1,52 M€ en 2017) et bénéfice net d'impôt des activités arrêtées ou en cours de cession (0,15 M€ en 2017), le résultat net part du Groupe ajusté est, quant à lui, un profit de 8,49 M€ en 2017, contre un profit de 8,65 M€ en 2016, soit un repli de 1,9%.

### Analyse de la structure financière

#### Indicateurs bilanciaux simplifiés

IFRS (en M€)	31/12/17	31/12/16
Actif immobilisé	86,43	79,60
Besoin en fonds de roulement (BFR)	(45,58)	(51,42)
Capitaux propres part du Groupe	79,16	73,26
Provisions non courantes	1,73	1,65
Excédent net de trésorerie	45,91	49,63

Compte tenu d'un résultat net part du Groupe de 7,12 M€ en 2017, du versement de dividendes aux actionnaires de la société mère pour (2,46) M€ et d'autres variations pour 1,24 M€, les fonds propres part du Groupe augmentent de 5,90 M€ et s'affichent à 79,16 M€ au 31 décembre 2017, contre 73,26 M€ à fin 2016.

La structure financière au 31 décembre 2017 reste solide compte tenu :

- d'un montant de disponibilités et de valeurs mobilières de placement de 60,15 M€ à l'actif, un excédent net de trésorerie (ou dette nette négative) qui s'affiche à 45,91 M€ au 31 décembre 2017, contre un excédent net de trésorerie de 49,63 M€ au 31 décembre 2016 ;
- du cycle d'exploitation de l'activité du Groupe et, en particulier, de celui du traitement de coupons de réduction. Le Groupe affiche une ressource quasi permanente en fonds de roulement d'exploitation de 45,58 M€ au 31 décembre 2017, en baisse de 5,84 M€ par rapport à fin 2016.

En conséquence, hors ressource en fonds de roulement, la dette nette est quasi nulle à (0,33) M€, contre 1,78 M€ au 31 décembre 2016.

#### Analyse des flux de trésorerie

La trésorerie nette du Groupe (trésorerie à l'actif retraitée des concours bancaires courants au passif) est de 60,15 M€, en baisse de 1,34 M€ par rapport à fin 2016.

Les principaux éléments ayant généré de la trésorerie au cours de la période sont :

- la CAF consolidée pour 11,36 M€ ;
- les souscriptions d'emprunts (nettes des remboursements) pour 2,15 M€, correspondant principalement au tirage de la tranche 2 pour 5,00 M€ et au remboursement de 2,50 M€ sur le crédit syndiqué 2015.

Les principaux éléments ayant consommé de la trésorerie au cours de l'exercice sont les suivants :

- la variation du BFR des activités ordinaires pour 6,01 M€ ;
- les versements de dividendes pour 3,86 M€, dont 2,46 M€ aux actionnaires de la société mère ;
- le solde net des acquisitions/cessions de filiales, compléments de prix et options pour 3,30 M€ ;
- les investissements industriels bruts (Capex brut) pour 1,06 M€.

IFRS (en M€)	31/12/17	31/12/16
<b>Trésorerie à l'ouverture</b>	<b>61,49</b>	<b>55,26</b>
CAF consolidée	11,36	10,69
Variation du BFR des activités ordinaires	(6,01)	4,69
<b>Variation de la trésorerie d'exploitation</b>	<b>5,35</b>	<b>15,38</b>
Acquisitions d'immobilisations	(1,06)	(1,08)
Cessions d'immobilisations	0,07	0,03
Variation des autres immobilisations financières	(0,11)	0,09
Trésorerie nette affectée aux acquisitions/cessions de filiales	(3,30)	(2,43)
<b>Variation de la trésorerie issue des opérations d'investissement</b>	<b>(4,40)</b>	<b>(3,39)</b>
Dividendes versés	(3,86)	(1,96)
Souscriptions d'emprunts	5,00	0,01
Remboursements d'emprunts	(2,86)	(3,00)
Acquisitions nettes d'actions propres	(0,58)	(0,66)
<b>Variation de la trésorerie issue des opérations de financement</b>	<b>(2,29)</b>	<b>(5,61)</b>
Incidence de la variation des taux de change	-	(0,14)
<b>Trésorerie à la clôture</b>	<b>60,15</b>	<b>61,49</b>
<b>Variation de trésorerie</b>	<b>(1,34)</b>	<b>6,23</b>

#### Politique d'investissement

En K€	2017	2016
Investissements incorporels	432	240
Investissements corporels	850	1 106
Investissements financiers	350	128

Les investissements « industriels » du Groupe (incluant les crédits-baux) au cours de l'exercice 2017 s'élèvent à 1,28 M€, contre 1,35 M€ en 2016. Ils représentent donc 1,6 % de la marge brute du Groupe, contre 1,7 % en 2016.



## Développement des marques et brevets

Le Groupe possède un portefeuille d'un peu plus de 200 marques et un brevet. Bien qu'il continue à protéger sa propriété intellectuelle, à effectuer des dépôts à titre probatoire et à enregistrer des noms de domaines sur Internet, l'activité du Groupe reste largement indépendante des marques et brevets qu'il possède.

## RÉSULTATS SOCIAUX DE HIGHCO

### Rôle de la société mère – relations avec les filiales

HighCo SA est la holding animatrice du Groupe depuis 1996. Au 31 décembre 2017, elle contrôlait directement ou indirectement 14 sociétés françaises et 6 sociétés réparties en Belgique, en Espagne, en Italie et au Luxembourg.

Au fil des années, elle s'est dotée d'équipes spécialisées à même de fournir aux filiales des services de fonctions support tels que : management, administration générale, ressources humaines, communication, gestion, comptabilité, finance, droit et fiscalité, assurances et informatique. Une telle organisation permet de rationaliser et d'optimiser les frais généraux du Groupe et permet aux filiales de se consacrer pleinement à leurs activités commerciales et à l'atteinte de leurs objectifs opérationnels.

HighCo SA employait 50 personnes au 31 décembre 2017, contre 45 au 31 décembre 2016. L'effectif moyen de l'exercice 2017 est de 46 personnes, comme en 2016.

### Résultats de l'exercice

en M€	2017	2016	Évolution 2017 / 2016
Chiffre d'affaires	14,56	15,04	- 3,2%
Résultat net	2,46	0,43	
Capitaux propres	51,34	51,33	+ 0,0%

### Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires est principalement constitué de prestations administratives, comptables, financières, juridiques, fiscales, informatiques et de management aux filiales, ainsi que de refacturations de frais de loyer et de fonctionnement. Il s'élève à 14,56 M€ contre 15,04 M€ en 2016.

### Résultat d'exploitation

Le résultat d'exploitation est de (0,54) M€ en 2017 contre (1,09) M€ en 2016.

## Résultat financier

Les produits financiers s'élèvent à 2,61 M€ et sont principalement constitués pour 2,47 M€ des dividendes reçus des filiales.

Les charges financières s'élèvent à (0,25) M€ (principalement constituées d'intérêts liés au crédit syndiqué en cours et d'intérêts sur comptes courants).

Le résultat financier ressort ainsi à 2,36 M€ en 2017 contre 4,17 M€ en 2016.

Le résultat courant avant impôts ressort à 1,81 M€ en 2017 contre 3,09 M€ en 2016.

## Résultat exceptionnel

Le résultat exceptionnel est de (1,00) M€, contre (3,57) M€ en 2016.

## Résultat net

Le bénéfice net de HighCo SA est en nette progression et s'affiche à 2,46 M€, contre 0,43 M€ en 2016.

## Structure financière

À l'actif, figurent principalement les titres de participation dans les filiales et autres participations à hauteur de 55,24 M€, ainsi que les créances sur les filiales au titre des prestations de services, et les créances en comptes courants résultant de la gestion centralisée de la trésorerie au niveau du Groupe.

Au passif, apparaît un montant de capitaux propres de 51,34 M€, stable par rapport à fin 2016.

Le total des dettes financières s'élève à 30,01 M€, contre 39,49 M€ à fin 2016. Elles se composent essentiellement du crédit syndiqué pour 13,75 M€, contracté pour financer les opérations de croissance externe, et des dettes en compte courant résultant de la gestion centralisée de la trésorerie par le Groupe.

# RAPPORT D'ACTIVITÉ 2017

## RAPPORT DE GESTION SOCIAL ET CONSOLIDÉ

### Délais de paiement de HighCo SA

Conformément à la loi LME du 4 août 2008, la Société applique un délai de paiement de 45 jours fin de mois ou 60 jours maximum.

Factures reçues non réglées à la date de clôture de l'exercice dont le terme est échu (article D.441 I.-1° du Code de commerce)

	Non échues (indicatif)	1 à 30 jours	31 à 60 jours	61 à 90 jours	91 jours et plus	Total échues
(A) Tranche de retard de paiement						
Nombres de factures concernées	247					75
Montant total des factures concernées TTC (K€)	1 039	43	3	1	(1)	46
Pourcentage du montant total des achats de l'exercice TTC	11%	0%	0%	0%	0%	0%
(B) Factures exclues du (A) relatives à des dettes et créances litigieuses ou non comptabilisées						
Nombre de factures exclues	10					
Montant total des factures exclues TTC (K€)	0					
(C) Délais de paiement de référence utilisés (contractuel ou délai légal - article L. 441-6 ou article L. 443-1 du Code de commerce)						
Délais de paiement utilisés pour le calcul des retards de paiement	- Délais contractuels : 45 jours fin de mois ou 60 jours maximum - Délais légaux : 45 jours fin de mois ou 60 jours maximum					

Factures émises non réglées à la date de clôture de l'exercice dont le terme est échu (article D.441 I.-2° du Code de commerce)

	Non échues (indicatif)	1 à 30 jours	31 à 60 jours	61 à 90 jours	91 jours et plus	Total échues
(A) Tranche de retard de paiement						
Nombres de factures concernées	232					6
Montant total des factures concernées TTC (K€)	3 337	1	2	0	0	3
Pourcentage du chiffre d'affaires de l'exercice TTC	20%	0%	0%	0%	0%	0%
(B) Factures exclues du (A) relatives à des dettes et créances litigieuses ou non comptabilisées						
Nombre de factures exclues	-					
Montant total des factures exclues TTC (K€)	-					
(C) Délais de paiement de référence utilisés (contractuel ou délai légal - article L. 441-6 ou article L. 443-1 du Code de commerce)						
Délais de paiement utilisés pour le calcul des retards de paiement	- Délais contractuels : 45 jours fin de mois ou 60 jours maximum - Délais légaux : 45 jours fin de mois ou 60 jours maximum					

# RAPPORT D'ACTIVITÉ 2017

## RAPPORT DE GESTION SOCIAL ET CONSOLIDÉ

### TABLEAU DES CINQ DERNIERS EXERCICES DE HIGHCO SA

Nature des indications (en K€, sauf nombre d'actions et effectifs)	Exercice 2013	Exercice 2014	Exercice 2015	Exercice 2016	Exercice 2017
<b>CAPITAL EN FIN D'EXERCICE</b>					
Capital social	5 605	5 605	5 605	11 211	11 211
Nombre d'actions ordinaires	11 210 666	11 210 666	11 210 666	22 421 332	22 421 332
Nombre maximal d'actions futures à créer :					
– Par conversion d'obligations	-	-	-	-	-
– Par acquisition d'actions gratuites (1)	80 000	10 000	-	1 290 900	920 000
<b>OPÉRATIONS ET RÉSULTATS DE L'EXERCICE</b>					
Chiffre d'affaires hors taxes	12 410	12 383	13 519	15 042	14 559
Résultat avant impôts, amortissements et provisions	4 817	3 063	782	(136)	(2 628)
Impôt sur les bénéfices	1 388	1 340	513	909	1 645
Résultat après impôts, amortissements et provisions	7 961	(574)	2 584	428	2 464
Résultat distribué	1 682	1 682	1 682	2 130	2 462
<b>RÉSULTATS PAR ACTION (€)</b>					
Résultat après impôts, mais avant amortissements et provisions	0,55	0,39	0,12	0,03	(0,04)
Résultat après impôts, amortissements et provisions	0,71	(0,05)	0,23	0,02	0,11
Dividende attribué à chaque action	0,15	0,15	0,19	0,12	0,14 (2)
<b>PERSONNEL</b>					
Effectif moyen des salariés employés pendant l'exercice	46	45	44	46	46
Montant de la masse salariale de l'exercice	3 200	3 377	3 800	4 017	3 780
Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux de l'exercice (Sécurité sociale, retraites, œuvres sociales, etc.)	1 356	1 473	1 620	1 645	1 568

(1) Depuis 2010, la Société a opté pour une couverture des plans d'attribution gratuite d'actions (AGA) par des actions existantes dans le cadre de son programme de rachat d'actions.

(2) Sous réserve de l'approbation par la prochaine assemblée générale.

### HIGHCO ET SES ACTIONNAIRES

Le capital de HighCo, société cotée sur Euronext Paris au compartiment C, n'a pas été modifié en 2017.

La répartition du capital est stable depuis plusieurs années. En effet, avec un tiers du capital, le groupe WPP demeure l'actionnaire de référence, et le flottant reste stable autour de 50%.

### INFORMATIONS RELATIVES AU CAPITAL ET A L'ACTIONNARIAT

#### Évolution du capital

##### Au 31 décembre 2017

Le capital social s'élevait à 11 210 666 €, et était divisé en 22 421 332 actions ordinaires d'une valeur nominale unitaire de 0,50 €, toutes de même catégorie et entièrement libérées.

##### Au 1<sup>er</sup> mars 2018

Le capital social reste inchangé.

##### Au cours des cinq derniers exercices

Capital en fin d'exercice	2013	2014	2015	2016	2017
Capital social	5 605 333	5 605 333	5 605 333	11 210 666	11 210 666
Nombre d'actions ordinaires	11 210 666	11 210 666	11 210 666	22 421 332	22 421 332
Nombre d'actions à dividende prioritaire (sans droit de vote) existantes	-	-	-	-	-
Nombre maximal d'actions futures pouvant être créées :					
– par conversion d'obligations	-	-	-	-	-
– par exercice de stock-options	-	-	-	-	-
– par acquisition d'actions gratuites (1)	80 000	10 000	-	1 290 900	920 000

(1) Étant précisé qu'il peut être décidé de remettre des actions existantes dans le cadre du PRA (programme de rachat d'actions). Depuis 2010, la Société a d'ailleurs opté pour une couverture des plans d'attribution gratuite d'actions par des actions existantes dans le cadre de ses programmes de rachat.

#### Dilution potentielle maximale

Au 31 décembre 2017, la dilution potentielle est constituée exclusivement des plans d'attribution gratuite d'actions en vigueur. La dilution potentielle maximale à la date du présent rapport est identique.

Il est précisé que le Directoire a toujours opté pour une couverture de ces plans par des actions existantes acquises dans le cadre de ses programmes de rachat, de sorte que la dilution ne porte que sur les droits de vote.

Nature des titres	Nombre d'actions	Date d'acquisition	Dilution potentielle maximale (1)
Attributions gratuites d'actions	160 000	30/04/2018	0,71%
	10 000	01/08/2018	0,04%
	240 000	30/04/2019	1,07%
	10 000	01/08/2019	0,04%
	240 000	30/04/2020	1,07%
	10 000	01/08/2020	0,04%
	240 000	30/04/2021	1,07%
	10 000	01/08/2021	0,04%
<b>Total</b>	<b>920 000</b>		<b>4,10%</b>

(1) Dilution calculée sur le nombre de titres existants.

# RAPPORT D'ACTIVITÉ 2017

## RAPPORT DE GESTION SOCIAL ET CONSOLIDÉ

### Actionnariat de HighCo

#### Sur les trois derniers exercices

À la connaissance de la Société, la répartition du capital et des droits de vote de HighCo sur les trois derniers exercices est la suivante :

	Nombre d'actions	% capital	DDV (1) théoriques (2)	% DDV théoriques (2)	DDV exerçables en Assemblée Générale	% DDV exerçables en Assemblée Générale
Au 31/12/2017						
Flottant	10 920 943	48,71%	11 494 815	46,67 %	11 494 815	50,23%
WPP France Holdings / Groupe WPP	7 651 632	34,13%	7 651 632	31,07%	7 651 632	33,43%
Autodétention (3)	1 743 249	7,77%	1 743 249	7,08%	-	-
G.B.P. (4)	1 140 000	5,08%	2 280 000	9,26%	2 280 000	9,96%
Salariés et autres mandataires sociaux (5)	965 508	4,31%	1 460 610	5,93%	1 460 610	6,38%
<b>Total</b>	<b>22 421 332</b>	<b>100,00%</b>	<b>24 630 306</b>	<b>100,00%</b>	<b>22 887 057</b>	<b>100,00%</b>
Au 31/12/2016						
Flottant	10 728 935	47,85%	11 312 707	45,91%	11 312 707	49,65%
WPP France Holdings / Groupe WPP	7 651 632	34,13%	7 651 632	31,05%	7 651 632	33,58%
Autodétention (3)	1 856 822	8,28%	1 856 822	7,54%	-	-
G.B.P. (4)	1 140 000	5,08%	2 280 000	9,25%	2 280 000	10,01%
Salariés et autres mandataires sociaux (5)	1 043 943	4,66%	1 539 045	6,25%	1 539 045	6,76%
<b>Total</b>	<b>22 421 332</b>	<b>100,00%</b>	<b>24 640 206</b>	<b>100,00%</b>	<b>22 783 384</b>	<b>100,00%</b>
Au 31/12/2015						
Flottant	5 433 139	48,46%	5 695 335	46,19%	5 695 335	49,66%
WPP France Holdings / Groupe WPP	3 825 816	34,13%	3 825 816	31,03%	3 825 816	33,36%
Autodétention (3)	862 454	7,69%	862 454	6,99%	-	-
G.B.P. (4)	570 000	5,08%	1 140 000	9,25%	1 140 000	9,94%
Salariés et autres mandataires sociaux (5)	519 257	4,63%	806 807	6,54%	806 807	7,04%
<b>Total</b>	<b>11 210 666</b>	<b>100,00%</b>	<b>12 330 412</b>	<b>100,00%</b>	<b>11 467 958</b>	<b>100,00%</b>

(1) DDV signifie « droits de vote ».

(2) DDV théoriques : DDV comprenant les actions autodétenues privées de droit de vote pris en compte pour le calcul des franchissements des seuils légaux.

Pour 2017 : 22 887 057 + 1 743 249 = 24 630 306

Pour 2016 : 22 783 384 + 1 856 822 = 24 640 206

Pour 2015 : 11 467 958 + 862 454 = 12 330 412

(3) Hors contrat de liquidité Amafi, au 31/12/2017, l'autodétention est de 1 697 357 actions (soit 7,57 % du capital).

(4) G.B.P. : actionnaire représenté par Gérard de Bartillat, membre du Conseil de Surveillance. Par ailleurs, Gérard de Bartillat a déclaré avoir acquis 41 313 actions à titre personnel entre les 7 novembre et 6 décembre 2017.

(5) En direct et via le FCPE Actionnariat HighCo.

Au 1<sup>er</sup> mars 2018, l'actionnariat n'a pas connu de changement significatif par rapport au 31 décembre 2017.



### Principales évolutions sur les trois derniers exercices

Le 31 août 2016, le capital social a été augmenté de 5 605 333 € pour atteindre 11 210 666 €. En 2017, le capital social n'a pas été modifié.

#### *Flottant*

Le flottant reste stable.

#### *Groupe WPP / WPP France Holdings*

Le niveau de participation du groupe WPP, premier actionnaire, par l'intermédiaire de la société WPP France Holdings, sa filiale française, est également resté stable.

#### *Actions auto détenues*

L'autodétention a baissé légèrement depuis 2016 en raison de l'attribution en actions existantes, d'actions gratuites aux salariés et mandataires sociaux en juillet et août 2017 dans le cadre des plans mis en place.

#### *G.B.P. (Gérard de Bartillat Participations)*

Le niveau de participation de G.B.P. est inchangé. Par ailleurs, Gérard de Bartillat a déclaré avoir acquis, fin 2017, 41 313 actions à titre personnel.

#### *Salariés et autres mandataires sociaux*

Le niveau de participation des salariés et autres mandataires sociaux est resté stable.

### Actionnaires détenant plus de 5 % du capital ou des droits de vote

À la connaissance de la Société, il n'existe pas d'actionnaires détenant directement ou indirectement, seul ou de concert, 5 % ou plus du capital ou des droits de vote, à l'exception de :

- la société WPP France Holdings (groupe WPP) ;
- la société Eximium ;
- la société G.B.P.

### Franchissement de seuils légaux

La société Eximium a déclaré un franchissement à la hausse du seuil légal de 10 % en capital, le 28 juillet 2017.

Le 19 janvier 2018, Sycomore Asset Management a déclaré à la baisse les franchissements de seuils de 5 % en capital et en droit de vote.

### Actionnariat des salariés

Au 31 décembre 2017, et à la connaissance de la Société, les salariés et autres mandataires sociaux détenaient directement ou indirectement 4,31 % du capital social dont :

- 3,89 % du capital détenu directement par les salariés (mandataires ou non) dont 0,79 % issu d'actions gratuites inscrites au nominatif attribuées après la loi Macron du 7 août 2015 ;

- 0,42 % du capital détenu par les salariés via le FCPE Actionnariat HighCo (ce fonds incluant aussi d'anciens salariés).

### Droits de vote des principaux actionnaires

Un droit de vote double est attribué à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il est justifié d'une inscription nominative depuis deux ans au moins, au nom d'un même actionnaire titulaire.

Parmi les actionnaires détenant plus de 5 % du capital, seule G.B.P. détient des actions à droit de vote double.

### Pacte d'actionnaires

Néant.

### Nantissement

La Société n'a pas, à sa connaissance, de nantissement sur son capital.

## DIVIDENDES VERSÉS AU TITRE DES TROIS DERNIERS EXERCICES

Les dividendes versés par la Société au cours des trois derniers exercices figurent dans le tableau page 84.

Les dividendes non réclamés dans les cinq ans de leur mise en paiement sont prescrits.

## OPÉRATIONS SUR LES TITRES DE LA SOCIÉTÉ

### Rachat d'actions de la Société

#### Programme de rachat autorisé par l'Assemblée générale mixte du 22 mai 2017

Un nouveau programme a été autorisé par cette Assemblée générale jusqu'au 21 novembre 2018, permettant au Directoire de procéder à des rachats d'actions de la Société dans la limite de 10 % du nombre d'actions composant le capital social à la date de ces rachats, étant entendu que la Société ne pourra à aucun moment détenir plus de 10 % de son propre capital, en vue de :

- l'animation de marché secondaire ou de la liquidité de l'action HighCo par l'intermédiaire d'un prestataire de services d'investissement au travers d'un contrat de liquidité conforme à la charte de déontologie de l'Amafi reconnue par l'Autorité des Marchés Financiers ;
- l'achat pour conservation et remise ultérieure à l'échange ou en paiement dans le cadre d'opérations éventuelles de croissance externe, étant précisé que les actions acquises à cet effet ne peuvent excéder 5 % du capital de la Société ;

- assurer la couverture de plans d'attribution gratuite d'actions et toutes autres formes d'allocation d'actions à des salariés et/ou des mandataires sociaux du Groupe dans les conditions et selon les modalités prévues par la Loi, notamment au titre de la participation aux résultats de l'entreprise, au titre d'un plan d'épargne d'entreprise ;
- assurer la couverture de valeurs mobilières donnant droit à l'attribution d'actions de la Société dans le cadre de la réglementation en vigueur ;
- l'annulation des actions autorisée par l'Assemblée générale extraordinaire pour 24 mois.

Le Directoire ne peut annuler les actions que dans la limite de 10 % du capital sur une période de 24 mois.

L'acquisition, la cession ou le transfert de ces actions peuvent être effectués par tous moyens sur le marché ou de gré à gré, notamment par achat de blocs de titres, et à tout moment y compris en période d'offre publique.

Le montant maximal global des fonds destinés au rachat des actions de la Société ne peut dépasser 22,4 M€ et le prix maximal d'achat par action sera de 10 €, hors frais et commission.

L'autorisation décrite ci-dessus, en vigueur au jour du présent rapport, prendra fin au plus tard le 21 novembre 2018 sauf décision avant cette date de l'Assemblée générale des actionnaires autorisant un nouveau programme de rachat. La Société a conclu avec Oddo BHF en 2006 puis 2009, un contrat de liquidité conforme à la charte de déontologie Amafi. La somme totale mise à disposition est de 500 K€.

# RAPPORT D'ACTIVITÉ 2017

## RAPPORT DE GESTION SOCIAL ET CONSOLIDÉ

### Rachats d'actions réalisés par HighCo

#### Flux au cours de l'exercice 2017

	Nombre d'actions	Cours moyen
Nombre d'actions propres achetées		
- via le contrat de liquidité Amafi (1)	464 325	5,71€
- via le mandat donné au PSI (2)	106 989	5,41€
Nombre d'actions propres vendues (1)	436 887	5,74€
Nombre d'actions attribuées par la Société (3)	248 000	3,80€

(1) Objectif d'animation du marché secondaire ou de la liquidité de l'action HighCo.

(2) Objectif de conservation et de remise ultérieure en échange ou en paiement dans le cadre d'opérations éventuelles de croissance externe.

(3) Uniquement dans le cadre de l'application de plans d'attributions gratuites d'actions.

#### Titres autodétenus par la Société au 31 décembre 2017

Nombre de titres autodétenus en portefeuille (1)	1 743 249
Pourcentage du capital autodétenu	7,77%
Valeur d'achat des titres détenus (en K€)	5 968
Valorisation au cours de Bourse moyen du mois de décembre 2017 (en K€)	8 506
Valeur nominale des titres autodétenus (en K€)	872
Frais de négociation pour l'exercice 2017 (en K€) (2)	24

(1) Dont 45 892 actions (0,20 % du capital) via le contrat de liquidité Amafi et 1 697 357 actions (7,57 % du capital) via le PSI.

(2) Coût du contrat de liquidité Amafi inclus.

#### Nombre d'actions rachetées et vendues par la Société au cours de l'exercice 2017

Objectif	Stock d'actions en début d'exercice	Nombre d'actions achetées	Nombre d'actions vendues/transférées/annulées	Stock d'actions en fin d'exercice
Animation de marché secondaire ou de la liquidité de l'action HighCo	18 454	464 325	436 887	45 892
Conservation et remise ultérieure dans le cadre d'opérations de croissance externe	1 120 592	-	-	1 120 592
Couverture des plans d'attributions gratuites d'actions à des salariés et/ou mandataires sociaux	717 776	106 989	248 000	576 765
<b>Total</b>	<b>1 856 822</b>	<b>571 314</b>	<b>684 887</b>	<b>1 743 249</b>

### Réaffectations

Néant.

### Attributions gratuites d'actions

Le tableau n°8 bis « Informations sur les plans d'attribution gratuite d'actions » figure dans l'annexe aux comptes consolidés page 165 et dans l'annexe aux comptes sociaux page 209.

## PROCÉDURES DE CONTRÔLE INTERNE ET DE GESTION DES RISQUES MISES EN PLACE PAR LA SOCIÉTÉ

### DÉFINITION ET PÉRIMÈTRE DU CONTRÔLE INTERNE

#### Définition

Les procédures de contrôle interne et de gestion des risques du groupe HighCo reposent sur une analyse des risques spécifiques à l'entreprise, notamment les plus sensibles.

Le dispositif de contrôle interne du Groupe vise en particulier à assurer :

- la conformité aux lois et règlements ;
- l'application des instructions et des orientations fixées par le Directoire ;
- le bon fonctionnement des processus internes du Groupe, notamment ceux concourant à la sauvegarde de ses actifs ;
- la fiabilité des informations financières ;

Les objectifs du dispositif de contrôle interne mentionnés ci-dessus sont ceux posés dans le cadre de référence de l'AMF, mis à jour en juillet 2010 et rappelés par la recommandation 2011-17.

Néanmoins, comme mentionné dans son « Rapport sur le rapport du Président sur les procédures de contrôle interne et de gestion des risques » de février 2016, l'AMF a précisé que : *« La prise de risque est consubstantielle de la vie économique et inhérente à toute société. Il n'existe pas de croissance, ni de création de valeur dans une société, sans prise de risque. La réalisation de certains risques peut affecter la capacité de la société à atteindre ses objectifs stratégiques ou compromettre sa continuité d'exploitation, d'où l'intérêt de chercher à identifier et à maîtriser les principaux risques. En contribuant à prévenir et à gérer ces risques, les dispositifs de gestion de risques et de contrôle interne mis en place par la société jouent un rôle clé dans la conduite et le pilotage de ses différentes activités et peuvent de ce fait être source d'avantages compétitifs pour l'entreprise ».*

Ainsi, le Directoire a demandé aux directions concernées de réunir les informations relatives aux risques ainsi qu'aux mesures de contrôle interne existantes au sein du Groupe en 2017, nécessaires à l'établissement de cette partie du rapport de gestion.

Un groupe de travail a ainsi été constitué, composé de membres du Directoire et des responsables des différentes fonctions supports (mentionnées ci-après).

#### Périmètre

Les procédures de contrôle interne mises en place sont applicables à l'ensemble des sociétés incluses dans le périmètre de consolidation.

Ces procédures peuvent, dans certains domaines, être différentes selon que l'entité concernée est située en France ou dans un autre pays.

### PILOTAGE DU CONTRÔLE INTERNE : RÉPARTITION DES RÔLES

#### Rôle de la société mère dans le Groupe

La société HighCo est la holding animatrice du Groupe et, à ce titre, centralise les fonctions suivantes :

- la définition de la stratégie et la conduite des affaires du Groupe ;
- la politique financière et l'optimisation de la trésorerie ;
- l'animation des divisions commerciales ;
- la communication du Groupe ;
- la politique de croissance externe, de rapprochement et de partenariat ;
- la fonction ressources humaines en France ;
- les fonctions juridique et fiscale en France ;
- la fonction informatique en France ;
- la fonction d'audit interne.

Le Groupe est présent principalement en France et au Benelux où il a réalisé 99 % de sa marge brute en 2017. Ces éléments favorisent un contrôle interne homogène et efficace.

Au minimum deux fois par an, la direction générale et les principaux responsables de la holding identifient et examinent les principaux risques au besoin en faisant appel à des conseils externes (cf. pages 97-98).

La fonction d'audit interne s'appuie notamment sur les différents acteurs présentés ci-après.

#### Directoire

Un membre du Directoire a plus particulièrement en charge la direction générale et supervise les directions financière, informatique, juridique et celle des ressources humaines.

#### Conseil de Surveillance

Afin de renforcer sa fonction de contrôle, le Conseil est doté d'un Comité d'audit dont la mission, définie par le règlement intérieur et la loi, s'étend aux procédures d'audit interne (cf. Rapport sur le gouvernement d'entreprise, pages 132-133).

### Fonctions supports

Pour mettre en œuvre le contrôle interne et coordonner les acteurs, la direction générale s'appuie sur les responsables des fonctions supports Groupe suivantes :

- la direction financière ;
- la direction des ressources humaines ;
- la direction juridique ;
- la direction informatique.

### Filiales opérationnelles

Les équipes financières ou administratives des filiales opérationnelles du Groupe veillent à se conformer aux procédures internes standardisées, aux réglementations locales et s'appuient, si nécessaire, sur l'expertise de prestataires externes, notamment pour les questions juridiques, fiscales et sociales.

## FACTEURS ET GESTION DES PRINCIPAUX RISQUES ET INCERTITUDES

La gestion des risques permet au Groupe de :

- créer et préserver sa valeur, ses actifs et sa réputation ;
- sécuriser la prise de décision et les processus pour favoriser l'atteinte de ses objectifs ;
- favoriser la cohérence des actions avec ses valeurs ;
- mobiliser ses collaborateurs autour d'une vision commune des principaux risques et les sensibiliser aux risques inhérents à leur activité.

La Société a procédé à une revue des risques avérés ou potentiels qui ont eu ou pourraient avoir un effet défavorable significatif sur son activité, sa situation financière ou sur ses résultats (ou sur sa capacité à réaliser ses objectifs).

En ce qui concerne les risques les plus sensibles, une analyse spécifique est réalisée chaque année et présentée au Comité d'audit pour revue des évolutions et traitements par rapport à l'année précédente.

Comme chaque année, un questionnaire sur les risques a été adressé à chaque filiale du Groupe. Les managers de chacune d'elles ont notamment déclaré les risques avérés ou potentiels, les réponses apportées et les mesures envisagées. De plus, la direction générale ou l'audit interne visitent au moins une fois par an chaque filiale (France et Belgique) pour les sensibiliser au contrôle interne et échanger avec le management local sur les risques significatifs identifiés.

Suite à cette revue, la Société considère que les principaux risques et incertitudes sont ceux présentés ci-dessous.

Le paragraphe suivant a ainsi pour objet d'identifier les principaux risques, de les analyser et enfin de présenter les traitements mis en place.

Les facteurs de risques suivants, complétés des autres informations et des comptes consolidés du Groupe figurant dans l'annexe aux comptes consolidés (pages 159-190), doivent être pris en compte, avant toute décision d'investissement dans les actions ou instruments financiers de HighCo.

Chacun des risques évoqués pourrait avoir un impact négatif sur les résultats et la situation financière du Groupe ainsi que sur son cours de bourse.

Enfin, les contextes interne et externe à la Société étant naturellement changeants tout au long de l'année, cette communication sur les risques donne nécessairement une vision de ces derniers à un instant donné. D'autres risques ou incertitudes dont la Société n'a pas connaissance, ou qui sont actuellement non significatifs, pourraient également devenir des facteurs importants ayant un impact négatif sur le Groupe.

La Société n'identifie pas à ce jour de stratégie ou facteur de nature gouvernementale, économique, budgétaire, monétaire ou politique ayant influé sensiblement, ou pouvant influencer de manière directe ou indirecte, sur ses opérations.

Plan des risques recensés :

- |   |      |
|---|------|
| • Risques opérationnels externes  | p.92 |
| - Liés au secteur de la communication, de la grande distribution et de la grande consommation |      |
| • Risques opérationnels internes  | p.92 |
| - Liés aux acquisitions   |      |
| - Innovations et nouvelles technologies   |      |
| - Informatiques   |      |
| - De mise en œuvre de techniques promotionnelles  |      |
| • Risques réglementaires et juridiques  | p.94 |
| - Liés à une mauvaise application de la réglementation  |      |
| • Risques de contrepartie   | p.94 |
| - Dépendance clients  |      |
| - A l'égard des fournisseurs et des prestataires sous-traitants                               |      |
| • Risques financiers liés aux effets du changement climatique                                 | p.94 |



### Risques opérationnels externes

Ce paragraphe présente les principaux risques opérationnels du Groupe identifiés par le Directoire.

Ces risques sont difficilement quantifiables. Certains font l'objet de couvertures d'assurance décrites dans ce présent chapitre (page 95).

Type	Identification	Analyse	Traitement
Risques liés au secteur de la communication, de la grande distribution et de la grande consommation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guerre des prix dans la grande distribution, secteur majeur pour HighCo.</li> <li>• Transformation des usages des consommateurs liée à la forte utilisation des nouveaux outils numériques</li> <li>• Rapprochements, fusions, alliances affectant les annonceurs et les distributeurs</li> <li>• Evolutions liées au secteur d'activité, en particulier la coopération commerciale et l'achat médias.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baisse des budgets de communication et de coopération commerciale confiés aux agences, liée à la guerre des prix dans la grande distribution et/ou aux nouveautés réglementaires.</li> <li>• Avec les nouvelles technologies : bouleversement des schémas et des relations traditionnels nécessitant des adaptations très rapides de la part des différents acteurs.</li> <li>• Synergies de coûts engendrées par le rapprochement des acteurs impactant négativement les budgets alloués.</li> <li>• Instabilité du cadre réglementaire. Contrôles de l'administration avec risques de sanctions, en particulier sur la coopération commerciale.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flexibilité du Groupe sur ses coûts lui permettant de s'adapter rapidement.</li> <li>• Anticipation, veille sur les comportements d'achat des consommateurs, diversification des outils proposés (digitalisation des solutions marketing apportées aux annonceurs) grâce aux nouvelles compétences acquises et à leur mutualisation au sein du Groupe.</li> <li>• Anticipation des évolutions par une veille sectorielle et juridique afin de saisir de nouvelles opportunités.</li> <li>• Diversification du portefeuille clients (GSS, pharmacies, GSB, banques et assurances).</li> </ul>

### Risques opérationnels internes

Type	Identification	Analyse	Traitement
Risques liés aux acquisitions	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Risques dans le choix de la cible, son évaluation et sa pertinence stratégique.</li> <li>• Après acquisition, risque d'intégration insuffisante de la société acquise et de son équipe dirigeante, ou difficulté à réaliser les synergies attendues.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Une mauvaise évaluation de la cible, de son potentiel et de sa capacité à dégager les synergies attendues ou une mauvaise intégration de celle-ci peuvent rendre le montage financier de l'opération moins bénéfique, influencer négativement sur les résultats du Groupe, et tendre les relations avec les dirigeants vendeurs.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moyens mis en œuvre pour évaluer la cible : audits d'acquisition complets, garanties actif/passif avec clauses de réduction de prix, mécanismes d'implication et d'incitation des dirigeants vendeurs.</li> <li>• Après acquisition, nouvelle gouvernance, reporting mensuel, actions d'intégration de l'entité, de ses collaborateurs et action d'adhésion à la stratégie du Groupe.</li> </ul>
Risques liés à l'innovation et à l'utilisation de nouvelles technologies	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avec la digitalisation rapide et le <i>Big data</i>, risque d'inadéquation entre les nouvelles offres marketing, les nouveaux outils support et les attentes des marques et des consommateurs.</li> <li>• Perte et altération de données.</li> <li>• Risques sur l'activité de micro-paiement par SMS.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fragilisation des <i>business models</i>, perte de parts de marché et de marge brute.</li> <li>• Atteinte à l'image et perte de budget, sanctions administratives ou pénales.</li> <li>• Une mauvaise gestion des activités de micro-paiement consommateurs atteindrait négativement la réputation du Groupe.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le « Digital » reste une priorité stratégique du Groupe. Renforcement des activités de ciblage et personnalisation.</li> <li>• Sensibilisation, formations et conseils aux équipes.</li> <li>• Mesures de sécurité renforcées pour assurer l'intégrité des données (cf. risque informatique). Renforcement du suivi des traitements de données personnelles et des procédures pour être conforme au règlement européen RGPD.</li> <li>• Poursuite du renforcement des process internes sur l'activité de micro-paiement (recrutement dédié et missions spécifiques des fonctions support du Groupe).</li> </ul>

Type	Identification	Analyse	Traitement
Risques informatiques	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accentuation des risques sur les infrastructures informatiques du fait de l'intégration de nouvelles technologies complexes et interconnectées : risques liés à la sécurité de l'information (accès aux données, sauvegardes, archivage et accès réseau) et à la maîtrise des outils.</li> <li>• Interruption des services hébergés pour le compte de ses clients ou suite à une cyber-attaque.</li> <li>• Pertes, vols et altérations de données.</li> <li>• Montée en puissance de l'informatique métier en raison de la croissance des activités de développement d'applications informatiques et d'hébergement de serveurs pour le compte de clients. Par ailleurs, le Groupe héberge des services et des bases de données pouvant faire l'objet d'attaques ciblées ou de dysfonctionnements impactant les outils des clients.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Non-respect des engagements contractuels vis-à-vis de ses clients (disponibilité, garantie de temps de rétablissement, protection des données). Eventuelles actions en indemnisation.</li> <li>• La hausse des volumes des données traitées par le Groupe et la sophistication des piratages de celles-ci augmentent les risques sur les infrastructures informatiques.</li> <li>• Une défaillance de l'informatique « métiers » est susceptible d'avoir des impacts négatifs substantiels : perte d'activité, de clients, et de crédibilité sur un marché très concurrentiel avec les conséquences financières qui en découleraient.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procédures mises en place par la direction informatique. Celle-ci est centralisée et comprend une quinzaine de collaborateurs pluridisciplinaires. La direction informatique définit avec l'aide de la direction générale : <ul style="list-style-type: none"> <li>- les stratégies de sécurité physique d'accès aux bâtiments ;</li> <li>- les politiques d'accès aux données ;</li> <li>- la sécurisation des accès de et vers Internet ;</li> <li>- la politique d'achat des matériels et logiciels ;</li> <li>- les politiques de sauvegarde et d'archivage ;</li> <li>- la gestion des infrastructures techniques.</li> </ul> </li> <li>• Formation / transfert de compétence au sein des équipes pour maintien opérationnel des nouveaux outils.</li> <li>• Mesures sur les données : <ul style="list-style-type: none"> <li>- centralisation de la gestion des droits d'accès via un outil dédié et audité régulièrement ;</li> <li>- sauvegardes des données sur bandes, sur disques ou sur site distant en fonction de la criticité des données ;</li> <li>- archivage des données dans des lieux sécurisés, en double et sur différents supports ;</li> <li>- dispositions sur les données personnelles prises dans le cadre de la réglementation (RGPD).</li> </ul> </li> <li>• Plan de reprise informatique avec réplcation des machines virtuelles entre les différents sites et test de reprise d'activité.</li> <li>• Mise en place de procédure de sécurité en partenariat avec une société certifiée ANSSI pour HighCo DATA France et en cours pour le reste du Groupe.</li> <li>• Plan d'audit informatique : audit externe informatique annuel d'une ou plusieurs filiales. Contrôles par les commissaires aux comptes. Audits réguliers par certains clients.</li> </ul>
Risques liés à la mise en œuvre de techniques promotionnelles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Destructions, erreurs, ou vols au niveau des activités de gestion, de manipulation et de transport de valeurs sur support papier (coupons de réductions, programmes de fidélité).</li> <li>• Défaillances, erreurs, fraudes liées à la mise en œuvre de techniques promotionnelles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise en cause de la responsabilité du Groupe par des clients, des consommateurs ou des tiers générant des coûts ainsi qu'une atteinte à la réputation.</li> <li>• Décrédibilisation d'un support promotionnel sur un marché et incidences négatives sur l'activité de HighCo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bilan régulier des risques et des couvertures assurantielles effectué en France et en Belgique.</li> <li>• Mise en place de procédures spécifiques sur les activités sensibles.</li> </ul>

### Risques réglementaires et juridiques

Type	Identification	Analyse	Traitement
Risques liés à une mauvaise application de la réglementation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Importance accrue des règles visant la protection des nouvelles technologies (développements informatiques, base de données – <i>Big data</i>, applications mobiles, logiciels, innovations) en raison du développement des activités digitales.</li> <li>• Réglementation en pleine mutation sur l'économie numérique autour du Big Data, notamment sur les données personnelles (Règlement européen Général sur la Protection des Données entrant en vigueur en mai 2018).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertes de données internes, externes ou atteinte à la vie privée susceptibles d'entraîner, à l'encontre de la filiale concernée, une mise en cause de sa responsabilité et des sanctions administratives ou pénales.</li> <li>• Anticipation insuffisante ou mauvaise application des règles juridiques propres aux activités digitales, notamment au <i>Big data</i>.</li> <li>• Atteinte à la propriété intellectuelle de l'entreprise en raison d'une mauvaise protection des innovations, perte des investissements effectués et de l'avance technologique et commerciale et vis-à-vis des concurrents.</li> <li>• Risques de sanctions, civiles, pénales ou administratives, renforcées récemment dans certains domaines (données personnelles, réglementation boursière, LCB-FT, etc.).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Présence d'un service juridique interne de quatre personnes, dont un Correspondant Informatique et Libertés. Recours à des cabinets de conseil spécialisés.</li> <li>• Collaboration renforcée entre les services juridique et informatique internes.</li> <li>• Sensibilisation, formations et préconisations régulières par le service juridique des équipes opérationnelles.</li> </ul>

Par ailleurs, il n'existe pas de procédure gouvernementale, judiciaire ou d'arbitrage, y compris toute procédure dont la Société a connaissance, qui est en suspens ou dont elle est menacée, susceptible d'avoir ou ayant eu au cours des douze derniers mois des effets significatifs sur la situation financière ou la rentabilité de la Société et/ou du Groupe autres que celles détaillées ci-dessus.

### Risques de contrepartie

Type	Identification	Analyse	Traitement
Risques de dépendance clients	Dans l'environnement fortement concurrentiel des marques et de la grande distribution, l'impact d'une réduction importante ou d'une perte de budgets doit se mesurer à la dépendance économique du Groupe à l'égard de ses clients.	Sur l'exercice 2017, les cinq premiers clients représentent 17% de la marge brute et les dix premiers clients représentent 25% de la marge brute du Groupe, contre respectivement 17% et 28% en 2016.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le Groupe s'appuie sur la diversité de son offre commerciale pour répartir ce risque, en misant sur la qualité de ses relations avec ses principaux clients.</li> <li>• La diversification orientée vers d'autres réseaux de distribution, en particulier le non-alimentaire, est aussi un moyen d'éviter ce risque.</li> </ul>
Risques à l'égard des fournisseurs et des prestataires sous-traitants	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intervention de nombreux prestataires externes et sous-traitants (travaux graphiques et d'exécution, imprimeurs, transporteurs, espaces publicitaires <i>offline</i> et <i>online</i>, etc.).</li> <li>• Existence de liens forts avec les opérateurs de télécommunications notamment pour les activités liées aux SMS.</li> <li>• Sous-traitance d'une partie importante de ses activités de comptage (activités DATA) à un groupe belge spécialisé dans le traitement externalisé de flux documentaires, disposant d'un centre de traitement au Maroc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Non-conformité des prestations ou non-respect des délais, avec pour conséquence l'annulation d'une commande par le client ou l'obligation de refaire des travaux aux frais du prestataire.</li> <li>• Incohérence, voire désaccord, sur les flux de SMS transmis par les opérateurs de télécommunications.</li> <li>• Ces défaillances de prestataires sont plus importantes en période de crise économique, voire, dans certains pays, de crise politique.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Renforcement des procédures contractuelles et de sélection, notamment auprès des petites structures indépendantes. Dans les principaux sites du Groupe, vérifications d'usage auprès des fournisseurs référencés (enregistrement auprès de l'administration sociale et fiscale, informations financières).</li> <li>• Décompte précis des SMS enregistrés quotidiennement grâce à un outil informatique développé en interne ; réconciliation mensuelle avec les opérateurs de télécommunications.</li> <li>• Concernant les activités de comptage sous-traitées au Maroc : existence de sites distincts pour pallier le risque d'interruption de l'activité ; audit des sites par HighCo ; centralisation de toutes les données informatiques pour rapatrier, si besoin, l'activité en France et/ou en Belgique, dans un délai raisonnable ; revue des couvertures juridiques et assurantielles.</li> </ul>

Concernant les risques financiers liés aux effets du changement climatique, le Groupe estime que, compte tenu de ses activités et de son implantation géographique, ces derniers sont limités. Néanmoins, les principales mesures prises par le Groupe pour les réduire, en mettant en œuvre une stratégie bas-carbone dans toutes les composantes de son activité, sont énoncées dans la partie de ce rapport relative à la RSE (pages 111).

### Couverture des risques par l'assurance

#### Politique de couverture Groupe

Les objectifs du Groupe sont de protéger son patrimoine, prévenir les conséquences des responsabilités encourues vis-à-vis des tiers et du personnel et minimiser l'impact des sinistres sur les comptes du Groupe.

Sa politique est de couvrir de façon adéquate ses filiales en souscrivant des polices tenant compte de leurs activités respectives, de leur développement, du changement de leur activité et de l'évolution des risques qui leur sont propres.

Le Groupe se prémunit des conséquences de certains des risques liés à ses activités en souscrivant des polices d'assurance classiques couvrant :

- les risques de dommages aux biens (matériel informatique, logiciels et téléphonie, parc automobile) ;
- les risques de pertes d'exploitation sur certaines activités ;
- les risques liés à la cybercriminalité et aux fraudes ;
- les risques de mise en cause de la responsabilité civile.

Tous les contrats ont été souscrits auprès de compagnies parmi les premières sur le plan mondial.

Le service juridique contrôle régulièrement l'adéquation des couvertures d'assurance avec les risques encourus, et ce, avec l'assistance d'un cabinet spécialisé et effectue un suivi régulier des polices d'assurances.

#### Polices spécifiques dans le Groupe

- Police « Stockage et Transport des coupons de réduction » pour couvrir les risques spéciaux susceptibles d'entraîner la perte desdits coupons confiés par les annonceurs (incendie notamment) et le transport des coupons.
- Police « Responsabilité Civile des Mandataires Sociaux » qui couvre tous les mandataires sociaux du Groupe dans l'exercice de leurs fonctions.
- Polices « Homme clé » concernant trois dirigeants.
- Police « Cyber et Fraude ».

## ELABORATION ET TRAITEMENT DE L'INFORMATION COMPTABLE ET FINANCIERE

### Organisation et acteurs

Le traitement de l'information financière et comptable est uniformisé pour l'ensemble du Groupe :

- une direction financière unique pour tout le Groupe : basée à Paris, elle centralise l'information financière et comptable transmise par les filiales, sous la supervision de la direction générale ;

- une équipe comptable et financière dans les principales zones d'implantation, composée d'un directeur financier, d'une fonction comptable et d'une fonction contrôle de gestion.

#### La direction financière Groupe

Cette direction est composée du directeur financier, d'un contrôleur financier, d'un chef comptable et fiscal, d'un responsable de la consolidation et du reporting, et d'un assistant trésorier.

Ses principales missions sont :

- la production des comptes consolidés et des informations nécessaires à la communication financière du Groupe, dans le respect des délais et des obligations légales ou de marché ;
- l'uniformité des méthodes, procédures et référentiels utilisés dans chaque entité du Groupe, en tenant compte des éventuelles législations spécifiques locales ;
- la production des comptes sociaux de la holding, et la supervision de ceux des filiales françaises (contrôle des comptes comptables et revue fiscale détaillée, en collaboration avec un cabinet spécialisé) ;
- le pilotage du processus budgétaire et prévisionnel, et la production du reporting mensuel de gestion ;
- les fonctions contrôle interne et audit interne, visant à identifier les risques et à mettre en place des actions correctives dans les filiales ;
- le suivi et la centralisation des contrôles sociaux et fiscaux, en collaboration avec les départements des ressources humaines et juridique du Groupe ;
- la gestion de la trésorerie du Groupe.

#### Les équipes comptables et financières

Une *business unit* peut regrouper plusieurs filiales juridiques ou plusieurs implantations géographiques ; elle correspond à l'organisation managériale et opérationnelle du Groupe.

Une équipe se charge de produire l'information comptable et financière. Cette équipe, dont le nombre de membres varie selon la taille de la *business unit*, est placée sous la direction du responsable opérationnel, et travaille en coordination avec la direction financière Groupe.

Sous la supervision et la responsabilité du directeur financier de la *business unit*, l'équipe comptable est chargée de la mise en application des normes comptables et de l'arrêté des comptes sociaux. Le contrôle de gestion a en charge la production des états de reporting mensuels (marge brute, compte de résultat, trésorerie et besoin en fonds de roulement), après rapprochement de la comptabilité.

### Procédures mises en place

#### Reporting de gestion

Le reporting de gestion mensuel constitue l'outil privilégié de suivi, de contrôle et de pilotage de la direction générale

du Groupe. Présenté par société, ou business unit, ce reporting comporte :

- des données chiffrées réelles et des données prévisionnelles mensuelles jusqu'à la fin de l'année (comparées aux budgets et aux données de l'exercice antérieur) ;
- des indicateurs de mesure de la performance ;
- le suivi du besoin en fonds de roulement et de la trésorerie.

Les sociétés du Groupe appliquent des méthodes et plans de comptes analytiques communs, ainsi que des formats de restitution harmonisés. Les retraitements et reclassements propres à la restitution consolidée des données en normes IFRS sont centralisés par la direction financière Groupe.

Les données prévisionnelles sont révisées au minimum chaque trimestre, et mensuellement en cas de modification substantielle.

Le rapprochement des informations comptables et des données prévisionnelles, associé à l'analyse mensuelle à chaque niveau de l'organisation du Groupe, contribue à la qualité et à la fiabilité des informations produites.

### Processus budgétaire

Le processus budgétaire est appliqué à l'ensemble des *business unit*. Les principales étapes sont les suivantes :

- novembre : présentation au Directoire des budgets pour l'année suivante par les responsables opérationnels de chaque business unit. Cette présentation regroupe des indicateurs qualitatifs et quantitatifs, fait un bilan de l'année écoulée et fixe les perspectives de l'année à venir ;
- décembre à janvier : fin du processus d'élaboration budgétaire des entités et présentation par le Directoire d'un budget consolidé préliminaire au Conseil. Celui-ci peut formuler des observations, le Directoire devant en tenir compte et réviser le budget initialement présenté.

Ce processus s'appuie sur l'outil SAP BFC.

### Processus de suivi de trésorerie et de contrôle des risques

Le suivi et l'analyse de la trésorerie et du besoin en fonds de roulement sont centralisés par la direction financière Groupe. Une centralisation de trésorerie quotidienne a été mise en place pour la plupart des sociétés françaises du Groupe (*cash pooling*) ainsi que la récupération centralisée des soldes bancaires par télétransmission, ce qui permet d'obtenir une information immédiate et fiable sur la situation de trésorerie quotidienne.

Pour les filiales étrangères, les informations sont disponibles sur les sites Internet des banques partenaires et les équilibres de trésorerie sont mensuels. Chaque filiale étrangère gère son besoin en fonds de roulement d'exploitation de façon plus autonome qu'en France.

La trésorerie générée par les avances des industriels réalisées dans le cadre des opérations de « clearing » est centralisée et gérée de façon séparée, sur des comptes bancaires dédiés, pouvant être rémunérés à un taux sans risque.

La direction financière Groupe présente mensuellement à la direction générale :

- la situation de trésorerie consolidée et un budget prévisionnel sur douze mois ;
- l'évolution des comptes d'avances d'industriels ;
- les en-cours clients et fournisseurs (état des relances et analyse des retards).

Ce reporting permet à la fois d'identifier d'éventuels dysfonctionnements dans le recouvrement clients (pouvant nécessiter une intervention complémentaire à celle des équipes comptables et commerciales), et de contrôler la cohérence entre l'EBITDA du reporting de gestion et le cash-flow généré en trésorerie.

### Établissement des comptes consolidés

#### *Référentiel comptable IFRS*

En application du règlement européen n°297/2008, les comptes consolidés du Groupe sont établis selon les normes comptables internationales (IFRS) en vigueur à la date de clôture dans l'Union Européenne, avec des comptes comparatifs au titre de l'exercice précédent établis selon les mêmes normes.

Les principes IFRS retenus sont formellement validés par la direction générale, par les Commissaires aux comptes et portés à la connaissance du Conseil par l'intermédiaire de son Comité d'audit.

#### *Processus d'établissement des comptes consolidés annuels et semestriels*

Pour l'élaboration des comptes consolidés annuels et semestriels, le Groupe s'appuie sur le logiciel SAP BFC édité par SAP.

La direction financière Groupe transmet aux filiales les instructions, le calendrier et les tâches à effectuer par les équipes comptable et financière des entités du Groupe pour les besoins des clôtures annuelle et semestrielle à venir. Ce processus, en amont de la clôture annuelle, permet d'anticiper les évolutions réglementaires et les risques éventuels pouvant affecter le processus d'établissement des comptes.

Dans le mois suivant la date de clôture, chaque entité transmet au Groupe une balance comptable audité et une liasse de consolidation, saisie dans le logiciel de consolidation. La liasse de consolidation détaille les variations de tous les postes d'actifs et de passifs ainsi que tous les flux et les soldes intra-groupe.



Conformément à la législation, suite aux travaux et à la validation des Commissaires aux comptes, les comptes consolidés sont présentés, pour examen et contrôle, au Comité d'audit puis au Conseil de Surveillance par le Directoire, en présence des Commissaires aux comptes, et ce, dans les trois mois suivant la clôture.

### Processus de publication d'informations trimestrielles

Une consolidation trimestrielle simplifiée (premier et troisième trimestres) est réalisée toujours avec l'aide de l'outil SAP BFC, qui restitue, entre autres, les principaux indicateurs du Groupe au format IFRS (CA, Marge Brute et RAO), à périmètre et change constants.

Après contrôle des informations remontées (rapprochement avec les comptes sociaux et justification par les contrôleurs de gestion des éventuels écarts), le Groupe communique la marge brute réalisée durant le trimestre et commente l'activité et les faits marquants de la période écoulée.

Conformément à la recommandation AMF 2016-05 sur la directive « Transparence », le Groupe n'a pas modifié sa politique de publication trimestrielle.

## Outils de gestion et de comptabilité

### Les outils de gestion

Pour l'élaboration du reporting de gestion, le Groupe utilise le logiciel SAP BFC. Les outils de reporting et de consolidation sont donc harmonisés par le biais d'un plan de compte commun au reporting et à la consolidation. La saisie et l'accès sécurisé aux liasses de reporting est disponible par une interface Web. Cet outil est géré par le responsable de la consolidation et du reporting, en charge de l'intégration mensuelle et du contrôle des données, sous la supervision de la direction financière du Groupe.

L'outil de reporting SAP BFC permet en particulier :

- de générer un compte de résultat mensuel formaté sur la base d'un référentiel homogène pour l'ensemble du Groupe ;
- de comparer les périodes grâce à l'historique conservé ;
- de collecter le chiffre d'affaires et la marge brute ventilés par clients et/ou par types d'offres ;
- de générer des états d'analyses et d'études ponctuelles (données réelles ou budgétaires par entité, à périmètre de consolidation modulable, etc.).

La restitution des données est réalisée via la même interface Web que celle utilisée pour la saisie des données, et sur laquelle il est mis à disposition des états et tableaux de bords adaptés aux besoins de pilotage de la direction générale.

### Les outils comptables

Plusieurs logiciels de tenue de la comptabilité coexistent au sein du Groupe :

- en France, les sociétés utilisent majoritairement le logiciel de comptabilité et de gestion commerciale Sage ;
- en Belgique, les filiales HighCo Data Benelux et Publi Info utilisent la solution AAA de Appligen, éditée par IBM, tandis que la filiale HighCo Shelf Service utilise le logiciel Winbooks ;
- en Espagne, la comptabilité est tenue sous le logiciel a3ASESOR ;
- en Italie, la comptabilité est tenue par un cabinet d'expertise comptable du fait de la taille de la filiale.

Par ailleurs, en 2017, les filiales françaises se sont dotées d'un outil de dématérialisation des factures fournisseurs permettant, au-delà de l'archivage des factures, d'optimiser le circuit de validation et de fiabiliser la piste d'audit.

Les comptabilités des filiales internationales ne sont pas accessibles directement à distance à partir de la France.

En l'absence d'accès informatisé à distance :

- la direction financière dispose d'extractions comptables permettant la validation des informations collectées (balances) et a la faculté d'obtenir le détail des comptes comptables, notamment en cas de forte variation comparativement aux exercices précédents ;
- il est demandé aux Commissaires aux comptes un contrôle renforcé sur ces filiales, notamment par la validation des liasses de consolidation annuelles.

## TRAVAUX RÉALISÉS EN 2017 ET PLANIFIÉS POUR LES EXERCICES SUIVANTS

Lors de sa séance de novembre 2017, le Comité d'audit a fait un point sur le plan d'audit en cours et notamment sur :

- l'analyse des principaux risques et leur évolution ;
- le suivi du programme d'audit international ;
- la poursuite de l'audit tournant des systèmes informatiques, le plan de reprise informatique en France et l'amélioration continue des systèmes d'information ;
- l'enrichissement et mise à jour du manuel des procédures de contrôle interne ;
- la revue des informations sur la RSE ;
- le nouveau dispositif anti-corruption ;
- les nouvelles réglementations sur les données personnelles.

### **Manuel de procédure de contrôle interne**

Le processus de rédaction et de formalisation des procédures de contrôle interne s'est poursuivi sur 2017.

Les procédures couvrent différents domaines susceptibles d'impacter le fonctionnement et les états financiers des filiales du Groupe :

- systèmes d'information ;
- logiciels de comptabilité et de consolidation ;
- principales règles et méthodes comptables, dont la reconnaissance du chiffre d'affaires et de la marge brute dans les filiales du Groupe ;
- ressources humaines ;
- communication financière.

Le manuel des procédures est mis à la disposition des membres du Comité d'audit et de la direction générale. Les procédures sont régulièrement mises à jour et disponibles en fonction du département d'appartenance de chaque collaborateur.

### Programme d'audit interne

Les filiales du Groupe font l'objet de plusieurs types de contrôle tout au long de l'année. Outre le processus de reporting mensuel détaillé précédemment, l'audit interne des *business unit* s'est étendu à de nouvelles activités et outils en 2017. Si le plan précédent d'audit intégrait une revue spécifique des filiales internationales significatives, le nouveau plan est davantage orienté sur les structures et outils informatiques, notamment pour s'assurer de leur adéquation avec les nouvelles exigences réglementaires.

Par ailleurs, en fin d'année, il est demandé à chaque responsable opérationnel de faire un point formel sur sa *business unit*, sur plusieurs thèmes, via un questionnaire :

- informations commerciales : faits marquants, principaux partenaires, environnement concurrentiel, présentation des investissements de l'exercice ;
- identification des zones de risques (opérationnels, technologiques, juridiques et internes) et procédures mises en place pour pallier ces risques ;
- informations diverses, en particulier pour les sociétés à l'international (parc automobile, contrat d'assurance, propriété intellectuelle, litiges en cours).

### Reporting RSE

Les informations relatives au reporting RSE sont détaillées dans la partie suivante de ce rapport (pages 99-112).

### Audit des systèmes informatiques

Les systèmes informatiques du Groupe font l'objet de revues régulières de la part des Commissaires aux comptes. Ces travaux couvrent annuellement l'analyse des systèmes informatiques généraux, et l'audit d'un système « métier ». En 2017, l'audit a porté en particulier sur le processus informatique lié à la plateforme d'émission de webcoupons développée en interne : développements informatiques, sauvegardes, attribution des droits et identification d'une transaction pour tracer la piste d'audit jusqu'au chiffre d'affaires.

### Mise à jour des outils comptables et financiers

Les logiciels de comptabilité, de gestion commerciale, de suivi des immobilisations et de trésorerie utilisés en France font l'objet de mises à jour standards chaque année.

Ces outils sont conformes au format EBICS (*Electronic Banking Internet Communication Standard*) et tiennent compte des bonnes pratiques en matière de contrôle interne (renforcement des contrôles d'accès et des habilitations, virtualisation des serveurs facilitant la sauvegarde déportée).

### AUTO-ÉVALUATION DU DISPOSITIF DE CONTRÔLE INTERNE

Afin de prolonger la logique d'amélioration constante de son dispositif de contrôle interne, le Groupe dispose d'une fonction d'audit interne pour identifier et encadrer les principaux risques.

Au minimum une fois par an, la direction générale et les principaux responsables de la holding identifient et examinent, au besoin en faisant appel à des conseils extérieurs, les principaux risques existant dans le Groupe et leur traitement, et renvoient en conséquence le processus de contrôle interne.

## INFORMATIONS SOCIALES, SOCIÉTALES ET ENVIRONNEMENTALES

### Historique de la démarche RSE chez HighCo

Depuis 2009, le Groupe est engagé sur 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 des consommateurs, de plus en plus attentifs à l'amélioration de la Société et de son environnement, et d'intégrer les différentes évolutions de la réglementation relatives aux obligations de transparence des entreprises en matière sociale, sociétale et environnementale.

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

Les efforts continus du Groupe en termes de transparence et d'efficacité sur sa stratégie RSE ont à nouveau été récompensés par l'appartenance, pour la 8<sup>ème</sup> année consécutive, à l'indice Gaïa. Créé en 2009, l'indice Gaïa France 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. Après avoir reçu le 1<sup>er</sup> prix dans la catégorie des entreprises ayant réalisées un chiffre d'affaires inférieur à 150 M€ lors de la campagne 2015, avec un chiffre d'affaires 2016 de 156 M€, HighCo s'est classée 10<sup>ème</sup> / 76 dans la catégorie des entreprises réalisant un chiffre d'affaires compris entre 150 M€ et 500 M€ lors de la campagne 2017.

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

Par ce rapport, qui constitue sa « Communication sur le Progrès » annuelle, la Présidente du Directoire renouvelle l'engagement du Groupe envers le Global Compact et ses principes.

### Principes méthodologiques et Référentiel

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

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

- 3 chapitres (social, sociétal et environnemental) ;
- 14 thèmes ;
- 35 indicateurs détaillés sur les 43 mentionnés.

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 et environnementales sont, quant à elles, collectées par la holding du Groupe via des questionnaires déclaratifs, complétés tous les ans par les managers des *business units*. La consolidation des informations est ensuite faite par la direction financière, sous forme de tableaux de bord.

L'ensemble des informations RSE est centralisé dans cette partie du rapport de gestion. 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 261-262. Les informations jugées non pertinentes par le Groupe sont indiquées par la mention « N/A ».

### Périmètre géographique du reporting RSE

Le périmètre du reporting RSE se base sur le périmètre de consolidation au 31 décembre 2017, présenté dans les annexes aux états financiers consolidés (page 161). Des règles d'exclusion ont été définies :

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

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

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

### INFORMATIONS SOCIALES

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

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

#### Thème n°1 : l'emploi

Les effectifs présentés ci-après ne tiennent pas compte de l'activité spécifique d'animation commerciale et de merchandising en Belgique (correspondant à 36 équivalents temps plein en 2017, contre 44 en 2016).

#### Évolution des effectifs

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

Effectifs au 31/12/2015 retraité (1)	670
<b>Acquisitions de filiales ou d'activités (CDI et CDD) (2)</b>	<b>+ 8</b>
Entrées CDI	+ 133
Sorties CDI	- 113
<b>Solde net CDI</b>	<b>+ 20</b>
<b>Solde net CDD</b>	<b>+ 2</b>
Effectifs au 31/12/2016	700
<b>Acquisitions de filiales ou d'activités (CDI et CDD)</b>	<b>-</b>
Entrées CDI	+ 110
Sorties CDI	- 90
<b>Solde net CDI</b>	<b>+ 20</b>
<b>Solde net CDD</b>	<b>- 7</b>
<b>Effectifs au 31/12/2017</b>	<b>713</b>

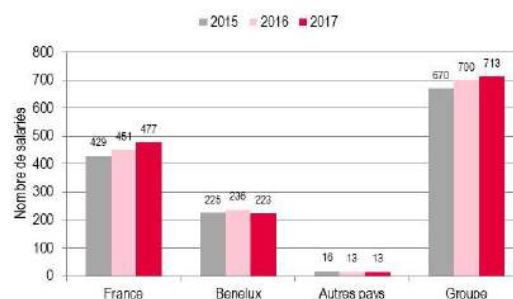
(1) Retraité de la filiale MRM au Royaume-Uni, cédée en octobre 2016.

(2) En 2016, la variation des effectifs sur les acquisitions correspondait à l'intégration des 8 collaborateurs en contrats à durée indéterminée de la filiale CapitalData en France.

Fin 2017, le Groupe compte 713 collaborateurs, contre 700 fin 2016, soit une hausse de 1,9 %.

#### Répartition par zone géographique

Indicateur n°2 : Répartition des salariés par zone géographique



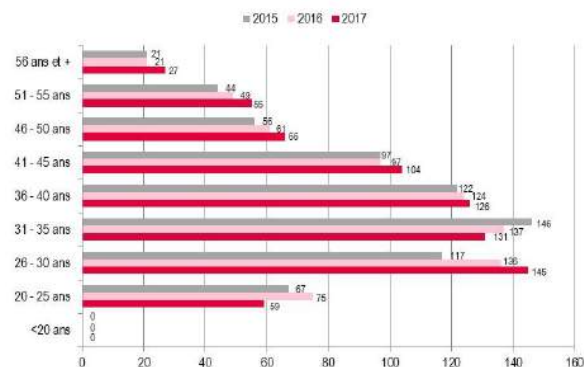
Fin 2017, la France compte 477 collaborateurs contre 451 à fin 2016, soit 67 % de l'effectif total du Groupe avec deux implantations principales, à Aix-en-Provence et à Paris, et une filiale en région lyonnaise.

L'international représente 33 % des effectifs à fin 2017 avec 236 collaborateurs, contre 249 à fin 2016, répartis dans 4 pays : Belgique, Espagne, Luxembourg et Italie (par ordre d'importance).

#### Répartition par âge

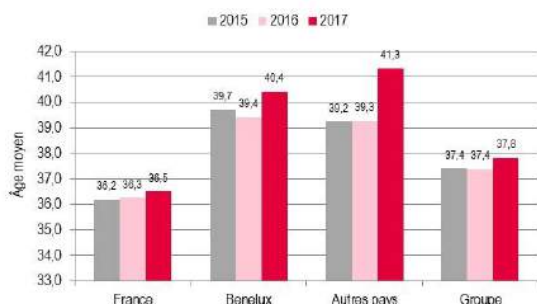
Indicateur n°3 : Répartition des salariés par âge

#### Pyramide des âges



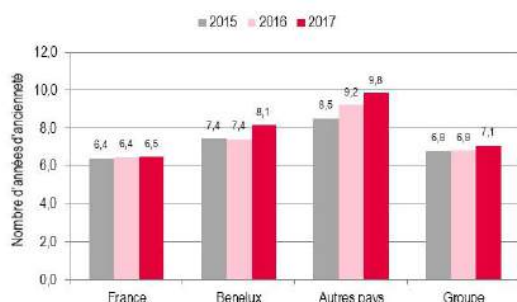
Avec une part des moins de 35 ans qui représente toujours près de la moitié des effectifs du Groupe, reflet notamment d'une mutation digitale réussie, la répartition des effectifs par âge reste relativement stable.

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



Fin 2017, l'âge moyen des salariés du Groupe est de 37,8 ans, en légère hausse par rapport à fin 2016 (37,4 ans). Cette hausse est cohérente avec l'évolution de l'ancienneté décrite ci-après. A noter que sur les « Autres pays », la hausse est supérieure, conséquence de l'embauche d'un collaborateur senior sur une zone géographique avec un effectif restreint (1,8 % des effectifs Groupe).

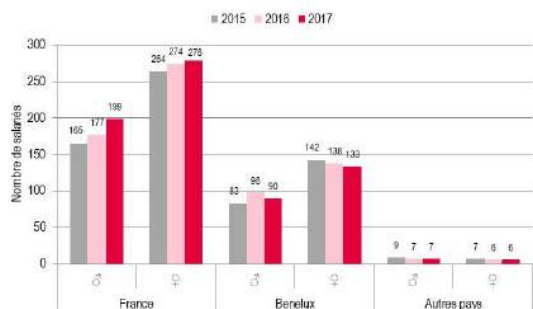
### Évolution des effectifs par ancienneté



L'ancienneté moyenne est en légère hausse par rapport à fin 2016, passant de 6,8 ans à 7,1 ans. Cette évolution révèle une stabilité encourageante des effectifs.

### Répartition par sexe

Indicateur n°4 : Répartition des salariés par sexe



Les collaboratrices restent majoritaires dans le Groupe et représentent 58 % de l'effectif à fin 2017, contre 60 % à fin 2016. Cette majorité de femmes se retrouve dans les deux

principales zones géographiques du Groupe : la France (58 %) et le Benelux (60 %).

### Rémunérations

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

#### 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 a été la suivante :

#### • Groupe

En M€	2017	2016	Variation 2017/2016
Salaires et traitements	31,36	30,89	+ 1,5%
Charges sociales	12,86	12,61	+ 2,0%
Taux de charges sociales	41,0%	40,8%	+ 20 bps

La légère hausse des salaires et traitements, de 1,5 %, est cohérente avec l'évolution des effectifs (+1,9 %). Cette cohérence au niveau des variations se retrouve également par zone géographique, détaillé ci-après, puisque la masse salariale augmente de 4,1 % en France, avec une marge brute en croissance de 4,7 %, alors qu'elle diminue de 3,5 % au Benelux, avec une marge brute en repli de 6,2 %.

#### • France

En M€	2017	2016	Variation 2017/2016
Salaires et traitements	22,37	21,49	+ 4,1%
Charges sociales	9,38	9,19	+ 2,1%
Taux de charges sociales	42,0%	42,7%	- 70 bps

#### • Benelux

En M€	2017	2016	Variation 2017/2016
Salaires et traitements	8,46	8,77	- 3,5%
Charges sociales	3,32	3,25	+ 2,1%
Taux de charges sociales	39,3%	37,1%	+ 220 bps

#### • Autres pays

En M€	2017	2016	Variation 2017/2016
Salaires et traitements	0,53	0,63	- 15,2%
Charges sociales	0,16	0,17	- 6,7%
Taux de charges sociales	29,0%	26,4%	+ 260 bps



### Intéressement

Les accords d'intéressement ne sont en vigueur qu'en France, au sein des sociétés HighCo, HighCo DOCS et HighCo EDITING.

Ces accords ont pour but d'associer davantage les salariés aux performances de l'entreprise. Ils retiennent un calcul basé sur des indicateurs financiers classiques (résultat d'exploitation ou résultat courant avant impôt).

Le montant de l'intéressement au titre de l'exercice 2017 s'élève à 252 K€ et concerne 50 collaborateurs, contre 236 K€ pour 47 collaborateurs en 2016.

### Participation

Au titre de l'exercice 2017, le Groupe a provisionné un montant de réserve spéciale de participation de 558 K€ concernant 215 collaborateurs de sa filiale HighCo DATA France. Elle s'élevait à 517 K€ pour 211 collaborateurs en 2016.

### Plan d'épargne d'entreprise

Les salariés des sociétés HighCo, HighCo DOCS, HighCo EDITING et HighCo DATA France peuvent adhérer à des plans d'épargne d'entreprise. Ces plans peuvent recevoir, dans la limite du quart de la rémunération du salarié, les sommes provenant de l'intéressement et, s'agissant de HighCo DATA France, de la participation. Ils permettent d'investir l'épargne dans des fonds communs de placement dont les caractéristiques répondent à des objectifs de sécurité et de rendement différents.

Parmi eux, le FCPE Actionnariat HighCo permet aux salariés de HighCo, HighCo DOCS et HighCo EDITING d'investir en actions HighCo. À ce titre, les salariés et anciens salariés détiennent 95 283 actions HighCo (0,4 % du capital) au 31 décembre 2017 contre 71 731 actions HighCo (0,3 % du capital) au 31 décembre 2016. L'entreprise participe à l'effort des salariés par la prise en charge des frais de gestion.

### Plan d'attribution gratuite d'actions

En 2016, souhaitant fidéliser les collaborateurs qui avaient permis d'atteindre les très bonnes performances sur la période 2014 à 2016, le Directoire du Groupe avait décidé d'attribuer gratuitement des actions HighCo à plus de 400 salariés. Ainsi, en août 2017, ces actions ont définitivement été acquises par 380 collaborateurs respectant la condition de présence obligatoire.

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

### Durée du travail

Indicateur n°6 : Temps de travail et aménagement

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

Au global, le nombre d'heures travaillées sur 2017 s'est élevé à 1,29 millions d'heures, contre 1,26 millions d'heures en 2016, soit une hausse de 1,9 % cohérente avec l'évolution du niveau d'activité (+1,4 %).

### Mécanismes d'aménagement du temps de travail

Indicateur n°6 : Temps de travail et aménagement

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

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

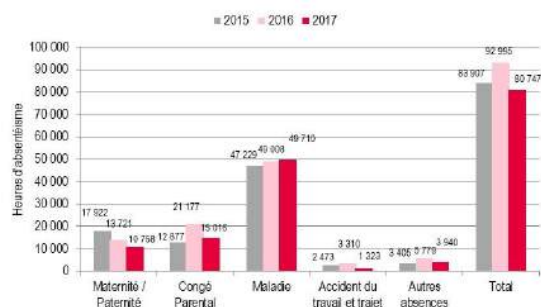
En Belgique, dans le cadre d'accords collectifs négociés, le temps de travail a été porté, selon les sociétés et pour les employés uniquement, à 40 heures hebdomadaires en contrepartie d'un jour de congé supplémentaire par mois, ou à 39 heures en contrepartie d'un jour de congé supplémentaire tous les deux mois. De plus, 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.

### Absentéisme

Indicateur n°7 : Mesure de l'absentéisme

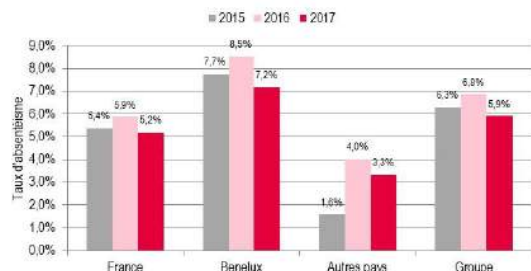
#### Nombre d'heures d'absentéisme par motif



Alors que le nombre d'heures travaillées a augmenté de 1,9 % entre 2016 et 2017, le nombre d'heures d'absence a, lui, baissé de 13,2 %. Cette baisse provient essentiellement de la forte diminution des congés parentaux (- 29,1 %). Par ailleurs, le nombre d'heures d'absence lié à des accidents du travail et de trajet reste faible puisqu'il représente seulement 0,1 % du nombre total d'heures travaillées, contre 0,3 % en 2016.

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

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



Ainsi, le taux d'absentéisme du Groupe, tous motifs confondus, est en baisse de 90 points de base pour s'établir à 5,9 % contre 6,8 % en 2016. Cette baisse est cohérente avec la baisse des congés parentaux en France.

### Thème n°3 : La formation

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

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

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

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

Les demandes de formation doivent être validées par le responsable hiérarchique et sont gérées par les services des ressources humaines en France et en Belgique.

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

2017	Personnes formées	Heures de formation	Montant investi (en K€)
France	196	3 042	148
Benelux	134	1 275	6
Autres pays	-	-	-
<b>Total</b>	<b>330</b>	<b>4 317</b>	<b>154</b>

2016	Personnes formées	Heures de formation	Montant investi (en K€)
France	212	2 805	124
Benelux	68	940	16
Autres pays	-	-	-
<b>Total</b>	<b>280</b>	<b>3 745</b>	<b>140</b>

Ces tableaux appellent les commentaires suivants :

- en France, les heures de formation ne tiennent pas compte du CPF (Compte Personnel de Formation) et des formations internes ;
- au Benelux, les heures présentées incluent essentiellement des formations gratuites car financées via un accord réglementaire.

Ainsi, sur cette base, en 2017, pour l'ensemble du Groupe, 4 317 heures de formations ont été dispensées à 330 collaborateurs, soit une hausse de 15,3 % du nombre d'heures de formation par rapport à 2016 (3 745 heures pour 280 collaborateurs), représentant l'équivalent de 46,3 % de personnes formées en 2017 (contre 40,0 % en 2016).

Les montants directement investis sont passés de 140 K€ en 2016 à 154 K€ en 2017, soit une hausse de 10,0 %. Ce budget représente 0,5 % de la masse salariale du Groupe en 2017, contre 0,4 % en 2016.

En France, les formations entamées en 2017 dans le cadre du CPF vont représenter l'équivalent de 12 018 heures de formations pour 108 collaborateurs, pour un montant valorisé à 422 K€.

### Thème n°4 : Relations sociales

#### Organisation du dialogue social

*Indicateur n°9 : Caractéristiques du dialogue social*

En France, la société HighCo DATA est dotée d'un comité d'entreprise. Ce comité a reçu, au titre de 2017, une dotation d'un montant total de 31 K€, contre 29 K€ en 2016.

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

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

Dans les autres zones géographiques du Groupe (Espagne et Italie), ce type d'organe de représentation des salariés n'existe pas, les seuils réglementaires n'étant pas atteints.

#### Bilan des accords collectifs

*Indicateur n°10 : Bilan des accords collectifs*

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

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

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

#### Communication interne

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

Le Groupe a toujours accordé une grande importance à la communication interne et souhaité associer tous ses salariés à son projet, tant en les informant des étapes financières et stratégiques, qu'en partageant des moments de convivialité,

de challenge ou d'*incentive*, notamment par les événements suivants :

- Pour l'information :
  - les réunions d'information des salariés sur les résultats annuels 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.

Pour la communication interne au quotidien, le Groupe s'appuie depuis 2016 sur son réseau social d'entreprise : HighCONNECT. Cette plateforme a 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, et des mises en avant de collaborateurs (talents, nouveaux arrivants, portraits, etc.). En 2017, le Groupe a développé, en interne, une application mobile dédiée.

HighCONNECT

Par ailleurs, depuis 2016, l'association sportive « Olympique HighCo » (OHC) permet, en partie grâce à une dotation financière du Groupe, à plus de 200 collaborateurs de participer à des événements sportifs en organisant des sessions sportives, certaines encadrées, directement dans les locaux du Groupe ou à proximité : fitness, escalade, VTT, randonnée pédestre, « urban foot », badminton, etc.



En septembre 2017, et afin de renforcer la cohésion entre les différentes filiales du Groupe, l'association OHC a organisé ses premières HIGHCOLYMPIADES intersites. Cet événement sportif a réuni, l'espace d'une journée à Aix-en-Provence, plus de 90 collaborateurs autour d'épreuves individuelles et collectives. Au-delà d'avoir pu partager un moment convivial, l'équipe vainqueur a fait un don à une association préalablement choisie.



Le Groupe a également poursuivi ses autres programmes de communication interne avec les événements et ateliers suivants :

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

Plusieurs présentations destinées à tous les salariés ont ainsi été organisées en Belgique et en France.

### Thème n°5 : Santé et sécurité

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

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

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

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) inaugurés en 2011. Il existe des comités d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT) en France et en Belgique (dénommé comité pour la prévention et la protection au travail ou CPPT). Les seules maladies professionnelles identifiées historiquement sont liées à la gestuelle répétée des opérateurs de saisie de HighCo DATA.

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

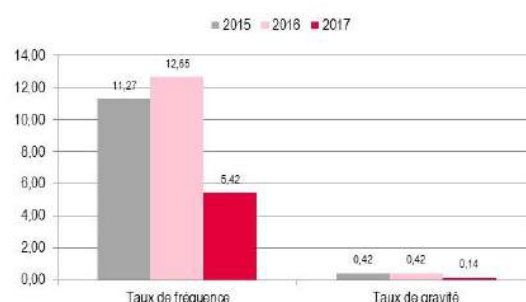
Il n'existe pas au sein du Groupe d'accords signés en matière de santé et de sécurité au travail.

#### Fréquence et gravité des accidents du travail

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

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.

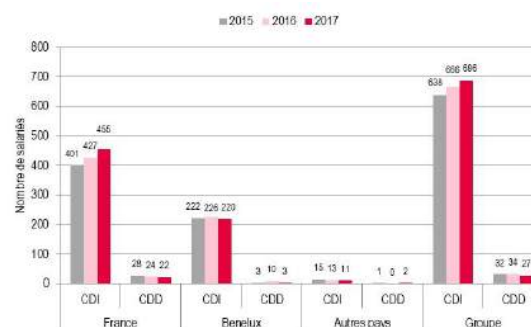


En 2017, le taux de fréquence d'accidents du travail a diminué de plus de la moitié pour s'afficher à 5,42 (contre 12,65 en 2016). Cette variation est directement liée à la forte diminution du nombre d'accidents du travail recensés. Le taux de gravité a également fortement baissé pour s'afficher à 0,14 en 2017 (contre 0,42 en 2016). Cette variation significative s'explique principalement par le fait qu'en 2015 et 2016, un collaborateur avait été arrêté pendant plusieurs mois. Sans cet arrêt, le taux de gravité aurait été respectivement de 0,13 et 0,17 en 2015 et 2016. Ces indicateurs confirment la faible dangerosité à laquelle sont exposés les salariés au sein du Groupe.

### Thème n°6 : Egalité de traitement

#### Évolution des effectifs par type de contrats

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



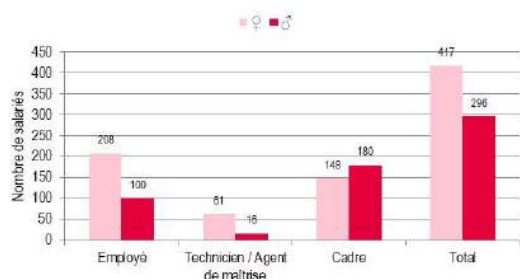
La proportion de contrats à durée indéterminée est en légère hausse : 96,2 % à fin 2017 contre 95,1% à fin 2016. Le Groupe

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

### Égalité professionnelle entre femmes et hommes

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

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



L'analyse des postes occupés par les femmes au sein du Groupe traduit bien la volonté affichée de donner aux femmes et aux hommes les mêmes chances d'évolution. Les femmes représentent 58,5 % du total de l'effectif à fin 2017. Si l'équilibre n'est pas encore atteint au niveau des cadres, il est proche puisque les femmes représentent 45,1 % de cette catégorie.

Au niveau de la gouvernance du Groupe :

- un tiers des membres du Conseil de Surveillance de HighCo, organe de contrôle du Groupe, sont des femmes ;
- deux tiers des membres du Directoire sont des femmes depuis 2017.

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

### Personnel en situation de handicap

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

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

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

En 2017, le Groupe a employé directement 6 collaborateurs en situation de handicap, en France et en Belgique.

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

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

Le montant confié à ces établissements en 2017 équivaut à l'emploi de 2,4 unités (selon la définition de l'Agefiph), résultant de contrats de sous-traitance et de mise à disposition en France.

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

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

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 2017. Cette charte, examinée par le Comité d'audit, rappelle en particulier que le Groupe rejette toute forme de discrimination, de harcèlement, d'intimidation ainsi que tout comportement et propos humiliant. Elle a été renforcée par l'adhésion, depuis 2014, au Global Compact. En France, le service de recrutement, chargé d'évaluer humainement et techniquement les candidats, est composé de trois personnes, sensibilisées à la lutte contre toute forme de discrimination et à la promotion de l'égalité des chances. À l'international, les responsables opérationnels recrutent directement leurs équipes, tant par candidatures spontanées que par l'intermédiaire de cabinets de recrutement. Les candidats à des postes de management sont présentés à la Direction du Groupe pour validation.

Par ailleurs, le Groupe est essentiellement implanté dans les pays de l'Union Européenne ayant ratifié les conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail, et qui disposent tous d'une législation protectrice en matière sociale, dans tous les domaines couverts par ces conventions. Chaque pays où est implanté le Groupe est doté d'un service ressources humaines qui s'assure du respect des dispositions fondamentales du droit du travail.



### INFORMATIONS SOCIÉTALES

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

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

Le Groupe fait intervenir de nombreux sous-traitants et prestataires externes pour mener à bien son activité. Avec un chiffre d'affaires 2017 de plus de 149 M€ et une marge brute de 82 M€, c'est plus de 67 M€ qui sont sous-traités et des achats qui sont revendus (contre 74 M€ en 2016), soit 45 % du chiffre d'affaires 2017 (contre 48 % en 2016).

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

- 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 ;
- 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.

Depuis 2014, HighCo demande à ses principaux fournisseurs de signer sa charte des achats responsables, à la fois fondée sur sa volonté de construire une relation durable avec ses fournisseurs et sous-traitants, et basée sur les dix principes du Global Compact. Ainsi, fin 2017, près de 137 fournisseurs et sous-traitants ont signé la charte HighCo, contre près de 120 à fin 2016.

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

En France, des vérifications sont effectuées auprès des prestataires en free-lance sur les activités IN STORE, ainsi qu'auprès de tous les prestataires de HighCo DATA France. Les principaux imprimeurs sont visités afin de vérifier la réalité et la fiabilité du matériel.

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

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

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

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

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

##### En termes d'emploi

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

Depuis sa création, 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 300 personnes à fin 2017, soit plus d'un tiers 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

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

Dans sa région historique d'implantation (Aix-en-Provence / Marseille), le Groupe a noué, par l'intermédiaire notamment de ses dirigeants et de son Président-Fondateur, des liens étroits



et constructifs depuis plusieurs années à travers des organisations intervenant dans différents domaines :

- l'éducation, en devenant partenaire de la chaire « Business in a connected world » de KEDGE Business School, grandes écoles de management, dont l'un des principaux campus est situé à Marseille ;
- l'informatique, par l'organisation de « Meetup » en partenariat avec l'AFUP Aix-Marseille (Association Française des Utilisateurs de PHP) sur des thématiques digitales ;
- 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, mais aussi en tant que donateur de la manifestation artistique « MP2018 » ;
- la solidarité, par la collecte de jouets pour l'association « Remise en jeux », atelier d'insertion dont l'activité est la remise en état et la vente de jouets d'occasion issus de collectes solidaires, avec pour objectif de favoriser le retour au travail et l'accompagnement socio-professionnel de personnes qui sont en difficulté face au marché de l'emploi.

En Belgique, du fait de l'implantation des filiales du Groupe dans une petite commune (Asse), le Groupe a noué des relations de très bonne qualité avec les collectivités locales et les commerces locaux. Ces bonnes relations se sont notamment traduites, en 2016, par la construction d'un nouveau quartier résidentiel familial très proche des locaux du Groupe, réalisé par la commune belge, et ayant nécessité au préalable le transfert d'une partie du terrain occupé par HighCo pour la création d'une nouvelle voie d'accès.

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

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

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

Outre les événements et partenariats 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 mieux satisfaire les attentes des *shoppers* ;
- l'Association des Agences-Conseils en Communication (AACC), dont l'ambition est de défendre et promouvoir les métiers de la communication ;
- le Paris Retail Week, événement professionnel européen dédié à la communauté du commerce global sur les enjeux du cross-canal et de la digitalisation du point de vente et de la distribution ;
- l'Association Française du Multimédia Mobile (AFMM), qui regroupe les principaux acteurs du marché du multimédia mobile en France, notamment en tant que représentant de la Mobile Marketing Association (MMA), membre permanent de la commission déontologique.

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

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

De plus, pour favoriser l'innovation, HighCo regroupe régulièrement des centaines de professionnels du *Retail* et de la grande consommation lors du *Digital Shopper's Day*. C'est un moment privilégié autour d'experts et de clients pour échanger, revenir sur des cas concrets, et expérimenter des solutions digitales innovantes. Fort de la réussite des éditions précédentes, le thème abordé en France début 2018, annoncé fin 2017, était : « Le Customer-Based Marketing est-il performant ? ».



Par ailleurs, au-delà des fortes implications professionnelles, le Groupe soutient les initiatives de partenariat avec des parties prenantes non professionnelles. C'est pourquoi, pour la 3<sup>ème</sup> année consécutive, HighCo s'est associée à l'EFS (Etablissement Français du Sang) pour organiser des collectes. En 2017, HighCo a décidé d'aller plus loin en communiquant 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 de nos logos sur les sites internet, intranet, enseignes, profils de réseaux sociaux, etc.



Enfin, HighCo a créé, fin 2017, le « Fonds HighCo pour entreprendre » et lance le « Prix Frédéric Chevalier ». 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 – le Groupe a décidé de créer 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. De plus, le « Fonds HighCo pour entreprendre » décernera, chaque année, 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. Ce nouveau fonds illustre ainsi parfaitement la volonté forte du Groupe d'agir et de s'engager encore davantage en matière de responsabilité sociale et environnementale.

### Thème n°10 : Loyauté des pratiques

*Indicateur n°24 : Actions engagées pour prévenir la corruption*

L'exemplarité et le respect font partie des valeurs fortes et fondatrices de HighCo, formalisées depuis des années dans sa charte d'éthique, communiquée à l'ensemble des salariés. Cette charte d'éthique présente les principes d'éthique du Groupe : respect des lois, honnêteté et intégrité, respect des autres, préservation des intérêts du Groupe, transparence et pertinence des informations communiquées, respect de l'environnement. Elle décline ensuite ces principes en rappelant les responsabilités des collaborateurs du Groupe auprès de ses principaux partenaires : autorités, collaborateurs entre eux-mêmes, clients, fournisseurs, concurrents, actionnaires et consommateurs.

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. Le Groupe a donc adopté un Code de conduite anti-corruption, également communiqué à

l'ensemble des salariés, qui s'attache à lutter contre toutes les formes de corruption.

Parallèlement, le Groupe a mis en place depuis de nombreuses années des procédures internes de contrôle permettant de limiter le risque de corruption et de fraude. Ces procédures sont détaillées dans la partie 4 de ce rapport (pages 90-98).

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, dans la mesure où ces situations sont susceptibles de caractériser des faits de corruption ou de trafic d'influence, il est invité à le signaler en se conformant au dispositif d'alerte et de signalement disponible sur [www.highco.com](http://www.highco.com) et sur le réseau social entreprise.

## INFORMATIONS ENVIRONNEMENTALES

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

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

### Thème n°11 : Organisation générale

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

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

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

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

- le Groupe n'occasionne pas de rejets significatifs dans l'air, l'eau et les sols pouvant affecter gravement l'environnement ;
- son activité, développée en milieu urbain et péri-urbain, n'occasionne pas de nuisances sonores ou olfactives significatives sur l'environnement, et ne porte pas atteinte à l'équilibre biologique ou à la biodiversité ;
- aucune provision ou garantie pour risques en matière environnementale n'existe dans les comptes du groupe HighCo, et aucune dépense n'a été engagée pour prévenir les conséquences de l'activité sur l'environnement ;

- aucune indemnité n'a été versée depuis la création du Groupe en exécution d'une décision judiciaire en matière d'environnement, et aucune action n'est menée en réparation de dommages causés à celui-ci.

### Démarches d'évaluation ou de certification

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

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 : l'environnement, les conditions de travail équitables, l'éthique des affaires, et la chaîne d'approvisionnement. Pour la 2<sup>ème</sup> année consécutive, HighCo a atteint la plus haute catégorie de notation en étant « GOLD » du « CSR rating EcoVadis ». Ainsi, le Groupe se situe désormais dans le top 1 % des fournisseurs évalués.



Par ailleurs, le Groupe n'impose pas mais encourage ses filiales à initier des démarches d'évaluation ou de certification. Ainsi, après avoir accompagné HighCo DATA France, filiale la plus importante du Groupe, dans la réalisation d'un bilan gaz à effet de serre (GES), le Groupe a décidé d'aller plus loin dans cette démarche en réalisant, depuis 2015 (année de référence), un bilan GES annuel sur tous ses sites français, soit 72 % de l'activité totale du Groupe en 2017 en termes de marge brute. Les résultats de ce bilan sont présentés dans le thème n°13 ci-après.

### Thème n°12 : Utilisation des ressources

#### Matières premières

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

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

Néanmoins, la digitalisation de ses solutions, axe stratégique prioritaire du Groupe, doit permettre de réduire la consommation de papier année après année. Or, HighCo a réussi sa mutation digitale puisque l'objectif qui était de dépasser une part de 50 % de sa marge brute dans le Digital a été atteint au 4<sup>ème</sup> trimestre

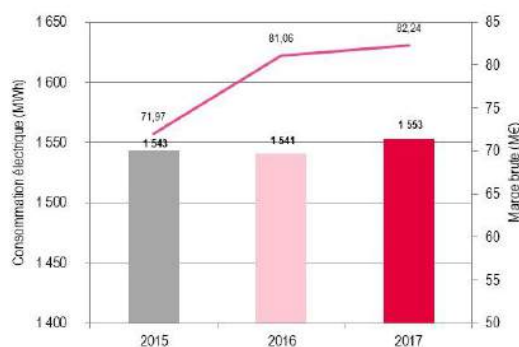
2017 (50,2 %). Sur l'exercice 2017, les activités digitales ont représentées 47,8 % de la marge brute du Groupe, contre 46,6 % en 2016.

### Consommation d'énergie et d'eau

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

Indicateur n°29 : Consommation d'eau et approvisionnement

La consommation d'électricité est en légère croissance et ressort à 1 553 MWh, contre 1 541 MWh en 2016 (+0,8 %), ce qui est cohérent avec la croissance d'activité (+1,4 % en 2017).



La consommation de gaz, qui ne concerne que les entités belges, est en légère baisse et s'établit à 423 MWh 2017, contre 437 MWh en 2016 (-3,2 %).

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

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

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

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

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

Compte tenu de l'activité du Groupe, les rejets de gaz à effet de serre sont peu significatifs. Les principaux gaz à effet de serre émis proviennent des déplacements : trajets domicile-travail et déplacements entre les sites du Groupe, en clientèle et sur les points de vente. Tous ces trajets se font avec des modes de transports variés : véhicule personnel, véhicule de fonction, train, avion, transports en commun. De ce fait, sans un outil spécifique dédié, il est difficile d'estimer précisément les émissions de gaz à effet de serre sur l'ensemble du Groupe. Néanmoins, comme mentionné dans ses démarches d'évaluation ci-avant, le Groupe réalise un bilan GES depuis 2015.



Ainsi, les émissions GES (« scope 1 et 2 ») sont passées de 250 tCO2e en 2016 à 203 tCO2e en 2017, soit une baisse de 19 %. Cette diminution s'explique essentiellement par une recharge de fluides frigorigènes bien moins importante en 2017.

Le Groupe encourage toute initiative visant à réduire ces émissions.

A fin 2017, le parc automobile du Groupe, en propre ou en location, est composé de 45 véhicules en France (44 à fin 2016), et de 166 véhicules à l'international (187 à fin 2016), essentiellement utilisés en Belgique par les merchandisers.

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

À Aix-en-Provence, étant donné le manque d'infrastructures de transports en commun, les salariés utilisent principalement

leurs véhicules pour rejoindre leur lieu de travail. De plus, depuis 2014, les collaborateurs qui bénéficient d'un véhicule de fonction sont orientés, lors du renouvellement de ce dernier, vers des modèles plus écologiques.

A Paris, 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.

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

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

### Thème n°14 : Gestion des déchets et économie circulaire

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

Indicateur n°32 : Actions de lutte contre le gaspillage alimentaire

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

Les déchets de bureau sont des déchets classiques : papeterie, cartouches d'imprimante, matériel informatique en fin de vie. Chaque site du Groupe dispose de poubelles de tri du papier, qui sont enlevées par des organismes spécialisés dans le recyclage.

Les cartouches d'imprimantes et le matériel informatique obsolète sont triés et récupérés par les prestataires qui en assurent le recyclage puis la destruction.

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

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

Enfin, depuis 2015, HighCo a une participation de 3 % dans la start-up PHENIX qui avait gagné le 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. Depuis 2014, PHENIX a pu ainsi revaloriser plus de 14 000 tonnes de produits alimentaires, équivalent à la création de plus de 29 millions de repas redistribués aux populations défavorisées, et revaloriser plus de 1 600 tonnes de matériel.



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