

RAPPORT DE GESTION SOCIAL ET CONSOLIDÉ

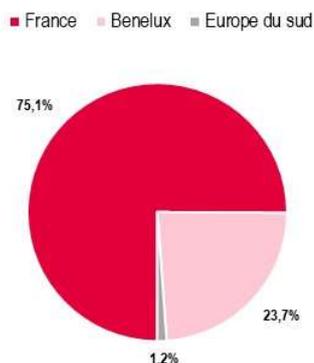
ACTIVITÉS ET FAITS MARQUANTS

PRÉSENTATION GÉNÉRALE

Expert en data marketing et communication, HighCo innove en permanence, depuis près de 30 ans, pour relever avec les marques et *retailers* les challenges du commerce de demain.

Le Groupe compte plus de 750 collaborateurs en France, au Benelux, en Espagne et en Italie. HighCo est cotée sur le marché réglementé d'Euronext Paris au compartiment C et fait partie depuis 2010 du Gaïa Index, sélection de 70 PME/ETI responsables.

En 2019, HighCo a réalisé son activité (marge brute) sur les zones géographiques suivantes :



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 les créations de High Connexion et Useradgents (France).

De 2013 à 2018

Didier Chabassieu succède à Richard Caillat à la présidence du Directoire de HighCo en 2013, ce dernier accédant à la présidence du Conseil de Surveillance.

Réorientation stratégique à l'International avec les cessions de MRM au Royaume-Uni et POS Media en Europe Centrale. 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 digital, avec notamment les acquisitions de Milky, CapitalData et l'intégration à 100 % de Useradgents.

Depuis 2019

Poursuite de la digitalisation des activités et investissements ciblés afin de développer la maîtrise de la data.

HIGHCO ET SES MARCHÉS

Croissance solide des investissements publicitaires mondiaux en 2019

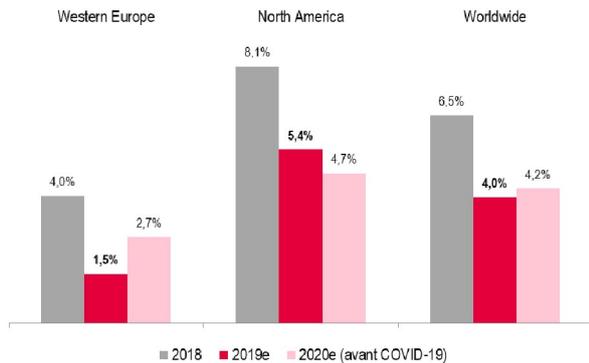
Zenith estime, dans ses données publiées en mars 2020, que les investissements publicitaires mondiaux ont augmenté de 4,0 % en 2019, tous médias confondus, pour atteindre environ 554 Mrd€ (623 Mrd\$). Bien que toujours soutenue, cette croissance a ralenti par rapport à 2018 (+ 6,5 %) du fait notamment de l'absence de certains événements sportifs majeurs comme la Coupe du Monde de la FIFA.

Avant que l'épidémie de COVID-19 ne vienne remettre en question toutes les prévisions économiques mondiales, cette croissance devait rester stable dans les années à venir, et en particulier en 2020 avec les élections présidentielles américaines, toujours tirée par la bonne dynamique de la publicité sur Internet.

Côté géographique, si les Etats-Unis (près de 39 %) et la Chine (près de 15 %) restent les deux principaux pays en termes d'investissements publicitaires en 2019, l'Europe occidentale est, après donc l'Amérique du Nord et l'Asie-Pacifique, le 3^{ème} marché avec plus de 18 % des dépenses mondiales, grâce notamment à la France, l'Allemagne et le Royaume-Uni, et ce malgré certaines incertitudes locales persistantes (mouvements sociaux en France, relations commerciales sino-américaines impactant l'industrie allemande, Brexit, etc.).

Implanté en France, Belgique, Espagne et Italie, le Groupe est rattaché dans la plupart des études au marché d'Europe occidentale (« Western Europe »).

Si cette région a connu ces dernières années une croissance annuelle relativement solide, oscillant entre 3 % et 4 %, un léger ralentissement a été observé sur 2019 (+ 1,5 %). Zenith estimait d'ailleurs, avant impacts de l'épidémie de COVID-19, que cette croissance se poursuivrait dans les prochaines années, et en particulier en 2020 (+ 2,7 % estimé). La croissance 2020 anticipée en France devait alors dépasser celle de la région (+ 4,4 % estimé).



Source : Zenith – Adspend Forecast Live, Mars 2020

Internet : le média n°1 tire la croissance des investissements publicitaires

Premier média en termes d'investissements publicitaires depuis 2016, la publicité mondiale sur Internet connaît une progression toujours à deux chiffres en 2019 (+ 11 %), représentant désormais une part de marché de 47 % (contre 44 % en 2018), creusant davantage l'écart avec le deuxième média, la télévision, dont la part s'affiche désormais à 29 %. En 10 ans, les investissements publicitaires sur Internet ont ainsi été multipliés par quatre. Si Zenith anticipait, avant impacts de l'épidémie de COVID-19, un ralentissement de cette croissance dans les prochaines années, elle devrait néanmoins rester soutenue et atteindre plus de la moitié des investissements publicitaires mondiaux dès 2021.

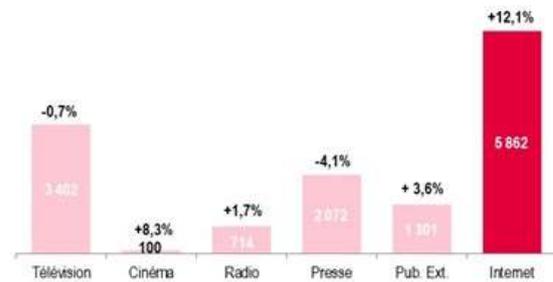
Si l'entrée en vigueur du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) au sein de l'UE en 2018 a nécessité de faire évoluer certaines solutions et pratiques, cette croissance continue de bénéficier de la transition vers l'achat programmatique qui permet aux acteurs du marché de proposer des solutions de ciblage et de personnalisation toujours plus efficaces. Les vidéos *online* et les réseaux sociaux demeurent les principaux relais de croissance en termes de canal grâce aux améliorations technologiques continues (connexion) et aux nouvelles habitudes des utilisateurs (mobile).

France : un marché 2019 globalement en croissance, soutenu par le Digital

Répartition des investissements par média et par secteur en France

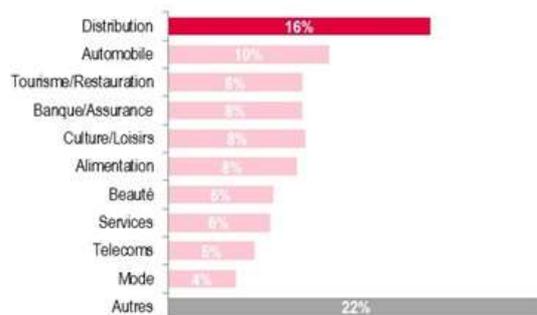
En France, où HighCo a réalisé 75,1 % de son activité en 2019, les recettes publicitaires nettes totales du marché publicitaire estimées s'élèvent à 15,1 Mrd€, en croissance de 2,6 % selon le Baromètre Unifié du Marché Publicitaire (BUMP, publication conjointe de France Pub, Irep et Kantar), publié en mars 2020.

Hors annuaires, courrier publicitaire et imprimés sans adresse, elles s'élèvent à 13,5 Mrd€, en hausse de 4,6 %.



Source : BUMP – Marché publicitaire 2019 (recettes publicitaires des médias en valeur nette, hors annuaires, courrier publicitaire et imprimés sans adresse – M€), Mars 2020

Si la hausse des recettes publicitaires françaises est toujours largement portée par la forte croissance du premier média Internet (+12,1%), le Digital poursuit sa forte dynamique sur tous les autres médias (télévision, radio, presse et publicité extérieure) avec une progression de 10,2 %. Cette « vitalité du digital » permet ainsi aux deuxième et troisième médias, respectivement la télévision (- 0,7 %) et la presse (- 4,1 %), de limiter le repli de leurs recettes publicitaires. Enfin, la publicité extérieure « continue sur sa lancée » (+ 3,6 %), toujours boostée par la très forte croissance de l'affichage digital extérieur ou « DOOH, Digital Out-Of-Home » (+ 20,5 %).



Source : BUMP – Marché publicitaire 2019 (répartition par secteur des dépenses annuelles), Mars 2020

Côté secteur, avec 16 % des investissements, la distribution, secteur clé pour HighCo, reste la première source de revenus pour les médias en 2019. « Le retournement de tendance qui

s'était amorcé en 2018 (+ 1,4 % en 2018 après + 2,8 % en 2017) s'est accentué en 2019 avec une baisse globale des investissements de communication de 2,1 % ». Les coupes budgétaires observées l'ont d'ailleurs été aussi bien sur les enseignes généralistes que spécialisées. Malgré un fort ralentissement anticipé (+ 29,3 % en 2018), les investissements sur médias numériques restent en croissance de 7,9 % en 2019.

Par ailleurs, les principales marques de grande consommation (alimentation, toilettes/beauté et mode), annonceurs importants pour HighCo, ont à nouveau réduit, en 2019, leurs communications publicitaires.

Le mobile, moteur de l'e-commerce français

En France, selon la FEVAD (février 2020), l'ensemble des ventes sur internet en 2019 dépasse pour la première fois les 100 Mrd€ pour s'établir à 103,4 Mrd€. Malgré un fléchissement au dernier trimestre, l'e-commerce affiche une nouvelle croissance annuelle à deux chiffres (+ 11,6 %). Cette forte dynamique reste directement corrélée à la forte hausse du nombre de transactions en ligne (+15,7%), établissant un nouveau record avec 1,7 Mrd de transactions enregistrées par les sites d'e-commerce. Cette forte progression de la fréquence d'achat continue ainsi à compenser la lente érosion du panier moyen qui passe pour la première fois en 2019 sous la barre des 60 € (- 3,6 %). Cette évolution s'accompagne d'une densification de l'offre en ligne, puisqu'avec une hausse de 15 % sur un an, le nombre de sites marchands recensé atteint plus de 190 000 à fin 2019. « En 10 ans les ventes de produits et de services sur internet ont été multipliées par 4. »

Sur un marché de l'internet déjà en forte croissance, un canal enregistre une progression encore plus forte depuis quelques années : le m-commerce, transactions réalisées sur smartphones ou tablettes, via des sites mobiles ou des applications. En hausse de 18 % en 2019, les achats réalisés sur l'internet mobile poursuivent leur très forte progression (+ 22 % en 2018), toujours selon la FEVAD (indice iCM, indice commerce mobile). Cette tendance reste soutenue par l'amélioration continue des infrastructures (4G) et des sites mobile et applications où l'expérience des utilisateurs (UX) est au cœur des développements (nouveaux usages). En 2019, 39 % des internautes français ont effectué leurs achats en ligne sur mobile ou tablette. Cette proportion devrait continuer à progresser à l'avenir, soutenue notamment par le déploiement de la 5G. Ainsi, selon la FEVAD, plus de la moitié des e-acheteurs devraient être des « m-acheteurs » d'ici 2021.

Environnement concurrentiel

La concurrence de HighCo, qui poursuit la digitalisation de ses activités et développe sa maîtrise de la data, est multiple et technologique. Sur ses métiers historiques, le Groupe fait face à des spécialistes tels que Qwamplify, Tessi ou Sogec Marketing

(Groupe La Poste) sur le marketing promotionnel, et Mediaperformances ou in-Store Media sur l'activation *in-store*. L'évolution des offres historiques amène cependant des groupes comme TCC ou BrandLoyalty, initialement positionnés sur le métier des animations sous licence, mais aussi les régies intégrées de certains distributeurs alimentaires, à devenir de nouveaux concurrents. Sur les métiers dits *web to store* ou *mobile to store*, HighCo est confrontée à des acteurs technologiques très différents tels que Teemo, HiPay, Quotient Inc., Numberly (groupe 1000mercis) ou BudgetBox. Enfin, sur les métiers liés à la data, le Groupe doit faire face à des concurrents aux profils très différents : des start-up « technos » sur des expertises très pointues, des cabinets de conseil qui, comme Artefact, intègrent les nouvelles technologies, ainsi que les GAFA.

BILAN D'ACTIVITÉ ET FAITS MARQUANTS 2019

2019 : nouvelle année de croissance d'activité et de progression des résultats

7^{ème} année consécutive de croissance d'activité

HighCo affiche une 7^{ème} année consécutive de croissance d'activité avec une marge brute 2019 en hausse de 4,6 % à périmètre comparable et à taux de change constant (PCC), grâce à une dynamique de croissance toujours soutenue en France (+ 5,0 %) et une amélioration à l'International (+ 3,5 %). La marge brute du Groupe s'établit ainsi à 95,22 M€ en 2019. Le Digital continue de tirer la croissance du Groupe avec, sur l'exercice 2019, une progression de 7,8 % à PCC. La part du Digital dans les activités du Groupe représentent désormais 56,2 % de la marge brute du Groupe à fin 2019.

Forte progression des résultats

La forte croissance en France et la bonne maîtrise des coûts sur l'ensemble des zones géographiques permettent au Groupe d'enregistrer une forte progression de 9,9 % du Résultat des Activités Ordinaires ajusté (RAO ajusté du coût des plans d'attribution gratuite d'actions) qui s'affiche à 17,62 M€, en croissance pour la 6^{ème} année consécutive. La marge opérationnelle ajustée (RAO ajusté / MB), indicateur clé du niveau de rentabilité du Groupe, progresse de 20 points de base en 2019 à 18,5 % (18,3 % en 2018).

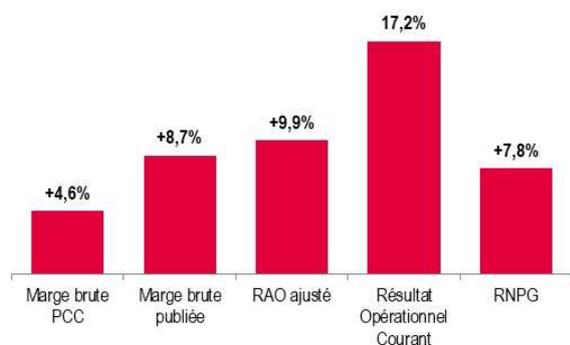
Avec cette croissance du RAO ajusté, une baisse du coût des plans d'attribution gratuite d'actions à 0,62 M€ (2018 : 1,21 M€) et des charges de restructuration de 0,45 M€ (2018 : 0,71 M€), le Résultat Opérationnel Courant (ROC) s'affiche à 16,54 M€, en très forte progression de 17,2 %.

Le Résultat Net Part du Groupe (RNPG) est en hausse de 7,8 % et s'affiche à 9,32 M€.

Le Groupe enregistre ainsi un BNPA 2019 de 0,45 €, en hausse de 7,9 % par rapport à un BNPA 2018 de 0,42 €.

Forte génération de cash

Sur le plan de la structure financière, le bilan au 31 décembre 2019 reste très solide, avec un excédent net de trésorerie (trésorerie active supérieure à la dette brute) de 62,38 M€, contre 52,17 M€ à la clôture précédente, en hausse de 10,22 M€. Hors ressource en fonds de roulement, l'excédent brut de trésorerie s'élève à 10,56 M€ et l'excédent net de trésorerie s'affiche à 3,10 M€ (contre un excédent net de trésorerie de 0,97 M€ au 31 décembre 2018).



Autres faits marquants 2019

Gouvernance

Suite au Conseil de Surveillance du 21 mars 2019, M. Didier Chabassieu, qui faisait face à des problèmes de santé depuis 2017, a retrouvé la Présidence du Directoire aux côtés de Mme Cécile Collina-Hue, Directrice Générale, et Mme Céline Dargent, membre du Directoire. M. Didier Chabassieu est plus particulièrement en charge de la stratégie du Groupe, des opérations de croissance externe et de la vision humaine. Mme Cécile Collina-Hue conserve la gestion opérationnelle du Groupe et Mme Céline Dargent reste en charge du marketing de l'offre et de la communication.

STRATÉGIE ET OBJECTIFS 2020

Priorités opérationnelles

Rappel des axes stratégiques

Avec un positionnement unique et des expertises complémentaires qui permettent de couvrir toute la chaîne d'engagement d'un consommateur – depuis le premier contact jusqu'à la transaction finale – HighCo poursuivra ses investissements prioritaires sur ses deux axes stratégiques : le digital d'une part, toujours en croissance (+ 7,8 % PCC en 2019), et la data d'autre part, au service de la relation client (avec des programmes CRM personnalisés) et de la création de trafic en points de vente (opérations *drive to store* ciblées).

Gestion des impacts de l'épidémie de COVID-19

Face à la crise sanitaire mondiale liée à l'épidémie de COVID-19 qui impacte le Groupe comme l'ensemble des acteurs économiques, HighCo est pleinement engagé dans la gestion de cette situation exceptionnelle et a mis en place un certain nombre de mesures détaillées dans les « Evénements importants postérieurs à la clôture de l'exercice » de ce rapport.

Tendances 2020

Dans ce contexte sanitaire actuel incertain et sans précédent lié à l'épidémie de COVID-19, HighCo ne donne pas de guidances pour l'exercice 2020 mais anticipe, à date, en termes d'activité (MB) :

- un T1 2020 en retrait, malgré une situation à fin février conforme au budget et en légère croissance (T1 2019 = 23,17 M€) ;
- un T2 2020 fortement impacté, avec un risque de repli significatif (T2 2019 = 25,03 M€).

ÉVÉNEMENTS IMPORTANTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE

L'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) a qualifié, le 30 janvier 2020, l'épidémie de COVID-19, apparue en Chine, « d'urgence de santé publique de portée internationale ». Elle l'a classée, le 11 mars 2020, en « pandémie ».

Cette épidémie de COVID-19 a obligé les autorités des pays dans lesquels le Groupe est implanté (France, Belgique, Espagne et Italie) à prendre des mesures sanitaires (interdictions de rassemblement, restrictions de déplacement, confinement, etc.) et économiques inédites.

Ces mesures ont, et auront, un impact significatif sur l'économie globale, en particulier sur la consommation des ménages, et donc sur les clients du Groupe, marques et distributeurs.

A la date de dépôt de ce présent rapport, ce contexte épidémique, créant une situation incertaine de par son ampleur et sa durée, ne permet pas de déterminer de manière précise et fiable tous les impacts sur l'activité, la performance et les perspectives du Groupe.

Néanmoins, HighCo a mis en place des mesures appropriées pour maintenir ses activités autant qu'il est possible, pour protéger ses employés et pour répondre aux besoins de ses clients. Au-delà de ces premières mesures décrites ci-après, le Groupe reste vigilant quant à l'évolution de la pandémie et aux éventuelles mesures prises, ou à venir, par les autorités.

Collaborateurs

HighCo a d'abord pris toutes les mesures nécessaires pour limiter les effets de l'épidémie sur ses collaborateurs :

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

Activités

Une organisation ad hoc a ensuite été mise en place dans chaque filiale pour continuer à accompagner au mieux ses clients, cependant, le Groupe indique que l'épidémie a et aura un impact significatif sur ses activités suite à :

- la fermeture des grandes surfaces spécialisées (GSS) ;
- une diminution des promotions et le report ou l'annulation des temps forts d'enseignes alimentaires impactant les activités drive to store ;
- un accès aux magasins alimentaires rendu difficile pour les merchandisers et l'arrêt des prestations d'impression, limitant les activités in-store ;
- la saturation des sites de drive entraînant une forte baisse des display media, limitant certaines activités digitales.

Situation et plan d'actions

A mi-mars, le niveau de cash brut (hors ressource nette en fond de roulement) était stable par rapport au 31 décembre 2019, s'établissant alors à 10,56 M€.

Le Groupe met en œuvre les mesures de préservation de la trésorerie suivantes :

- recours aux dispositifs gouvernementaux mis à sa disposition afin de réduire l'impact de la situation (report du paiement des charges fiscales et sociales, chômage partiel, etc.) ;
- suspension du programme de rachats d'actions ;
- suspension des investissements non prioritaires (CAPEX) ;
- proposition à la prochaine assemblée générale du 11 mai 2020, sur décision unanime du Conseil de surveillance, d'affecter en réserves l'intégralité du bénéfice 2019.

Aucun autre changement significatif en termes de performances financières n'est survenu entre la fin de l'exercice 2019 et la date du présent document d'enregistrement.

RÉSULTATS DES ACTIVITÉS

RÉSULTATS CONSOLIDÉS

Analyse de la croissance

Calcul du taux de croissance organique annuel

Le chiffre d'affaires consolidé 2019 est de 175,75 M€ (173,77 M€ en 2018).

Depuis plusieurs années, le Groupe axe sa communication financière sur la marge brute (MB), indicateur clé de son niveau d'activité (ventes moins coûts directs des ventes). La marge brute consolidée 2019 s'affiche à 95,22 M€, en progression de 4,6 % à périmètre comparable et à taux de change constant.

Tableau de passage 2018 à 2019	en M€
Marge brute 2018 (IFRS)	87,57
Variations de périmètre	3,44
Effet de change	-
Marge brute 2018 PCC (IFRS) (1)	91,02
Marge brute 2019 (IFRS)	95,22
Variation organique (PCC)	+ 4,21
Évolution organique 2019 / 2018 (PCC)	+ 4,6%

(1) A périmètre comparable (i.e. en incluant notamment la filiale Useradgents dès le 1^{er} janvier 2018) 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€)	2019	2018 PCC (1)	Évolution 2019 / 2018 PCC
1 ^{er} trimestre	23,17	22,48	+3,1%
2 ^e trimestre	25,03	24,09	+3,9%
Total 1^{er} semestre	48,20	46,58	+3,5%
3 ^e trimestre	22,28	21,22	+5,0%
4 ^e trimestre	24,74	23,22	+6,5%
Total 2nd semestre	47,02	44,44	+5,8%
Total exercice	95,22	91,02	+4,6%

(1) A périmètre comparable (i.e. en incluant notamment la filiale Useradgents dès le 1^{er} janvier 2018) 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 167 pour le détail des sociétés composant les secteurs « France » et « International ».

Marge brute IFRS (en M€)	2019	2018 PCC (1)	Évolution 2019/2018 PCC
France	71,52	68,12	+5,0%
International	23,71	22,90	+3,5%
Total Groupe	95,22	91,02	+4,6%

(1) A périmètre comparable (i.e. en incluant notamment la filiale Useradgents dès le 1^{er} janvier 2018) 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 71,52 M€, soit une croissance organique de 5,0 % par rapport à l'exercice précédent. La France représente 75,1 % de la marge brute du Groupe en 2019. Tirée par la forte croissance du Digital (+8,8 % PCC), la France poursuit sa forte dynamique de croissance, bénéficiant globalement de la bonne tenue de l'ensemble des activités. La part dans les activités digitales en France atteint 63,9 % à fin décembre 2019.

Marge brute IFRS (en M€) - FRANCE	2019	2018 PCC (1)	Variation 2019/2018 PCC	% MB globale
1 ^{er} trimestre	17,70	17,06	+3,8%	76,4%
2 ^e trimestre	18,62	17,81	+4,6%	74,4%
3 ^e trimestre	16,92	16,28	+3,9%	75,9%
4 ^e trimestre	18,27	16,97	+7,7%	73,8%
Total exercice	71,52	68,12	+5,0%	75,1%

(1) A périmètre comparable (i.e. en incluant notamment la filiale Useradgents dès le 1^{er} janvier 2018) et à taux de change constants (i.e. en appliquant le taux de change moyen de la période aux données de la période comparable).

International : la marge brute réalisée au Benelux, en Espagne et en Italie s'établit à 23,71 M€, en progression de 3,5 %.

L'international représente 24,9 % de la marge brute du Groupe en 2019. Au Benelux, l'activité marque un rebond avec une croissance de 3,7 % PCC sur l'exercice. Malgré une base de comparaison défavorable (+7,3 % PCC en 2018), les activités digitales restent bien orientées en Belgique (+ 2,6 % PCC) et représentent une part de 29,6 % de la marge brute de la zone. En Europe du sud, les activités, 100% digitales, sont stables sur l'année (- 0,3 %), et représentent 1,2 % de la marge brute du Groupe.

Marge brute IFRS (en M€) - INTERNATIONAL	2019	2018 PCC (1)	Variation 2019/2018 PCC	% MB globale
1 ^{er} trimestre	5,47	5,42	+0,8%	23,6%
dont Benelux	5,18	5,14	+0,7%	22,4%
2 ^e trimestre	6,41	6,28	+2,0%	25,6%
dont Benelux	6,14	6,01	+2,2%	24,5%
3 ^e trimestre	5,37	4,94	+8,7%	24,1%
dont Benelux	5,10	4,72	+8,2%	22,9%
4 ^e trimestre	6,47	6,26	+3,4%	26,2%
dont Benelux	6,19	5,93	+4,3%	25,0%
Total exercice	23,71	22,90	+3,5%	24,9%
dont Benelux	22,61	21,80	+3,7%	23,7%

(1) A périmètre comparable et à taux de change constants (i.e. en appliquant le taux de change moyen de la période aux données de la période comparable).

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.

IFRS (en M€)	2019	2018	Évolution 2019 / 2018
Chiffre d'affaires	175,75	173,77	+1,1%
Charges directes d'exploitation	(80,53)	(86,20)	-6,6%
Marge brute	95,22	87,57	+8,7%
Charges indirectes d'exploitation	(77,60)	(71,53)	+8,5%
Résultat des activités ordinaires ajusté	17,62	16,04	+9,9%
Marge opérationnelle ajustée	18,5%	18,3%	+20bps

Le RAO ajusté augmente de 1,58 M€, soit une progression de 9,9 %, pour s'établir à 17,62 M€, sous l'effet combiné de :

- une augmentation de 7,65 M€ de la marge brute (+ 8,7 %), dont 4,21 M€ de croissance organique (+ 4,6 %) ;
- la hausse de 6,07 M€ (+ 8,5 %) des charges indirectes d'exploitation, suite notamment à l'intégration à 100 % de Userdents à partir du S2 2018.

La marge opérationnelle ajustée (ratio RAO ajusté / Marge brute), s'affiche ainsi à 18,5 %, en progression de 20 bps (18,3 % en 2018).

Analyse du bas du compte de résultat

IFRS (en M€)	2019	2018	Évolution 2019 / 2018
Résultat des activités ordinaires ajusté	17,62	16,04	+9,9%
Charges de restructuration	(0,45)	(0,71)	
Résultat opérationnel courant ajusté	17,17	15,33	+12,0%
Coût des plans d'attribution gratuite d'actions	(0,62)	(1,21)	
Résultat opérationnel courant	16,54	14,12	+17,2%
Autres produits et charges opérationnels	0,12	0,54	
Résultat opérationnel	16,66	14,65	+13,7%
Produits de trésorerie et équivalents de trésorerie	0,00	0,02	
Coût de l'endettement financier brut	(0,39)	(0,17)	
Coût de l'endettement financier net	(0,39)	(0,15)	
Autres produits et charges financiers	(0,07)	(0,01)	
Charges d'impôt	(5,76)	(3,86)	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées et coentreprises	0,24	0,23	
Résultat net des activités poursuivies	10,68	10,87	-1,7%
Résultat net d'impôt des activités arrêtées ou en cours de cession	-	(0,77)	
Résultat net	10,68	10,10	+5,8%
Résultat net part du Groupe	9,32	8,64	+7,8%
Résultat net part du Groupe ajusté (1)	9,65	9,75	-1,0%
Résultat net attribuable aux actionnaires ordinaires de la société mère par action en € (2)	0,45	0,42	+7,9%
Résultat net attribuable aux actionnaires ordinaires de la société mère par action dilué en € (3)	0,44	0,41	+8,0%
Résultat net ajusté attribuable aux actionnaires ordinaires de la société mère par action en € (2)	0,46	0,47	-0,9%
Résultat net ajusté attribuable aux actionnaires ordinaires de la société mère par action dilué en € (3)	0,46	0,46	-0,9%

(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 (2019 : 0,45 M€ ; 2018 : 0,87 M€), hors autres produits et charges opérationnels (2019 : produit de 0,12 M€ ; 2018 : produit de 0,54 M€) et hors résultat net d'impôt des activités arrêtées ou en cours de cession (2019 : aucune activité arrêtée ou en cours de cession ; 2018 : perte de 0,77 M€).

(2) Basé sur un nombre de titres moyen de 20 779 690 au 31/12/19 et de 20 803 414 au 31/12/18.

(3) Basé sur un nombre de titres moyen dilué de 20 973 735 au 31/12/19 et de 21 011 353 au 31/12/18.

Après coûts de restructuration (0,45 M€ en 2019 contre 0,71 M€ en 2018) et coût des plans d'attribution gratuite d'actions (0,62 M€ en 2019 contre 1,21 M€ en 2018), le résultat opérationnel courant s'affiche à 16,54 M€, en forte hausse de 17,2 % par rapport à 2018 (14,12 M€).

Suite à l'entrée en vigueur d'IFRS 16, le coût de l'endettement financier net est en hausse sur l'exercice et représente une charge de 0,39 M€ en 2019, contre une charge de 0,15 M€ en 2018.

La charge d'impôt s'établit à 5,76 M€ en 2019, contre 3,86 M€ en 2018. Cette forte hausse s'explique principalement, et pour rappel, par la comptabilisation en 2018 de crédits d'impôt, dont CIR pour 1,05 M€.

Ainsi, le Résultat Net Part du Groupe (RNPG) est en hausse de 7,8 % et représente un profit de 9,32 M€ en 2019, contre un profit de 8,64 M€ en 2018.

Le RNPG ajusté, hors coût net d'impôt des plans d'attribution gratuite d'actions (0,45 M€ en 2019 contre 0,87 M€ en 2018), autres produits et charges opérationnels (produit de 0,12 M€ en 2019 contre un produit de 0,54 M€ en 2018) et résultat net d'impôt des activités arrêtées ou en cours de cession (aucune activité arrêtée ou en cours de cession en 2019 contre une perte de 0,77 M€ en 2018), représente un profit de 9,65 M€ en 2019, contre un profit de 9,75 M€ en 2018, soit en léger retrait de 1,0 %.

Analyse de la structure financière

Indicateurs bilanciaux simplifiés

IFRS (en M€)	31/12/19	31/12/18
Actif immobilisé (1)	109,81	92,26
Besoin en fonds de roulement (BFR)	(59,29)	(51,20)
Capitaux propres part du Groupe	89,42	84,80
Provisions non courantes	1,87	1,80
Dettes financières	7,30	10,61
Obligations locatives (1)	15,99	-
Excédent net de trésorerie (2)	62,38	52,17

(1) IFRS 16 : conformément au nouveau principe de comptabilisation des contrats de location, sont désormais respectivement constatés à l'actif et au passif du bilan des « Droits d'utilisation relatifs aux contrats de location » (15,26 M€ au 31/12/19) et des « Obligations locatives » (15,99 M€ au 31/12/19, y compris location-financement au sens IAS 17 pour 0,15 M€).

(2) Y compris ressource quasi permanente en fonds de roulement des activités de traitement des coupons de réduction pour 59,29 M€.

Compte tenu d'un résultat net part du Groupe de 9,32 M€ en 2019, du versement de dividendes aux actionnaires de la société mère pour (3,35) M€ et d'autres variations principalement liées aux attributions gratuites d'actions pour (1,35) M€, les fonds propres part du Groupe augmentent de 4,62 M€ et s'affichent à 89,42 M€ au 31 décembre 2019, contre 84,80 M€ à fin 2018.

La forte hausse de l'actif immobilisé (+17,55 M€) provient principalement des droits d'utilisation relatifs aux contrats de location, en application du nouveau principe de comptabilisation des contrats de location (IFRS 16).

La structure financière au 31 décembre 2019 reste donc solide compte tenu :

- d'un montant de disponibilités et de valeurs mobilières de placement de 69,84 M€ à l'actif, soit un excédent net de trésorerie (ou dette nette négative) qui s'affiche à 62,38 M€, contre un excédent net de trésorerie de 52,17 M€ à fin 2018 ;
- 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 59,29 M€, en hausse de 8,09 M€ par rapport à fin 2018.

En conséquence, le Groupe dispose d'un excédent net de trésorerie de 3,10 M€, contre un excédent net de trésorerie de 0,97 M€ au 31 décembre 2018.

Analyse des flux de trésorerie

La trésorerie nette du Groupe (trésorerie à l'actif retraitée des concours bancaires courants au passif) s'affiche à 69,84 M€ au 31 décembre 2019, en hausse de 7,06 M€ par rapport à fin 2018.

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

- la capacité d'autofinancement (CAF) consolidée, y compris effet favorable de la neutralisation de l'amortissement des droits d'utilisation pour 4,31 M€ (IFRS 16), pour 17,80 M€ ;
- la variation du BFR des activités ordinaires pour 8,09 M€.

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

- les versements de dividendes pour 5,33 M€, dont 3,35 M€ aux actionnaires de la société mère ;
- le remboursement des obligations locatives, y compris location-financement (0,13 M€), pour 3,58 M€ (IFRS 16) ;
- les remboursements d'emprunts, pour 3,56 M€ correspondant principalement au remboursement de 3,50 M€ sur le crédit syndiqué de 2015 ;
- le solde net des acquisitions/cessions de filiales, compléments de prix et options pour 2,91 M€ ;
- les investissements industriels bruts (Capex brut) pour 2,21 M€ ;
- les acquisitions d'actions dans le cadre du programme de rachat pour 1,80 M€.

IFRS (en M€)	31/12/19	31/12/18
Trésorerie à l'ouverture	62,78	60,15
CAF consolidée	17,80	14,65
Variation du BFR des activités ordinaires	8,09	5,33
Variation de la trésorerie d'exploitation	9,71	9,32
Acquisitions d'immobilisations	(2,21)	(2,57)
Cessions d'immobilisations	0,05	0,04
Variation des autres immobilisations financières	(0,01)	0,01
Trésorerie nette affectée aux acquisitions/cessions de filiales	(2,91)	(5,99)
Variation de la trésorerie issue des opérations d'investissement	(5,08)	(8,51)
Dividendes versés	(5,33)	(4,37)
Souscriptions d'emprunts	0,53	-
Remboursements d'emprunts	(3,56)	(3,81)
Remboursement des obligations locatives	(3,58)	-
Acquisitions nettes d'actions propres	(1,80)	(0,66)
Variation de la trésorerie issue des opérations de financement	(13,75)	(8,84)
Incidence de la variation des taux de change	-	-
Trésorerie à la clôture	69,84	62,78
Variation de trésorerie	7,06	2,63

Politique d'investissement

En K€	2019	2018
Investissements incorporels	612	1 534
Investissements corporels	1 596	1 211
Investissements financiers	237	237

Les investissements « industriels » du Groupe (incluant les crédits-baux) au cours de l'exercice 2019 s'élèvent à 2,21 M€, contre 2,75 M€ en 2018 (hors investissements financiers). Ils représentent donc 2,3 % de la marge brute du Groupe, contre 3,1 % en 2018.

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 2019, elle contrôle, directement ou indirectement, 17 sociétés françaises et 7 sociétés réparties en Belgique, en Espagne, en Italie, au Luxembourg et en Tunisie.

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 46 personnes au 31 décembre 2019, contre 48 au 31 décembre 2018. L'effectif moyen de l'exercice 2019 est de 47 personnes, contre 48 en 2018.

Résultats de l'exercice

en M€	2019	2018	Évolution 2019 / 2018
Chiffre d'affaires	16,03	15,42	+ 4,0%
Résultat net	8,75	0,23	
Capitaux propres	54,06	48,66	+ 11,1 %

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 16,03 M€ en 2019, contre 15,42 M€ en 2018.

Résultat d'exploitation

Le résultat d'exploitation est de 1,95 M€ en 2019 contre 2,10 M€ en 2018.

Résultat financier

Les produits financiers s'élèvent à 7,34 M€ et sont constitués pour 6,98 M€ des dividendes reçus des filiales. Les charges financières s'élèvent à (0,20) M€ et sont principalement constituées d'intérêts liés au crédit syndiqué en cours et d'intérêts sur comptes courants. Le résultat financier ressort ainsi à 7,14 M€ en 2019 contre 5,77 M€ en 2018.

Le résultat courant avant impôts ressort à 9,09 M€ en 2019 contre 7,87 M€ en 2018.

Résultat exceptionnel

Le résultat exceptionnel est de (0,85) M€, contre (8,71) M€ en 2018 (pour rappel, dépréciation des titres de la filiale belge HighCo Shelf Service pour 7,00 M€).

Résultat net

Le bénéfice net de HighCo SA ressort ainsi à 8,75 M€, contre 0,23 M€ en 2018.

Structure financière

À l'actif, figurent principalement les titres de participation (filiales et autres participations) à hauteur de 49,33 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.

Les capitaux propres s'élèvent à 54,06 M€, contre 48,66 M€ à fin 2018.

Le total des dettes financières s'élève à 26,95 M€, contre 30,71 M€ à fin 2018. Elles se composent essentiellement du crédit syndiqué pour 6,75 M€, contracté en 2015 pour refinancer les opérations de croissance externe, et des dettes en compte courant résultant de la gestion centralisée de la trésorerie du Groupe par la société mère.

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	194					44
Montant total des factures concernées TTC (K€)	412	12	-	3	-	15
Pourcentage du montant total des achats de l'exercice TTC	5%	0%	0%	0%	0%	0%
(B) Factures exclues du (A) relatives à des dettes litigieuses ou non comptabilisées						
Nombre de factures exclues	23					
Montant total des factures exclues TTC (K€)	(9)					
(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	390					11
Montant total des factures concernées TTC (K€)	6 213	(12)	-	-	-	(12)
Pourcentage du chiffre d'affaires de l'exercice TTC	33%	0%	0%	0%	0%	0%
(B) Factures exclues du (A) relatives à des 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					

TABLEAU DES CINQ DERNIERS EXERCICES DE HIGHCO SA

Nature des indications (en K€, sauf nombre d'actions et effectifs)	Exercice 2015	Exercice 2016	Exercice 2017	Exercice 2018	Exercice 2019
CAPITAL EN FIN D'EXERCICE					
Capital social	5 605	11 211	11 211	11 211	11 211
Nombre d'actions ordinaires	11 210 666	22 421 332	22 421 332	22 421 332	22 421 332
Nombre maximal d'actions futures à créer :					
– Par conversion d'obligations	-	-	-	-	-
– Par acquisition d'actions gratuites (1)	-	1 290 900	920 000	740 000	434 000
OPÉRATIONS ET RÉSULTATS DE L'EXERCICE					
Chiffre d'affaires hors taxes	13 519	15 042	14 559	15 417	16 029
Résultat avant impôts, amortissements et provisions	782	(136)	(2 628)	15 140	8 622
Impôt sur les bénéfices	513	909	1 645	1 066	509
Résultat après impôts, amortissements et provisions	2 584	428	2 464	229	8 746
Résultat distribué (2)	1 682	2 130	2 462	2 910	3 345
RÉSULTATS PAR ACTION (€)					
Résultat après impôts, mais avant amortissements et provisions	0,12	0,03	(0,04)	0,72	0,41
Résultat après impôts, amortissements et provisions	0,23	0,02	0,11	0,01	0,39
Dividende attribué à chaque action	0,19	0,12	0,14	0,16	Aucun (3)
PERSONNEL					
Effectif moyen des salariés employés pendant l'exercice	44	46	46	48	47
Montant de la masse salariale de l'exercice	3 800	4 017	3 780	3 340	4 090
Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux de l'exercice (Sécurité sociale, retraites, œuvres sociales, etc.)	1 620	1 645	1 568	1 645	1 860

(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) En année N au titre de l'année N-1.

(3) 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 2019.

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 se situe dans une fourchette comprise entre 35 % et 40 %.

INFORMATIONS RELATIVES AU CAPITAL ET A L'ACTIONNARIAT

Évolution du capital

Au 31 décembre 2019

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.

Le nombre total des droits de vote réels s'élève à 22 933 264 voix et les droits de vote théoriques à 24 722 952 voix.

Droits de vote réels (exerçables en assemblées générales)

Nombre d'actions composant le capital social	22 421 332
Nombre d'actions ayant un droit de vote double (droit conféré aux actions inscrites au nominatif depuis plus de deux ans)	511 932
Total des droits de vote réels au 31/12/19	22 933 264

Droits de vote théoriques (pour calcul des seuils légaux)

Total des droits de vote réels	22 933 264
Nombre d'actions autodétenues	1 789 688
Total des droits de vote théoriques au 31/12/19	24 722 952

Au 1^{er} mars 2020

Le capital social reste inchangé.

Au cours des trois derniers exercices

Capital en fin d'exercice	2017	2018	2019
Capital social	11 210 666	11 210 666	11 210 666
Nombre d'actions ordinaires	22 421 332	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)	920 000	740 000	434 000

(1) Étant précisé qu'il peut être décidé de remettre des actions existantes dans le cadre du PRA (programme de rachat d'actions). 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 2019, 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	212 000	30/04/2020	0,95%
	212 000	30/04/2021	0,95%
	10 000	01/08/2021	0,04%
Total	434 000		1,94%

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

Actionnariat de HighCo

Un relevé des détenteurs de « Titres aux Porteurs Identifiables » (TPI) arrêté au 15 avril 2019 indiquait que la société comptait 3 088 actionnaires différents détenant des titres au porteur, répartis comme suit :

- 2 941 porteurs « résidents » (représentant 75 % du capital) et 147 porteurs « non-résidents » (représentant 6 % du capital) ;
- 2 949 porteurs « particuliers » (représentant 10 % du capital) et 139 porteurs « institutionnels » (représentant 71 % du capital).

Cette répartition ne tient pas compte des titres détenus au « nominatif » qui représentaient 19 % du capital au 15 avril 2019.

À la connaissance de la Société, la répartition du capital et des droits de vote de HighCo à la clôture des trois derniers exercices était la suivante :

	Nombre d'actions	% capital	DDV (1) théoriques (2)	% DDV théoriques (2)	DDV exerçables en assemblée générale	% DDV exerçables en assemblée générale
Au 31/12/2019						
Flottant	8 302 833	37,03%	8 897 032	35,99%	8 897 032	38,80%
WPP France Holdings / Groupe WPP	7 651 632	34,13%	7 651 632	30,95%	7 651 632	33,36%
Eximium (3)	2 311 084	10,31%	2 311 084	9,35%	2 311 084	10,08%
Autodétention (4)	1 789 688	7,98%	1 789 688	7,24%	-	-
Salariés et autres mandataires sociaux (5)	1 226 095	5,47%	1 793 516	7,25%	1 793 516	7,82%
G.B.P. (6)	1 140 000	5,08%	2 280 000	9,22%	2 280 000	9,94%
Total	22 421 332	100,00%	24 722 952	100,00%	22 933 264	100,00%
Au 31/12/2018						
Flottant	8 461 544	37,74%	9 035 406	36,89%	9 035 406	39,68%
WPP France Holdings / Groupe WPP	7 651 632	34,13%	7 651 632	31,24%	7 651 632	33,60%
Eximium (3)	2 311 084	10,31%	2 311 084	9,44%	2 311 084	10,15%
Autodétention (4)	1 718 053	7,66%	1 718 053	7,02%	-	-
Salariés et autres mandataires sociaux (5)	1 139 019	5,08%	1 494 121	6,10%	1 494 121	6,56%
G.B.P. (6)	1 140 000	5,08%	2 280 000	9,31%	2 280 000	10,01%
Total	22 421 332	100,00%	24 490 296	100,00%	22 772 243	100,00%
Au 31/12/2017						
Flottant	8 609 859	38,40%	9 183 731	37,29%	9 183 731	40,13%
WPP France Holdings / Groupe WPP	7 651 632	34,13%	7 651 632	31,07%	7 651 632	33,43%
Eximium (3)	2 311 084	10,31%	2 311 084	9,38%	2 311 084	10,10%
Autodétention (4)	1 743 249	7,77%	1 743 249	7,08%	-	-
Salariés et autres mandataires sociaux (5)	965 508	4,31%	1 460 610	5,93%	1 460 610	6,38%
G.B.P. (6)	1 140 000	5,08%	2 280 000	9,26%	2 280 000	9,96%
Total	22 421 332	100,00%	24 630 306	100,00%	22 887 057	100,00%

(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 2019 : 22 933 264 + 1 789 688 = 24 722 952

Pour 2018 : 22 772 243 + 1 718 053 = 24 490 296

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

(3) Eximium, société contrôlée au plus haut niveau par M. Michel Baulé, selon la dernière déclaration de franchissement de seuil à l'AMF du 01/08/2017.

(4) Hors contrat de liquidité, au 31/12/2019, l'autodétention est de 1 756 580 actions (soit 7,83 % du capital).

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

(6) G.B.P. : société contrôlée au plus haut niveau par M. Gérard de Bartillat, membre du Conseil de Surveillance.

Au 1^{er} mars 2020, l'actionnariat n'a pas connu de changement significatif par rapport au 31 décembre 2019.

Principales évolutions sur les trois derniers exercices

Le capital social est de 11 210 666 €. Il n'a pas évolué sur les trois derniers exercices.

Flottant

Le flottant se situe dans une fourchette comprise entre 35 % et 40 %.

Groupe WPP / WPP France Holdings

Le niveau de participation du groupe WPP, actionnaire de référence, par l'intermédiaire de la société WPP France Holdings, sa filiale française, est resté constant. La personne la contrôlant au plus haut niveau est WPP Plc. Le groupe WPP dispose de deux sièges au Conseil de surveillance.

Eximium

Le niveau de participation de la société Eximium, contrôlée au plus haut niveau par M. Michel Baulé, est stable depuis août 2017 à la connaissance de la Société.

Actions auto détenues

L'autodétention est relativement stable.

Salariés et autres mandataires sociaux

Le niveau de participation des salariés et autres mandataires sociaux a légèrement augmenté, s'élevant désormais à 5,47 % principalement sous l'effet des attributions gratuites d'actions.

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

Le niveau de participation de la société G.B.P. contrôlée au plus haut niveau par M. Gérard de Bartillat, membre du Conseil de surveillance, est inchangé.

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

Aucune déclaration de franchissement de seuil légal n'a été portée à la connaissance de la Société en 2019.

Actionnariat des salariés et des autres mandataires sociaux

Au 31 décembre 2019, et à la connaissance de la Société, les salariés et autres mandataires sociaux détenaient directement ou indirectement 5,47 % du capital social dont :

- 2,25 % au titre de l'article L.225-102 du Code de commerce, composé des titres détenus au nominatif par des salariés (2,06 %), et d'actions de salariés du FCPE Actionnariat HighCo (0,19 %)
- 3,22 % détenus par les mandataires sociaux, composé de 0,11 % via le FCPE et 3,11 % en direct.

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

Chaque année, le Conseil - au vu de la situation et des besoins financiers, des capacités distributives, et de l'historique des dividendes versés- statue sur le montant et donc sur le taux de distribution de dividendes qui sera proposé à la prochaine assemblée générale.

Les dividendes versés par la Société au cours des trois derniers exercices figurent dans le tableau page 72.

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 20 mai 2019

Un nouveau programme a été autorisé par cette assemblée générale jusqu'au 19 novembre 2020, 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 :

- d'assurer l'animation du marché secondaire ou 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 pratique admise par la réglementation, étant précisé que dans ce cadre, le nombre d'actions prises en compte pour le calcul de la limite ci-dessus de 10 % correspond au nombre d'actions achetées, déduction faite du nombre d'actions revendues ;
- de conserver les actions achetées et les remettre ultérieurement 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 ;
- d'assurer la couverture de plans d'options d'achat d'actions et/ou de plans d'actions attribuées gratuitement (ou plans assimilés) au bénéfice des salariés et/ou des mandataires sociaux du Groupe (ou plan assimilé), au titre de la participation aux résultats de l'entreprise et/ou toutes autres formes d'allocation d'actions à des salariés et/ou des mandataires sociaux du Groupe ;
- d'assurer la couverture de valeurs mobilières donnant droit à l'attribution d'actions de la Société dans le cadre de la réglementation en vigueur ;
- de procéder à l'annulation éventuelle des actions acquises, sous réserve de l'autorisation donnée 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 est de 10 €, hors frais et commission.

L'autorisation décrite ci-dessus, en vigueur au jour du présent rapport, prendra fin au plus tard le 19 novembre 2020 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 pratique admise par la réglementation. Début 2019, un nouveau contrat de liquidité a été conclu, conforme aux nouvelles règles édictées par l'AMF dans sa décision n°2018-01 du 2 juillet 2018, concernant cette pratique de marché admise. La somme totale mise à disposition à la date du présent document est de 500 K€.

Rachats d'actions réalisés par HighCo

Flux au cours de l'exercice 2019

	Nombre d'actions	Cours moyen
Nombre d'actions propres achetées		
- via le contrat de liquidité (1)	83 166	5,37€
- via le mandat donné au PSI (2)	327 147	5,51€
Nombre d'actions propres vendues (1)	100 058	5,43€
Nombre d'actions attribuées par la Société (3)	238 620	5,46 € (4)

(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.

(4) Cours moyen d'acquisition définitive des actions.

Titres autodétenus par la Société au 31 décembre 2019

Nombre de titres autodétenus en portefeuille (1)	1 789 688
Pourcentage du capital autodétenu	7,98%
Valeur d'achat des titres détenus (en K€)	6 897
Valorisation au cours de Bourse moyen du mois de décembre 2019 (en K€)	10 754
Valeur nominale des titres autodétenus (en K€)	895
Frais de négociation pour l'exercice 2019 (en K€) (2)	27

(1) Dont 33 108 actions (0,15 % du capital) via le contrat de liquidité et 1 756 580 actions (7,83 % du capital) via le PSI.

(2) Coût du contrat de liquidité inclus.

Nombre d'actions rachetées et vendues par la Société au cours de l'exercice 2019

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	Affectation en %	Valeur nominale en K€
Animation de marché secondaire ou de la liquidité de l'action HighCo	50 000	83 166	100 058	33 108	0,15%	17
Conservation et remise ultérieure dans le cadre d'opérations de croissance externe	1 120 592	-	-	1 120 592	5,00%	560
Couverture des plans d'attributions gratuites d'actions à des salariés et/ou mandataires sociaux	547 461	327 147	238 620	635 988	2,84%	318
Total	1 718 053	410 313	338 678	1 789 688	7,98%	895

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 171 et dans l'annexe aux comptes sociaux page 218.

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 2019, 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 2019. 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. page 89).

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 131-132).

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 en complément des risques financiers spécifiques présentés dans l'annexe aux comptes consolidés. (Note 22, page 189)

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 163-199), 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.

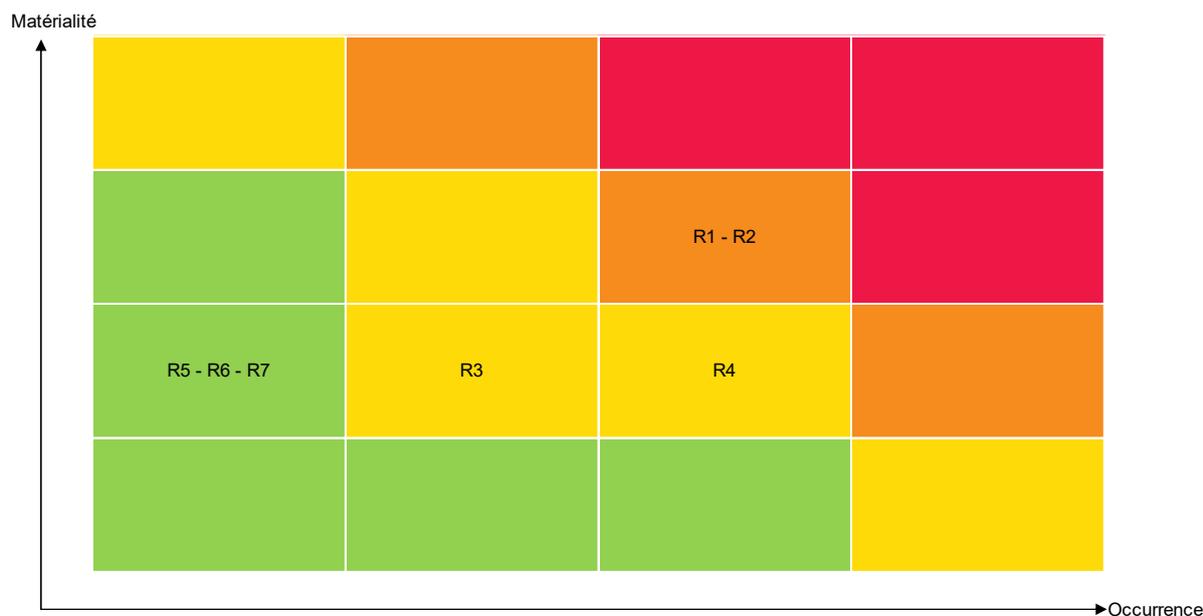
Enfin, les contextes interne et externe à la Société étant naturellement changeants tout au long de l'année, cette communication sur les risques donne nécessairement une vision de ces derniers à un instant donné. D'autres risques ou incertitudes dont la Société n'a pas connaissance, ou qui sont actuellement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

Hormis de nouveaux risques liés à l'épidémie de COVID-19 survenue début 2020 et qui font l'objet d'un paragraphe spécifique après la « Synthèse des risques », la Société n'identifie pas, à ce jour, d'autre 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 autres que ceux identifiés ci-après.

Synthèse des risques (avant COVID-19)

Code	Nom du risque	Impact net (1)	Tendance	N° de page
R1	Risques liés à l'innovation et à l'utilisation de nouvelles technologies	Significatif	≈	82
R2	Risques informatiques	Significatif	↗	82-83
R3	Risques liés au secteur de la communication, de la grande distribution et de la grande consommation	Modéré	≈	83
R4	Risques liés aux ressources humaines	Modéré	↗	84
R5	Risques liés aux acquisitions	Faible	↘	84
R6	Risques liés à la mise en œuvre de techniques promotionnelles	Faible	≈	84-85
R7	Risques à l'égard des clients et fournisseurs	Faible	≈	85

(1) Risque résiduel après mise en œuvre des moyens de préventions.



Risques liés à l'innovation et à l'utilisation de nouvelles technologies (R1)

Identification

- Avec la digitalisation rapide, le renforcement des activités de ciblage et de personnalisation (priorités stratégiques du Groupe) et le *Big data*, risque d'inadéquation entre les nouvelles offres marketing, les nouveaux outils support et les attentes des marques et des consommateurs.
- Perte et altération de données.
- Erreur / fraude sur l'activité de micro-paiement par SMS.
- En raison du développement des activités digitales, importance accrue des règles visant la protection des nouvelles technologies : développements informatiques, base de données, applications mobiles, logiciels, etc.

Analyse

- Fragilisation des *business models*, atteinte à l'image du Groupe, perte de parts de marché et/ou de budgets (marge brute).
- 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.
- Mauvaise gestion des activités de micro-paiement qui atteindrait négativement la réputation du Groupe.
- Anticipation insuffisante ou mauvaise application des règles juridiques propres aux activités digitales, notamment au *Big data*.
- 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.

Traitement

- Sensibilisation, formations et préconisations régulières des équipes opérationnelles dédiées.
- Mesures de sécurité renforcées pour assurer l'intégrité des données (cf. risque informatique).
- Renforcement du suivi des traitements de données personnelles et des procédures en conformité avec le RGPD.
- Poursuite du renforcement des process internes sur l'activité de micro-paiement (recrutement dédié et missions spécifiques des fonctions support du Groupe).

Risques informatiques (R2)

Identification

- 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.
- Avarie matérielle, erreur humaine, cyberattaque, etc.
- Hausse des volumes des données traitées supportées par les infrastructures informatiques du Groupe.
- Augmentation potentielle des failles de sécurité dans les systèmes d'information
- Importance 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.
- Obsolescence de certains outils (logiciels/systèmes) dont dépendent fortement certaines activités du Groupe.
- Réglementation en pleine mutation sur l'économie numérique autour du Big Data, notamment sur les données personnelles (RGPD) et les cookies.

Analyse

- Interruption des services hébergés pour le compte de ses clients.
- Non-respect des engagements contractuels vis-à-vis de ses clients (disponibilité, garantie de temps de rétablissement, protection des données).
- Défaillance de l'informatique / technique 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.
- Pertes, vols et altérations de données.
- Risques de sanctions, civiles, pénales ou administratives, renforcées récemment dans certains domaines (données personnelles, réglementation boursière, LCB-FT, etc.).

RAPPORT DE GESTION SOCIAL ET CONSOLIDÉ

Traitement

- La direction informatique centralisée définit, avec l'aide de la direction générale, sa Politique Générale de Sécurité des Systèmes d'Information (PGSSI) et des procédures portant notamment sur :
 - les stratégies de sécurité physique d'accès aux bâtiments ;
 - les accès aux données ;
 - la sécurisation des accès de et vers Internet ;
 - les achats des matériels et logiciels ;
 - la sauvegarde et l'archivage ;
 - la gestion des infrastructures techniques.
- Formation / transfert de compétence au sein des équipes pour maintien opérationnel des nouveaux outils.
- Mesures renforcées sur les données, et notamment :
 - centralisation de la gestion des droits d'accès via un outil dédié et audité régulièrement ;
 - sauvegardes des données sur bandes, sur disques ou sur site distant en fonction de la criticité des données ;
 - archivage des données dans des lieux sécurisés, en double et sur différents supports ;
 - prise en compte du RGPD dans tous les projets (« *Privacy by design* ») et les traitements des données.
- Plan de reprise informatique avec réplication des machines virtuelles entre les différents sites et test de reprise d'activité.
- Accompagnement, le cas échéant, par un expert certifié ANSSI en France.
- Plan d'audit informatique : audit externe informatique annuel d'une ou plusieurs filiales. Contrôles annuels par les commissaires aux comptes des systèmes d'information qui supportent la production des données financières. Audits par certains clients.
- Souscription d'une police d'assurance cyber-fraude.
- Réécriture des outils en voie d'obsolescence.
- Outils de gestion des infrastructures dédiés.
- Mise en place de plateformes informatiques permettant de répondre à des demandes croissantes de performance.
- Mise en place d'une gouvernance pour assurer la conformité du Groupe au RGPD labellisée CNIL composé d'un Délégué à la Protection des Données (ou « DPO ») et de référents par entité. Recours à des cabinets de conseil spécialisés.

Risques liés au secteur de la communication, de la grande distribution et de la grande consommation (R3)

Identification

- Guerre des prix dans la grande distribution, secteur majeur pour HighCo.
- Transformation des usages des consommateurs liée à la forte utilisation des nouveaux outils numériques.
- Rapprochements, fusions, alliances affectant les annonceurs et les distributeurs.
- Evolutions liées au secteur d'activité, en particulier la coopération commerciale et l'achat médias.
- Internalisation de certaines prestations par les distributeurs.
- Instabilité du cadre réglementaire.

Analyse

- Baisse des budgets de communication et de coopération commerciale confiés.
- Avec les nouvelles technologies : bouleversement des schémas et des relations traditionnels nécessitant des adaptations très rapides de la part des différents acteurs.
- Synergies de coûts engendrées par le rapprochement des acteurs impactant négativement les budgets alloués.
- Contrôles de l'administration avec risques de sanctions, en particulier sur la coopération commerciale.
- Perte de revenus sur prestations internalisées.

Traitement

- Flexibilité du Groupe sur ses coûts lui permettant de s'adapter rapidement.
- 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.
- Anticipation des évolutions par une veille sectorielle et juridique afin de saisir de nouvelles opportunités.
- Diversification du portefeuille clients (GSS, pharmacies, GSB, banques et assurances).
- Développement de solutions innovantes à forte valeur ajoutée.

Risques liés aux ressources humaines (R4)

Identification

- Difficulté à recruter et fidéliser des experts métiers, en particulier dans les métiers de l'informatique et de la *data*.

Analyse

- Difficulté à répondre à certains besoins de nos clients.
- Perte d'excellence opérationnelle et d'innovation, et absence d'anticipation des besoins ayant pour conséquence une baisse du niveau de satisfaction du client sur la prestation réalisée.

Traitement

- Cellule de recrutement dédiée en France.
- Mise en place d'*incentives* internes pour favoriser le recrutement en France et amélioration du bien-être au travail.
- Recours à des prestataires, le cas échéant.
- Flexibilité et adaptation du temps de travail des collaborateurs / Télétravail.
- Accompagnement dans la mobilité géographique.

Risques liés aux acquisitions (R5)

Identification

- Risques dans le choix de la cible, son évaluation et sa pertinence stratégique.
- Après acquisition, risque d'intégration insuffisante de la société acquise et de son équipe dirigeante, ou difficulté à réaliser les synergies attendues.

Analyse

- 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.

Traitement

- 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.
- Après acquisition, nouvelle gouvernance, reporting mensuel, actions d'intégration de l'entité, de ses collaborateurs et action d'adhésion à la stratégie du Groupe.

Risques liés à la mise en œuvre de techniques promotionnelles (R6)

Identification

- Destructures, 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).
- Défaillances, erreurs, fraudes liées à la mise en œuvre de techniques promotionnelles.
- Réglementation encadrant la promotion et la publicité.

Analyse

- 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.
- Décrédibilisation d'un support promotionnel sur un marché et incidences négatives sur l'activité de HighCo.
- Certaines opérations promotionnelles dans l'alimentaire n'étant plus licites, d'autres suscitant des interrogations et des incertitudes quant à leur légalité, diminution des budgets d'opérations confiés par les distributeurs et les annonceurs dans l'alimentaire.

Traitement

- Bilan régulier des risques et des couvertures assurantielles effectué en France et en Belgique.

- Mise en place de procédures spécifiques sur les activités sensibles.
- Mise en place de nouvelles mécaniques promotionnelles. Conseil / Accompagnement des clients. Renforcement de mécaniques existantes non affectées par les dernières évolutions réglementaires. Développement de promotions dans les secteurs non alimentaires.

Risques à l'égard des clients et fournisseurs (R7)

Identification

- Risque de dépendance clients : nombre d'acteurs limité dans le secteur de la grande distribution.
- Risque à l'égard des fournisseurs et des prestataires sous-traitants : intervention de nombreux prestataires externes et sous-traitants (travaux graphiques et d'exécution, imprimeurs, transporteurs, espaces publicitaires *offline* et *online*, etc.) ; existence de liens forts avec les opérateurs de télécommunications notamment pour les activités liées aux SMS ; sous-traitance d'une partie importante de ses activités de comptage (activités DATA) à un groupe spécialisé dans le traitement externalisé de flux documentaires, disposant d'un centre de traitement au Maroc.

Analyse

- Toute réduction importante ou perte de budgets pourrait avoir un impact négatif sur l'activité du Groupe : sur l'exercice 2019, les cinq et dix premiers clients représentent respectivement 19 % et 30 % de la marge brute du Groupe, contre respectivement 20 % et 29 % en 2018.
- Non-conformité des prestations sous-traitées 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.
- Incohérence, voire désaccord, sur les flux de SMS transmis par les opérateurs de télécommunications.
- Défaillances de prestataires plus importantes en période de crise économique, sanitaire, voire, dans certains pays, politique.
- Sur l'exercice 2019, les cinq et dix premiers fournisseurs et sous-traitants représentent respectivement 22 % et 34 % des achats consommés et charges externes du Groupe, contre respectivement 23 % et 36 % en 2018.

Traitement

- Le Groupe diversifie son offre commerciale pour réduire le risque de dépendance clients, en misant sur la qualité de ses relations avec les principaux d'entre eux ; la diversification orientée vers d'autres réseaux de distribution, en particulier le non-alimentaire, est aussi un moyen d'éviter ce risque.
- 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).
- Décompte précis des SMS enregistrés quotidiennement grâce à un outil informatique développé en interne ; réconciliation mensuelle avec les opérateurs de télécommunications.
- 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.

Par ailleurs, pour une période couvrant les 12 derniers mois précédant la date d'établissement du présent document, il n'existe pas de procédure administrative, judiciaire ou d'arbitrage, y compris les procédures en cours ou menaces de procédures dont l'émetteur a connaissance, qui pourrait avoir ou a eu récemment des effets significatifs sur la situation financière ou la rentabilité de l'émetteur et/ou du groupe.

Nouveaux risques liés à l'épidémie de COVID-19

Au-delà des risques identifiés ci-avant, de nouveaux risques liés à l'épidémie de COVID-19 sont apparus début 2020.

Cette épidémie, identifiée en Chine fin 2019, a d'abord été qualifiée, fin janvier 2020, « d'urgence de santé publique de portée internationale » par l'OMS avant d'être classée en « pandémie » mi-mars 2020.

Dès lors, dans les différents pays confrontés à cette épidémie, les pouvoirs publics ont pris des mesures sanitaires (interdictions de rassemblement, restrictions de déplacement, confinement, etc.) et économiques, notamment avec la fermeture de certaines activités. En France, où le Groupe a réalisé 75,1 % de sa marge brute en 2019, ces mesures ont d'ailleurs été adoptées avec la promulgation de l'état d'urgence sanitaire.

Ces mesures ont un impact significatif sur l'économie globale, notamment sur la consommation des ménages, et donc sur les activités et la santé financière des clients du Groupe, marques et distributeurs. En effet, le Groupe constate que l'épidémie a des impacts significatifs sur ses activités suite à :

- la fermeture des grandes surfaces spécialisées (GSS) ;
- une diminution des promotions et le report ou l'annulation des temps forts d'enseignes alimentaires impactant les activités drive to store ;
- un accès aux magasins alimentaires rendu difficile pour les merchandisers et l'arrêt des prestations d'impression, limitant les activités in-store ;
- la saturation des sites de drive entraînant une forte baisse des *display media*, limitant certaines activités digitales.

Dans ce contexte sanitaire actuel incertain et sans précédent lié à l'épidémie de COVID-19, HighCo anticipe, à date, en termes d'activité (MB) :

- un T1 2020 en retrait, malgré une situation à fin février conforme au budget et en légère croissance ;
- un T2 2020 fortement impacté, avec un risque de repli significatif.

Face à cette crise sanitaire, le Groupe met en place des mesures appropriées pour maintenir autant qu'il est possible ses activités, pour protéger ses employés, pour répondre aux besoins de ses clients et remplir ses obligations à l'égard de ses autres parties prenantes (fournisseurs, banques, actionnaires, etc.).

Ces mesures sont les suivantes :

- **Collaborateurs**

HighCo prend toutes les mesures nécessaires pour limiter les effets de l'épidémie sur ses collaborateurs :

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

- **Activités**

Une organisation ad hoc est, le cas échéant, mise en place dans chaque filiale pour continuer à accompagner au mieux ses clients

- **Trésorerie**

Le Groupe utilise, le cas échéant, les mesures de préservation de la trésorerie suivantes :

- recours aux dispositifs gouvernementaux mis à sa disposition afin de réduire l'impact de la situation (report du paiement des charges fiscales et sociales, chômage partiel, prêts garantis par l'Etat, etc.) ;
- suspension du programme de rachats d'actions ;
- suspension des investissements non prioritaires (CAPEX) ;
- proposition à l'assemblée générale de suspension de versement de dividendes.

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 comptable et financière est uniformisé pour l'ensemble du Groupe par :

- une direction financière Groupe qui centralise l'information comptable et financière transmise par les filiales. Elle regroupe notamment les fonctions consolidation, contrôle interne, trésorerie et fiscale.
- des équipes comptables et financières dans les principales zones d'implantation, composée de directions financières opérationnelles, d'équipes comptables et de contrôleurs de gestion.

Cette organisation permet principalement :

- 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 ;
- 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.

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*. En novembre, les budgets pour l'année suivante sont présentés au Directoire par les responsables opérationnels de chaque business unit. De décembre à janvier, le budget consolidé est présenté par le Directoire 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 FC.

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 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).

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 FC 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 annuelles et semestrielles 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 auditée 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 FC, qui restitue, entre autres, les principaux indicateurs du Groupe au format IFRS (CA et Résultat Opérationnel) ou les indicateurs alternatifs de performance clés (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 FC. 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. 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 Groupe.

Les outils comptables

Plusieurs logiciels standards de tenue de la comptabilité coexistent au sein du Groupe en fonction des besoins spécifiques et du pays.

Par ailleurs, depuis 2017, les filiales françaises utilisent 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.

A noter qu'à l'exception de la filiale italienne, les comptes des filiales internationales sont annuellement certifiés par des Commissaires aux comptes locaux recevant des instructions d'audit des Commissaires aux comptes du Groupe, permettant ainsi une pré-validation des liasses de consolidation avant la publication des états financiers consolidés.

TRAVAUX RÉALISÉS EN 2019 ET PLANIFIÉS POUR LES EXERCICES SUIVANTS

Lors de sa séance de novembre 2019, le Comité d'audit a principalement axé ses travaux sur :

- l'analyse des principaux risques et leur évolution ;

- l'analyse spécifique des principaux risques informatiques et le plan d'amélioration continue des systèmes d'information ;
- la mise à jour des procédures de contrôle interne ;
- la revue des obligations et informations liées à la RSE ;
- le dispositif anti-corruption ;
- la mission des commissaires aux comptes ;
- l'impact des 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 2019.

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 ;
- 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'appuie sur les travaux des Commissaires aux comptes et s'oriente progressivement vers 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 90-110).

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, l'audit des flux liés à l'application de traitement des bons de réduction et l'audit d'un autre système « métier ». En 2019, ce dernier a porté sur l'approfondissement de la compréhension des flux de l'outil de dématérialisation des factures fournisseurs mis en place en 2017.

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 à chaque évolution réglementaire obligatoire. Ces outils sont, le cas échéant, 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.

REPORTING RSE INCLUANT LA DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Historique de la démarche RSE chez HighCo

Depuis plus de 10 ans, le Groupe HighCo est engagé dans une démarche visant à mettre en place une stratégie RSE (Responsabilité Sociétale d'Entreprise) cohérente avec ses enjeux stratégiques et les attentes de ses parties prenantes. Cette démarche doit permettre de mieux anticiper, *in fine*, les attentes de nos collaborateurs et des consommateurs, toujours plus attentifs à l'amélioration de la Société et de son environnement, tout en intégrant les évolutions réglementaires relatives aux obligations de transparence des entreprises en matière sociale, sociétale et environnementale.

Pour cela, les problématiques RSE sont notamment abordées en Comité d'audit. L'objectif reste de suivre les grandes orientations RSE du Groupe, vérifier la mise en place d'une stratégie adéquate, puis s'assurer que le Directoire la pilote à court et moyen termes au moyen d'indicateurs clés de performance pertinents.

L'appartenance à l'indice Gaïa pour la 10^{ème} année consécutive récompense durablement les efforts continus du Groupe en termes de transparence et d'efficacité sur sa stratégie RSE. Créé en 2009, l'indice Gaïa est basé sur 230 PME-ETI cotées françaises respectant des critères de taille et de liquidité, et sélectionnées sur leur transparence et leur performance ESG : Environnement, Social et Gouvernance. Chaque année, les 70 meilleures sociétés de ce panel sont retenues pour constituer l'indice Gaïa. La campagne d'évaluation 2019 confirme la présence d'HighCo au sein de cet indice.



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

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

Référentiel et principes méthodologiques

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 268-269.

Depuis plusieurs années, le Groupe présente une information RSE selon le référentiel réglementaire français.

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

Les informations RSE ont donc été organisées en :

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

Suivi des indicateurs RSE

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

Analyse des risques RSE

Une analyse des risques par catégories d'informations (sociale, sociétale, environnementale, respect des droits de l'Homme et lutte contre la corruption et l'évasion fiscale) a été effectuée. Cette analyse a mis en évidence l'absence de risques significatifs environnementaux, relatifs au respect des droits de l'Homme, et à la lutte contre la corruption et l'évasion fiscale.

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

Identification	Analyse	Traitement	Indicateurs clés de performance
Risque liés aux recrutements et à la non rétention des talents	<ul style="list-style-type: none"> Absence de réponses à certains besoins des clients Perte d'excellence opérationnelle et d'innovation, et absence d'anticipation des besoins ayant pour conséquence une baisse du niveau de satisfaction du client sur les prestations réalisées 	<ul style="list-style-type: none"> Cellule de recrutement dédiée en France Mise en place d'<i>incentives</i> internes pour favoriser le recrutement en France et l'amélioration du bien-être au travail Flexibilité et adaptation du temps de travail des collaborateurs / télétravail Accompagnement dans la mobilité géographique 	<ul style="list-style-type: none"> Ancienneté moyenne Taux d'absentéisme spécifique (1)
Risque de perte du niveau de compétence des collaborateurs	<ul style="list-style-type: none"> Baisse du niveau de satisfaction de ses parties prenantes, en particulier des clients 	<ul style="list-style-type: none"> Mise en place de formations internes obligatoires et non obligatoires Budgets formations dédiés 	<ul style="list-style-type: none"> Taux de collaborateurs ayant reçu au moins une formation au cours de l'année
Risque de dégradation de l'image du Groupe et/ou de sanctions suite à l'utilisation de données consommateurs traitées pour nos clients	<ul style="list-style-type: none"> 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 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 Risques de sanctions, civiles, pénales ou administratives, renforcées récemment dans certains domaines (données personnelles, réglementation boursière, LCB-FT, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> Collaboration renforcée entre les services juridique et informatique internes : mise en place d'une gouvernance RGPD, labellisée CNIL, attestant que les procédures Groupe contiennent des engagements en matière de protection des données personnelles Mesures de sécurité renforcées pour assurer l'intégrité des données. Renforcement du suivi des traitements de données personnelles et des procédures en conformité avec le RGPD Mesures sur les données : <ul style="list-style-type: none"> centralisation de la gestion des droits d'accès via un outil dédié et audité régulièrement ; sauvegardes des données sur bandes, sur disques ou sur site distant en fonction de la criticité des données ; archivage des données dans des lieux sécurisés, en double et sur différents supports ; dispositions spécifiques sur les données personnelles prises dans le cadre de la réglementation (RGPD) Sensibilisation, formations et préconisations régulières par le service juridique des équipes opérationnelles. 	<ul style="list-style-type: none"> Taux de demandes de droits des personnes traitées

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

Le Groupe applique des politiques portées par le Directoire et met en œuvre des procédures de diligence raisonnable pour prévenir, identifier et atténuer la survenance de ces risques.

Les objectifs que le Groupe s'est fixés pour chacun des risques, suivis à l'aide d'indicateurs clés de performance, peuvent être amenés à évoluer une fois atteints durablement.

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

Suivi des indicateurs clés de performance

Récapitulatif des objectifs RSE	2018	2019	Objectif
Ancienneté moyenne	6,8 ans	7,2 ans	≥ 8 ans
Taux d'absentéisme spécifique	4,1%	3,2%	≤ 4,0%
Taux de collaborateurs ayant reçu au moins une formation au cours de l'année	41,1%	47,2%	≥ 50,0%
Taux de demandes de droits des personnes traitées	100%	100%	100%

Périmètre géographique du reporting RSE

Le périmètre du reporting RSE se base sur le périmètre de consolidation au 31 décembre 2019, présenté dans les annexes aux états financiers consolidés (page 167). Des règles d'exclusion ont été définies :

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

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

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

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

MODELE D'AFFAIRES

Notre modèle de création de valeur

Humaines

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

- 764 collaborateurs dont 73% en France et 25% en Belgique.
- Parité hommes-femmes : 60% femmes et 40% hommes
- Moyenne d'âge : 38 ans

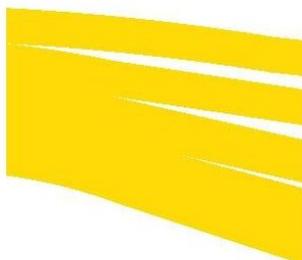


La vision humaine et managériale du Groupe : faire grandir les collaborateurs, les rendre autonomes et leur permettre de contribuer, en mode collaboratif, à des projets structurants.

- 223 collaborateurs recrutés en 2019 dont 65 % en CDI
- 47 % des collaborateurs en CDI ont reçu une formation en 2019
- Des collaborateurs fidèles : 7 années d'ancienneté moyenne

Financières

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

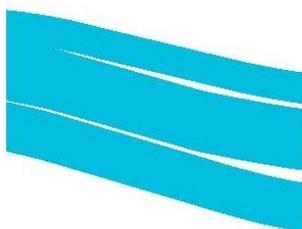


7^{ème} année consécutive de croissance d'activité

- 95,22 M€ de Marge Brute (+4,6% PCC)
- Croissance des activités digitales (+7,8% PCC)
- Augmentation de la marge opérationnelle ajustée (+20bps)
- 3,3 M€ de dividendes versés aux actionnaires du Groupe et 1,8 M€ de rachat d'actions

Outils de production

- Nos algorithmes
- Nos centres de traitement et de gestion
- Nos entrepôts logistiques
- Notre plateforme promotionnelle

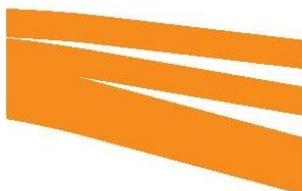


Des outils de production pour :

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

Sociales et sociétales

- Fonds de dotation HighCo pour Entreprendre



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

- Accompagnement financier et mécénat de compétences d'un porteur de projet sur Aix-Marseille, territoire d'origine du Groupe
- Dotations à des associations

Notre mission

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

Nos valeurs

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

Innovation

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

Performance

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

Passion

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

Respect

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

Notre offre

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



Stratégie marketing

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

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

Expérience clients

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

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

Data Marketing

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

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

Campagnes d'activation

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

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

Nos filiales expertes de leurs métiers

CapitalData *HighCo Benelux* *HighCo Box*

HighCo Data *HighCo Mediacosmos*

HighCo Mindoza *HighCo Shopper* *HighCo Spain*

Useradgents *High Connexion* *HighCo Editing*

Nos clients

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

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

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

Marques



Distributeurs



Évolution du marché et stratégie HighCo

Évolution du marché

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

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

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

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

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

Stratégie HighCo

Dans ce contexte, HighCo poursuit sa stratégie de développement autour de la data et du mobile, pour continuer à couvrir une grande partie des problématiques marketing et communication, et ainsi conserver une place d'acteur majeur sur le marché. A travers ses innovations et ses acquisitions, le Groupe aide ses clients à répondre aux nouveaux enjeux du commerce.

INFORMATIONS SOCIALES

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

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

Au-delà de cette politique, le Groupe s'efforce de faire grandir au quotidien ses collaborateurs, de les rendre autonomes et de leur permettre de contribuer, de manière collaborative, à des projets structurants. C'est pour cette raison qu'a été initié le projet « NEXT » en 2018. A fin 2019, ce projet se décompose en 6 chantiers sur lesquels les collaborateurs peuvent proposer leurs idées.

Emploi

Les effectifs présentés ci-après ne tiennent pas compte de l'activité spécifique d'animation commerciale et de merchandising en Belgique (correspondant à 43 équivalents temps plein en 2019, contre 37 en 2018).

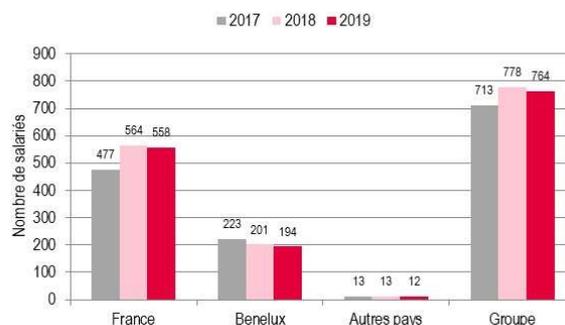
Évolution des effectifs

Effectifs au 31/12/2017	713
Acquisitions de filiales ou d'activités (CDI et CDD)	+ 51
Entrées CDI	+ 135
Sorties CDI	- 141
Solde net CDI	- 6
Solde net CDD	+ 20
Effectifs au 31/12/2018	778
Acquisitions de filiales ou d'activités (CDI et CDD)	-
Entrées CDI	+ 146
Sorties CDI	- 141
Solde net CDI	+ 5
Solde net CDD	- 19
Effectifs au 31/12/2019	764

Fin 2019, le Groupe compte 764 collaborateurs, contre 778 fin 2018, soit une baisse de 1,8 %.

Pour rappel, en 2018, la variation sur les acquisitions de filiales correspondait à l'intégration de la société Useradgents et ses filiales.

Répartition par zone géographique



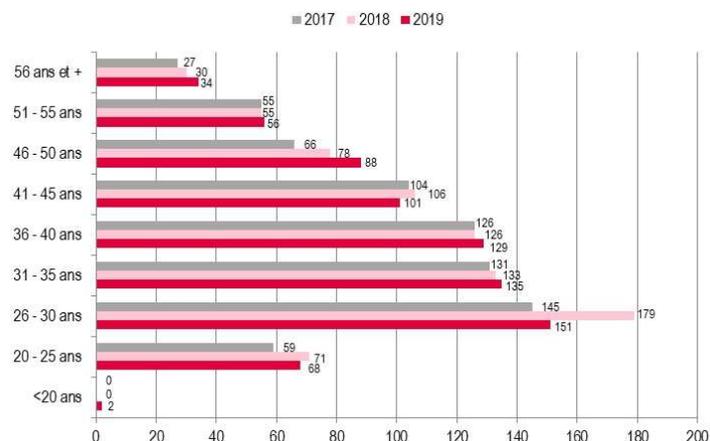
Fin 2019, la France compte 558 collaborateurs contre 564 à fin 2018, soit 73,0 % de l'effectif total du Groupe avec deux implantations principales, à Aix-en-Provence et à Paris, et une filiale en région lyonnaise.

L'international représente 27,0 % des effectifs à fin 2019 avec 206 collaborateurs, contre 214 à fin 2018, répartis dans 4 pays : Belgique, Espagne, Luxembourg et Italie (par ordre d'importance).

Par ailleurs, lorsque c'est possible, le Groupe favorise la mobilité géographique de ses collaborateurs.

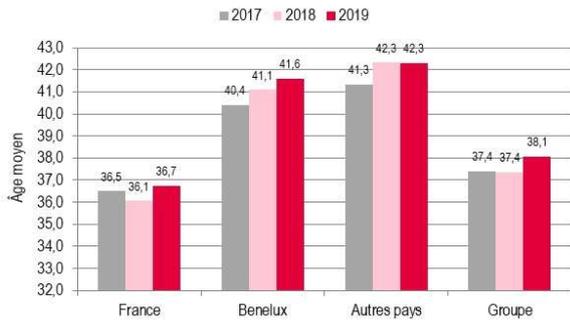
Répartition par âge

Pyramide des âges



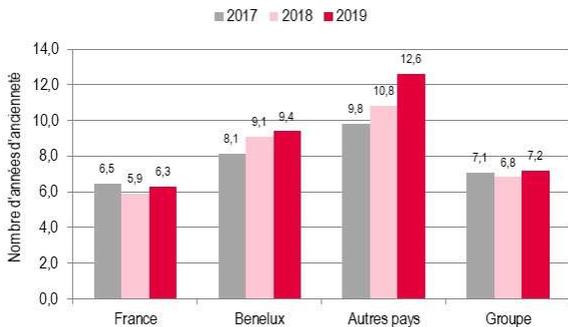
La répartition des effectifs par âge reste relativement stable. La part des moins de 35 ans représente près de la moitié des effectifs du Groupe, reflet d'une mutation digitale réussie.

Évolution de l'âge moyen par zone géographique



Fin 2019, l'âge moyen des salariés du Groupe est de 38,1 ans, en légère hausse par rapport à fin 2018 (37,4 ans). Cette hausse est cohérente avec l'évolution de l'ancienneté décrite ci-après. En France, la moyenne d'âge est inférieure à celle des autres zones géographiques de par la présence plus forte de profils digitaux généralement plus jeunes (63,9 % de l'activité dans le Digital en 2019).

Évolution de l'ancienneté moyenne par zone géographique



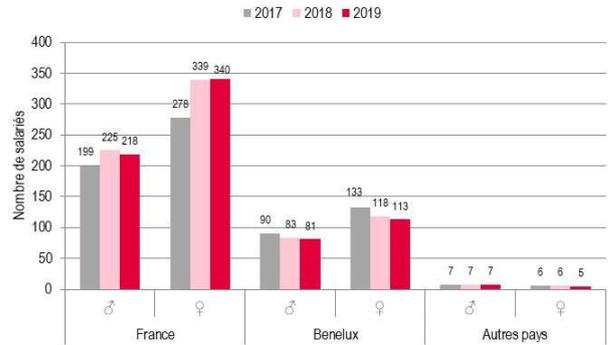
L'ancienneté moyenne est en légère hausse par rapport à fin 2019, passant de 6,8 ans à 7,2 ans mais reste relativement stable sur les dernières années.

Ancienneté moyenne
2018 : 6,8 ans
2019 : 7,2 ans



Objectif moyen-terme
≥ 8 ans

Répartition par sexe



La répartition par sexe est stable dans le temps. Les collaboratrices restent majoritaires dans le Groupe et représentent 59,9 % de l'effectif à fin 2019, contre 59,5 % à fin 2018. Cette majorité de femmes se retrouve dans les deux principales zones géographiques du Groupe : la France (60,9 %) et le Benelux (58,2 %).

Rémunérations

Salaires et charges sociales

Le niveau et la structure des rémunérations du Groupe dépendent largement du niveau de compétence, de formation, de responsabilité et de performance de chaque collaborateur. La rémunération est composée d'une part fixe et, pour certaines fonctions, principalement commerciales, d'une part variable.

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

- Groupe

En M€	2019	2018	Variation 2019/2018
Salaires et traitements	36,64	33,19	+ 10,4%
Charges sociales	15,12	13,82	+9,5%
Taux de charges sociales	41,3%	41,6%	-30 bps

La hausse de la masse salariale (salaires et traitements) de 10,4 % s'explique principalement par la prise en compte de Useradgents sur une année pleine en 2019. Cette variation est également cohérente avec les évolutions de l'activité par zone géographique, puisque la masse salariale augmente de 13,6 % en France avec une marge brute en croissance de 10,6% (données publiées), et de 1,4 % au Benelux avec une marge brute en hausse de 3,7%.

• France

En M€	2019	2018	Variation 2019/2018
Salaires et traitements	27,56	24,26	+13,6%
Charges sociales	11,91	10,58	+12,6%
Taux de charges sociales	43,2%	43,6%	-40 bps

• Benelux

En M€	2019	2018	Variation 2019/2018
Salaires et traitements	8,50	8,38	+1,4%
Charges sociales	3,03	3,07	-1,2%
Taux de charges sociales	35,7%	36,6%	-90 bps

• Autres pays

En M€	2019	2018	Variation 2019/2018
Salaires et traitements	0,57	0,55	+5,2%
Charges sociales	0,18	0,17	+7,5%
Taux de charges sociales	31,0%	30,3%	+70 bps

Intéressement

Les accords d'intéressement ne sont en vigueur qu'en France, historiquement au sein des sociétés HighCo, HighCo MINDOZA 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 2019 s'élève à 283 K€ et concerne 86 collaborateurs, contre 289 K€ pour 78 collaborateurs en 2018.

Participation

Au titre de l'exercice 2019, le Groupe a provisionné un montant de réserve spéciale de participation de 617 K€ concernant 245 collaborateurs de sa filiale HighCo DATA France. Elle s'élevait à 650 K€ pour 210 collaborateurs en 2018.

Plan d'épargne d'entreprise

Les salariés des sociétés HighCo, HighCo MINDOZA, HighCo EDITING et HighCo DATA France peuvent adhérer à des plans d'épargne d'entreprise. Ces plans peuvent recevoir, dans la limite du quart de la rémunération du salarié, les sommes provenant de l'intéressement 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 différents en fonction du profil du collaborateur (risque et rendement).

Parmi eux, le FCPE Actionnariat HighCo permet aux salariés de HighCo, HighCo MINDOZA et HighCo EDITING d'investir en actions HighCo (HCO). À ce titre, les salariés et anciens

salariés détiennent 68 013 actions HighCo (0,3 % du capital) au 31 décembre 2019 contre 59 980 actions HighCo (0,3 % du capital) au 31 décembre 2018. L'entreprise participe à l'effort des salariés par la prise en charge des frais de gestion.

Plan d'attribution gratuite d'actions

Pour rappel, en 2016, souhaitant fidéliser les collaborateurs qui avaient permis d'atteindre les très bonnes performances sur la période 2014 à 2016, le Directoire du Groupe avait décidé d'attribuer gratuitement des actions HighCo à plus de 400 salariés. Ainsi, en 2017, ces actions ont définitivement été acquises par 380 collaborateurs respectant la condition de présence obligatoire. En 2018, ces actions sont devenues disponibles pour les 380 collaborateurs concernés.

Organisation du travail

Organisation du temps de travail

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

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

Au global, le nombre d'heures travaillées sur 2019 s'est élevé à 1,43 millions d'heures, contre 1,38 millions d'heures en 2018, soit une hausse de 4,1 %. Cette hausse est cohérente avec la prise en compte des heures des collaborateurs de Useragents en 2019 sur une année pleine des effectifs et dans une moindre mesure l'évolution du niveau d'activité (+8,7 % à données publiées).

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

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

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

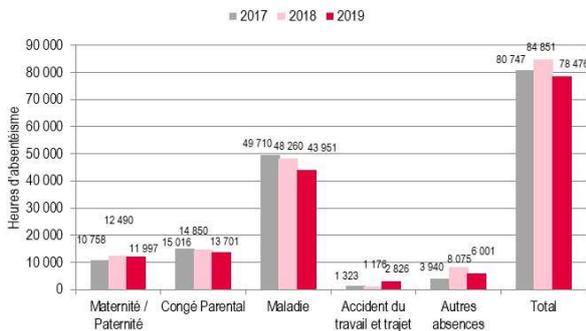
En Belgique, dans le cadre d'accords collectifs négociés, le temps de travail a été porté, selon les entités, et pour les « employés » uniquement, à 40 heures hebdomadaires en contrepartie d'un jour de congé supplémentaire par mois, ou à

39 heures en contrepartie d'un jour de congé supplémentaire tous les deux mois. De plus, la plupart des employés bénéficient d'horaires dits « flottants », offrant plus de flexibilité sur les heures d'arrivée et de départ.

Dans les autres pays d'implantation du Groupe, il n'existe pas de mécanismes d'aménagement du temps de travail.

Absentéisme

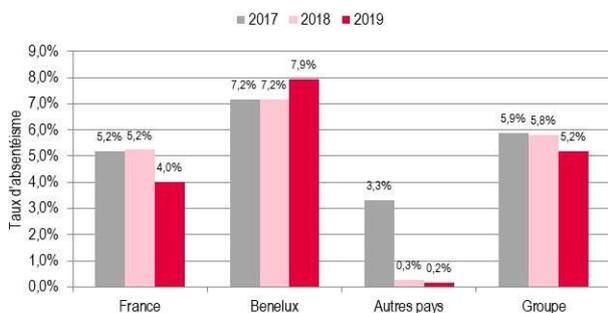
Nombre d'heures d'absentéisme par motif



Alors que le nombre d'heures travaillées a augmenté de 4,1 % entre 2018 et 2019, le nombre d'heures d'absence a, lui, diminué de 7,5 %. Cette diminution s'explique principalement par une baisse des heures d'absence liées aux maladies (- 8,9 %). Par ailleurs, le nombre d'heures d'absence liées à des accidents du travail et de trajet a été multiplié par deux suite à quelques absences de longue durée (> 1 mois) en France et en Belgique. Les absences pour accident du travail ou de trajet demeurent néanmoins toujours faibles puisqu'il représente seulement 0,2 % du nombre total des heures travaillées.

Évolution du taux d'absentéisme par zone géographique

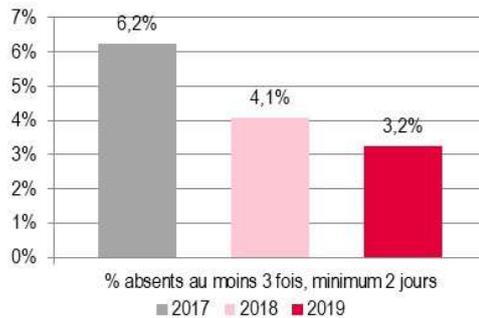
Le taux d'absentéisme est calculé en divisant le nombre d'heures d'absences par la somme des nombres d'heures travaillées et d'heures d'absences.



Ainsi, le taux d'absentéisme du Groupe, tous pays et motifs confondus, est en baisse de 60 points de base pour s'établir à 5,2 % contre 5,8 % en 2018. La baisse du taux d'absentéisme en France est la conséquence d'une diminution d'absence pour cause de maladie (- 27,1 %).

Évolution de la récurrence des absences

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



% d'absentéisme⁽¹⁾
 2018 : 4,1 %
 2019 : 3,2 %



Objectif moyen-terme
 ≤ 4,0 %

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

Si le Groupe a atteint dès 2019 l'objectif moyen terme qu'il s'était fixé, cet objectif reste pertinent afin de mesurer durablement les effets positifs des mesures mises en place pour lutter contre l'absentéisme.

Afin de lutter contre l'absentéisme, le Groupe met en place des actions favorisant le bien-être au travail en partie détaillées dans le paragraphe « Relations sociales » ci-après. L'aménagement des locaux fait également l'objet d'un suivi particulier afin d'améliorer régulièrement les conditions de travail. Le bâtiment parisien bénéficiera d'ailleurs à ce titre d'un réaménagement complet en 2020. Par ailleurs, les filiales belges ont mis en place un comité de prévention et de protection interne des collaborateurs, nommé « Wellbeing ». Ce comité organise différents workshops, diffuse des astuces « bien-être », réalise des enquêtes de satisfaction et procède à des analyses de risques liés aux accidents du travail.

Santé et sécurité

Conditions de santé et de sécurité au travail

Le Groupe exerce une activité de prestation de services qui génère peu de risques pour la santé et la sécurité de ses salariés. Ces activités sont effectuées dans des bureaux, situés dans des zones urbaines ou péri-urbaines, ce qui limite les dangers encourus. Les principaux risques sont les accidents de 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) construits il y a moins de dix ans. Il existe un Comité Social et Economique (CSE) en France, et, en Belgique, un Comité pour la Prévention et la Protection du Travail (CPPT) et un Service Interne pour la Protection et la Prévention du Travail (SIPPT). Les seules maladies professionnelles identifiées historiquement sont liées à la gestuelle répétée des opérateurs de saisie de HighCo DATA.

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

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

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

serait de 0,13. Ces indicateurs confirment la faible dangerosité à laquelle sont exposés les salariés au sein du Groupe.

Relations sociales

Organisation du dialogue social

En France, la société HighCo DATA est dotée d'un Comité Social et Economique (CSE). Pour rappel, le CSE a remplacé en 2018 les représentants élus du personnel dans l'entreprise. Il fusionne l'ensemble des instances représentatives du personnel (IRP), délégués du personnel (DP), comité d'entreprise (CE) et comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT).

Ce comité a reçu, au titre de 2019, une dotation d'un montant total de 33 K€, contre 27 K€ en 2018. Par ailleurs, la filiale Useradgents, intégrée en 2018, dispose de délégués du personnel se réunissant régulièrement.

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

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

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

Bilan des accords collectifs

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

En France, les principaux accords concernent des aménagements du temps de travail, des accords de rémunération collectifs et d'égalité entre les femmes et les hommes.

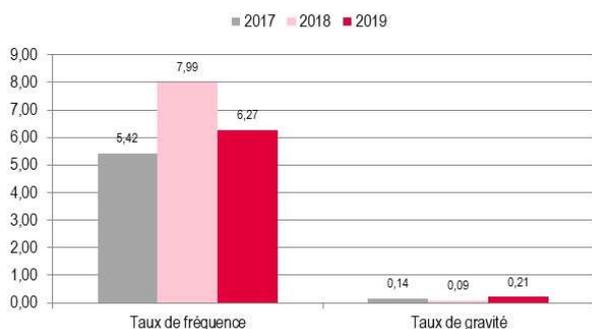
De plus, l'ensemble des collaborateurs français, quel que soit leur statut, bénéficie des mêmes régimes de mutuelle et de prévoyance, à l'exception des salariés de deux sociétés qui bénéficient d'une mutuelle et/ou d'une prévoyance différentes.

Au Benelux, le principal accord collectif concerne les aménagements du temps de travail décrits précédemment. Par ailleurs, il existe deux types d'assurances prises en charge par l'employeur : mutuelle et assurance vie/décès. Il existe également pour une filiale significative des accords sur l'égalité

Fréquence et gravité des accidents du travail

Le Groupe suit les taux de fréquence et de gravité des accidents du travail selon les modes de calcul suivants :

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



En 2019, le taux de fréquence d'accidents du travail s'affiche à 6,27 (contre 7,99 en 2018). Cette variation est directement liée à une légère diminution du nombre d'accidents du travail avec arrêt de courte durée (inférieur à une semaine d'arrêt). Le taux de gravité a en revanche augmenté pour s'afficher à 0,21 en 2019 (contre 0,09 en 2018). La hausse du taux de gravité entre 2018 et 2019 correspond à l'absence d'un collaborateur durant plusieurs mois suite à un arrêt de travail. Sans cet arrêt, le taux

de traitement homme et femmes et l'emploi des travailleurs seniors



Communication interne

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

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

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, les faits marquants de la semaine et des mises en avant de collaborateurs (talents, nouveaux arrivants, portraits, etc.).



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

Par ailleurs, depuis 2016, l'association sportive « Olympique HighCo » (OHC) permet, en partie grâce à une dotation financière du Groupe, aux collaborateurs de participer à des événements sportifs en organisant des sessions sportives, certaines encadrées, directement dans les locaux du Groupe ou à proximité : fitness, cardio boxing, yoga, escalade, VTT, randonnée pédestre, « urban foot », badminton, etc. Ainsi, en 2019, plus de 200 collaborateurs ont pu participer à des événements sportifs.

En 2019, et afin de renforcer la cohésion entre les différentes filiales du Groupe, l'association OHC a organisé la seconde édition des « HIGHCOLYMPIADES » intersites, en Belgique. Au-delà de partager un moment convivial, l'équipe vainqueur a reçu une dotation financière pour faire un don à une association à but non lucratif préalablement choisie. Par ailleurs, le Groupe et l'association OHC encouragent toutes initiatives sportives de la part des filiales. Par exemple, en 2019, et pour la deuxième année consécutive, certains collaborateurs de la filiale HighCo DATA ont participé à une course afin de récolter des fonds au profit de la recherche contre le cancer de la prostate.

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

- « Sharing & Learning », sur une base bimestrielle, politique d'échanges et de partages pour développer la culture digitale des collaborateurs au travers des rencontres avec des experts métiers et des échanges avec les parties prenantes ;
- « HighCo Lunch », plusieurs fois par an, déjeuner-débats auxquels peuvent s'inscrire les collaborateurs pour se voir présenter les activités et métiers du Groupe par des responsables de business unit, ou échanger sur des sujets de vie et de fonctionnement de l'entreprise ;
- « Welcome Morning », programme d'intégration des nouveaux entrants, associé aux « Welcome Lunch », déjeuner-débats pour les nouveaux collaborateurs ;
- « ZoomOn », réunions courtes et interactives pour aborder un sujet unique,
- « Scrum Meeting », réunions mensuelles en Belgique lancées en 2019, permettant aux collaborateurs de services différents d'apprendre à mieux se connaître.

Formation

La politique de formation des salariés et ses objectifs sont fixés par chaque entité en fonction des besoins identifiés ou des demandes des collaborateurs. La direction du Groupe n'impose pas une politique de formation standardisée, étant donné les spécificités de chaque site et la nécessaire flexibilité d'adaptation aux besoins identifiés localement. Cependant, les compétences des collaborateurs sont clés et doivent permettre de répondre de manière adéquate et durable aux besoins de nos parties prenantes, et plus particulièrement de nos clients.

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

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

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

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

2019	Personnes formées en CDI	Personnes formées en CDD	Nombre d'heures de formation	Montant investi (en K€)
France	253	5	4 223	164
Benelux	96	-	3 845	63
Autres pays	-	-	-	-
Total	349	5	8 067	228

2018	Personnes formées en CDI	Personnes formées en CDD	Nombre d'heures de formation	Montant investi (en K€)
France	199	3	4 838	212
Benelux	98	-	3 747	74
Autres pays	-	-	-	-
Total	297	3	8 585	286

Ce tableau appelle les commentaires suivants :

- les personnes formées sont des collaborateurs différents ayant reçu au moins une formation dans l'année ;
- en France, les données présentées incluent les formations issues du CPF (Compte Personnel de Formation) mais ne tiennent pas compte des heures provenant des formations internes ;
- au Benelux, les heures présentées incluent essentiellement des formations financées via un accord réglementaire valorisées à 45 K€ sur l'exercice.

Ainsi, sur cette base, en 2019, pour l'ensemble du Groupe, 8 067 heures de formations ont été dispensées à 354 collaborateurs différents, dont 349 collaborateurs en CDI.

En France, les formations suivies dans le cadre du CPF en 2019 ont représentées l'équivalent de 78 heures de formations pour 5 collaborateurs différents, pour un montant valorisé à 9 K€. En 2018, elles représentaient 1 925 heures pour 32 collaborateurs, valorisées à 65 K€. Cette forte diminution

s'explique par le fait qu'en 2018, le Groupe avait incité ses collaborateurs français à suivre des heures de formations d'anglais, auprès d'un organisme agréé et dans le cadre du CPF, avant que celles-ci n'expirent. La réglementation ayant évolué en 2019, les collaborateurs français n'ont désormais plus de date limite d'utilisation dans le cadre du CPF.

Ce budget représente ainsi 0,6 % de la masse salariale du Groupe en 2019.

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

2018 : 41,1 %

2019 : 47,2 %

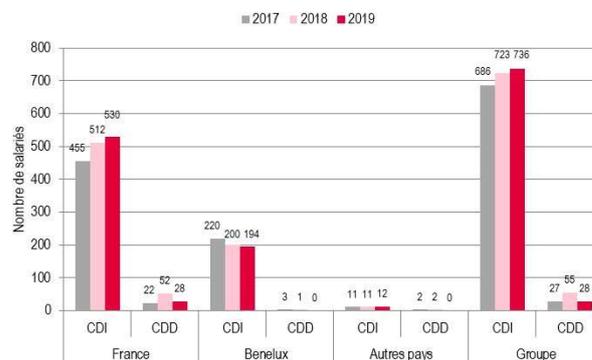


Objectif moyen-terme
≥ 50,0 %

⁽¹⁾ collaborateurs différents en CDI

Egalité de traitement

Évolution des effectifs par type de contrats

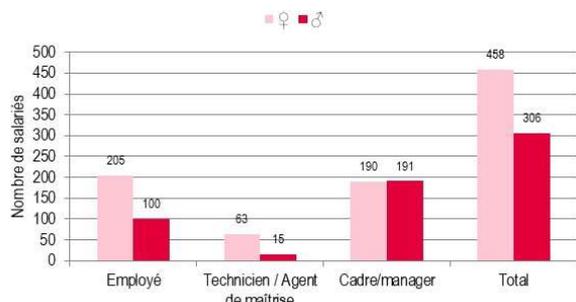


Le Groupe a généralement peu recours à des contrats à durée déterminée (CDD), ce qui s'explique par le besoin d'une main d'œuvre stable, qualifiée et expérimentée pour répondre aux attentes des clients. Néanmoins, pour certaines campagnes promotionnelles ponctuelles nécessitant plus de réactivité, le Groupe peut être amené à embaucher des CDD ou des travailleurs intérimaires. La baisse du nombre de CDD en France s'explique principalement par un besoin spécifique en fin d'année 2018 d'une filiale. La proportion de contrats à durée indéterminée est par conséquent en hausse, passant de 92,9 % à fin 2018 à 96,3 % à fin 2019.

Égalité professionnelle entre femmes et hommes

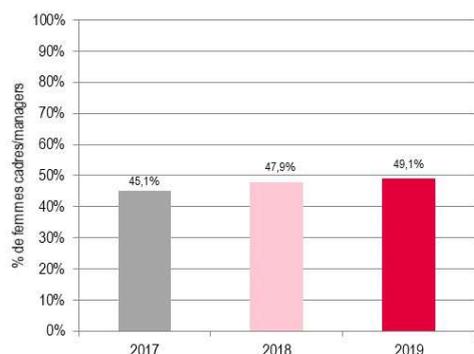
Le Groupe mène une politique d'égalité professionnelle en veillant à organiser équitablement et sans discrimination le recrutement, la gestion des carrières et le développement personnel des collaborateurs. En 2019, un accord d'entreprise sur l'égalité Homme Femmes a été signé par la société HighCo Data. Cet accord engage la société à assurer une véritable

mixité dans tous les secteurs et dans toutes les étapes de la vie professionnelle des salariés.



L'analyse des postes occupés en 2019 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 59,9 % du total de l'effectif à fin 2019.



L'équilibre au niveau des cadres/managers est quasiment atteint à fin 2019, puisque les femmes représentent désormais 49,1 % de cette catégorie, contre 47,9 % à fin 2018.

Au niveau de la gouvernance du Groupe :

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

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

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 2019 équivaut à l'emploi de 1,9 unité (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

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

Cette ligne de conduite s'est traduite, en 2012, par la rédaction et la diffusion d'une charte d'éthique auprès des collaborateurs, mise à jour en 2018. Cette charte, examinée par le Comité d'audit, rappelle en particulier que le Groupe rejette toute forme de discrimination, de harcèlement, d'intimidation ainsi que tout comportement et propos humiliant. Elle a été renforcée par l'adhésion, depuis 2014, au Global Compact. En France, le service de recrutement, chargé d'évaluer humainement et techniquement les candidats, est composé de trois personnes, sensibilisées à la lutte contre toute forme de discrimination et à la promotion de l'égalité des chances. À l'international, les responsables opérationnels recrutent directement leurs équipes, tant par candidatures spontanées que par l'intermédiaire de cabinets de recrutement. Les candidats à des postes de management sont présentés à la Direction du Groupe pour validation.

Actions en faveur des droits de l'Homme

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

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

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

Actions engagées pour prévenir la corruption

L'exemplarité et le respect font partie des valeurs fortes et fondatrices de HighCo, formalisées dès 2012 dans sa charte d'éthique, communiquée à l'ensemble des salariés. Cette charte d'éthique, mise à jour en 2018 à la suite de la mise en œuvre des mesures de lutte contre la corruption de la Loi du 9 décembre 2016, présente les principes d'éthique du Groupe : respect des lois, honnêteté et intégrité, respect des autres, préservation des intérêts du Groupe, transparence et pertinence des informations communiquées et respect de l'environnement. Elle décline ensuite ces principes en rappelant les responsabilités des collaborateurs du Groupe auprès de ses principaux partenaires : autorités, collaborateurs, clients, fournisseurs, concurrents, actionnaires, consommateurs.

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

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

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

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

Parallèlement, le Groupe a mis en place depuis de nombreuses années des procédures internes de contrôle permettant de limiter les risques de corruption et de fraude. Une cartographie des risques de corruption a été réalisée en 2018. De nouvelles procédures d'évaluation des tiers ont été lancées. Ces procédures sont en partie détaillées dans la partie précédente de ce rapport (page 79-89).

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

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

Actions engagées pour prévenir l'évasion fiscale

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

INFORMATIONS SOCIETALES

Impact de l'activité du Groupe

En termes d'emploi

Depuis sa création, le Groupe a toujours conservé une forte implantation en région Provence-Alpes-Côte d'Azur, où se situe son siège social, ainsi que certaines filiales. Il y emploie d'ailleurs plus de 300 personnes à fin 2019, soit plus du 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

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

- l'éducation, en devenant partenaire du Master « DISA » d'Aix-Marseille Université permettant ainsi à des étudiants de travailler sur des problématiques de distribution et d'achats ;
- 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,

- la solidarité, par la collecte de jouets pour les associations « Croix Rouge Française » et « 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).

Relations avec les parties prenantes

Outre les événements et partenariats régionaux présentés ci-avant, le Groupe, à travers ses managers, a également toujours été fortement impliqué dans son écosystème d'affaires. HighCo a pour ambition de permettre aux marques d'être en phase avec les attentes d'un consommateur omnicanal et un point de vente qui évolue, notamment avec l'impact du Digital.

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

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

En Belgique, HighCo est membre de la *Belgian Association of Marketing* (BAM), 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 articles ou encore une newsletter mensuelle, publiés notamment sur le blog de sa filiale HighCo DATA : www.highco-data.fr/category/actualites/.

Ce blog permet de partager des informations sur le *Store & Digital*, les *Shoppers*, des études de cas, et des données clés du marché.

Au-delà de ces événements, le Groupe se voit régulièrement récompensé pour son innovation, renforçant davantage encore son implication dans son écosystème d'affaires. En 2019, le jury des « Trophées de l'Innovation Publicitaire » a décerné deux prix à la filiale CapitalData : l'Or dans la catégorie Mobile et l'Argent dans la catégorie Shopper.

De plus, HighCo a fait partie du top 3 des groupes de communications indépendants les plus primés en 2019 dans le cadre de la soirée des « Cas d'Or ». Durant cette soirée, la filiale CapitalData a remporté le prix de la meilleure campagne *Mobile To Store*.

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 5^{ème} année consécutive, HighCo s'est associée à l'EFS (Etablissement Français du Sang) pour organiser des collectes. Depuis 2017, HighCo communique solidairement sur l'opération « #MissingType » pour sensibiliser le plus grand nombre autour du don de sang dans le cadre de la journée mondiale des donneurs de sang. Ainsi, pendant toute la durée de l'opération, les lettres A, B et O ont disparu temporairement des logos du Groupe sur les sites internet, intranet, enseignes, profils de réseaux sociaux, etc.



Enfin, HighCo a créé, fin 2017, le « Fonds HighCo pour entreprendre » et a lancé 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 » décerne chaque année depuis deux ans le « Prix Frédéric Chevalier », fondateur de HighCo, destiné à soutenir le projet d'un jeune, de 18 à 25 ans, sur la région Pays d'Aix Marseille.

En 2019, le « Prix Frédéric Chevalier » a été remis à une étudiante développant une application mobile indépendante permettant d'obtenir de nombreuses informations éthiques et morales sur des produits textiles, cosmétiques ou alimentaires. Ce fonds illustre ainsi la volonté forte du Groupe d'agir et de s'engager encore davantage en matière de responsabilité sociale et environnementale.



Loyauté des pratiques

De par son activité, les mesures prises en faveur de la santé et de la sécurité des consommateurs restent limitées pour HighCo. Néanmoins, en tant que fournisseur de solutions marketing et de communication à des marques de grande consommation, le Groupe peut être amené à traiter des données pour le compte de ses clients.

Avec l'entrée en vigueur du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) en 2018, le Groupe a mis en place une organisation et des procédures pour renforcer la protection des données personnelles des consommateurs qu'il serait amené à traiter. Cette nouvelle organisation a d'ailleurs permis au Groupe d'obtenir le label CNIL « Gouvernance RGPD » en 2018. Ces procédures contiennent notamment des engagements en matière de protection des données personnelles (collaborateurs, consommateurs et autres partenaires), mais aussi de gestion des réclamations. Ce label atteste aussi que l'organisation interne du Groupe, qui repose sur une équipe de référents dans chaque filiale, un comité de projet et un Délégué à la Protection des Données (ou « DPO »), présente les garanties requises en matière de protection, de confidentialité et d'information sur les données personnelles.

Des politiques interne et externe en matière de protection des données personnelles ont également été établies.

Ces politiques définissent les principales règles de bonne conduite à suivre en vue d'assurer la protection des données personnelles et la vie privée des individus, en particulier des employés et des consommateurs, ainsi que des partenaires commerciaux de HighCo.



En 2019, 183 demandes d'opposition, d'accès ou de suppression de données personnelles ont été faites par des personnes (consommateurs, candidats, etc.) à HighCo. Toutes ces demandes ont été traitées.

% de demandes de droits des personnes traitées
 2018 : 100 %
 2019 : 100 %



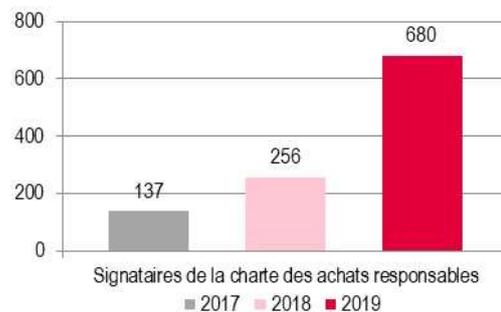
Objectif moyen-terme
 100 % de demandes traitées

Sous-traitance et fournisseurs

Le Groupe fait intervenir de nombreux sous-traitants et prestataires externes pour mener à bien son activité. Avec un chiffre d'affaires 2019 de près de 176 M€ et une marge brute de 95 M€, c'est près de 81 M€ d'achats directs qui sont réalisés (contre 86 M€ en 2018), soit 46 % du chiffre d'affaires 2019 (contre 50 % en 2018).

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

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



Depuis 2014, HighCo demande à ses principaux fournisseurs de signer sa charte des achats responsables, à la fois fondée sur sa volonté de construire une relation durable avec ses fournisseurs et sous-traitants, et basée sur les dix principes du Global Compact. Ainsi, fin 2019, 680 fournisseurs et sous-

traitants avaient signé la charte HighCo, contre 256 à fin 2018. Cette forte hausse (+166%) s'explique par la mise en place en 2019 d'un outil permettant aux fournisseurs de signer électroniquement la charte.

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, ainsi qu'auprès de tous les prestataires de HighCo DATA France. Les principaux imprimeurs sont visités afin de vérifier la réalité et la fiabilité du matériel.

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

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

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

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

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

INFORMATIONS ENVIRONNEMENTALES

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

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

Organisation générale

Organisation pour prendre en compte les questions environnementales

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

Démarches d'évaluation ou de certification

Convaincu que le prix n'est pas l'unique facteur dans la négociation et la décision d'achat de ses clients, marques et distributeurs, le Groupe s'est lancé, il y a quelques années, dans une démarche d'évaluation indépendante sur les thématiques de la RSE. Cette évaluation, réalisée par la société EcoVadis, est basée sur une méthodologie éprouvée qui repose sur 21 critères et 4 thèmes : l'environnement, les conditions de travail équitables, l'éthique des affaires, et la chaîne d'approvisionnement. Pour la 4^{ème} année consécutive, HighCo a atteint la plus haute catégorie de notation en étant « GOLD » du « CSR rating EcoVadis ». Ainsi, le Groupe conforte sa place dans le top 1 % des fournisseurs évalués.



Par ailleurs, le Groupe réalise, depuis 2015 en France et depuis 2018 en Belgique (années de référence), un bilan gaz à effet de serre (GES) sur tous ses sites français et belges, représentant 98,8 % de la marge brute 2019 du Groupe.

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

Economie circulaire

Politique en matière de prévention et de gestion des déchets

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

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

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

Les capsules usagées de café sont également collectées et recyclées.

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

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

Par ailleurs, en 2019, un challenge a été lancé aux collaborateurs français : le challenge « ANTIGASPI ». Durant trois mois, les collaborateurs se sont fixés trois objectifs :

- réduire leur empreinte carbone, en limitant le nombre d'emails envoyés ;
- réduire leur consommation de papier ;
- réduire leur consommation de plastique.

Le Groupe a pour cela engagé les actions suivantes :

- distribution de gourde individuelle en inox à l'ensemble des collaborateurs ;
- suppression des gobelets en plastique et mise à disposition de gobelets en carton ;
- utilisation de papier recyclé pour les impressions.

Une réduction significative de la consommation de papier et une réduction quasi complète des gobelets en plastique ont été observées.



Fin 2019, une filiale a accompagné son client ENGIE dans le cadre d'une opération commerciale. Chaque contrat d'énergie verte souscrit offrait la possibilité au particulier de planter des arbres. Cette opération a permis à ENGIE de renforcer son engagement RSE et de conforter sa stratégie en matière de transition énergétique.

Enfin, HighCo a pris une participation dans la société 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. Son chiffre d'affaires en 2019 s'est élevé à 9 M€. Aujourd'hui, PHENIX est la startup leader de l'« anti-gaspi » en Europe, avec 100 000 repas sauvés chaque jour, soit 50 tonnes de déchets évités quotidiennement et 4 800 entreprises, commerces et associations caritatives partenaires.



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

Matières premières

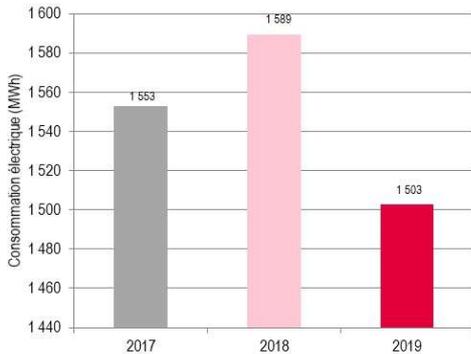
Le Groupe peut recourir, pour le compte de ses clients, au papier pour la fabrication des supports de communication, tels que les PLV, les affiches, les flyers et les coupons de réduction. Certains supports sont également fabriqués en matière plastique ou cartonné.

Néanmoins, la digitalisation de ses solutions, axe stratégique prioritaire du Groupe, a permis de réduire la consommation de papier année après année. Avec plus de la moitié de ses activités dans le Digital, 56,2 % de la marge brute du Groupe en 2019, HighCo a réussi sa mutation digitale et propose

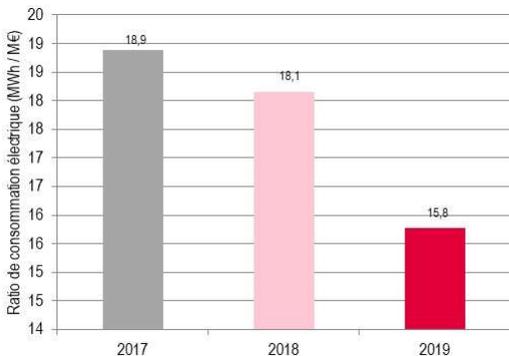
désormais à ses clients marques et distributeurs des solutions adaptées aux enjeux du commerce de demain.

Consommations d'énergies et d'eau

La consommation d'électricité est en baisse et ressort à 1 503 MWh, contre 1 589 MWh en 2018 (- 5,5 %), alors que l'activité, incluant Useradgents en année pleine, est en croissance (+ 8,7 % publié).



Afin de mesurer l'évolution des consommations électriques par rapport à l'évolution de l'activité, le Groupe suit un nouvel indicateur : le ratio de consommation électrique (consommation électrique en MWh / marge brute en M€).



La consommation de gaz, qui ne concerne que les entités belges, est en hausse et s'établit à 532 MWh en 2019, contre 412 MWh en 2018 (+29,3 %), suite à des conditions climatiques moins favorables.

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

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.

Changement climatique

Postes significatifs d'émissions GES

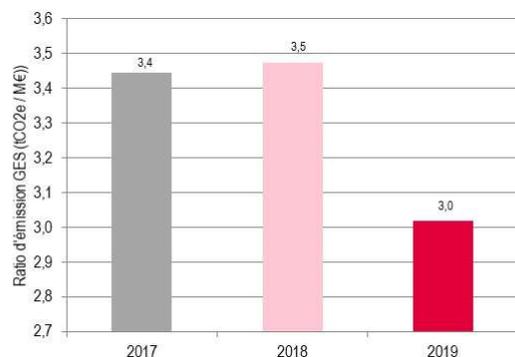
Compte tenu de l'activité du Groupe, les rejets de gaz à effet de serre sont peu significatifs. Les principaux gaz à effet de serre émis proviennent des déplacements : trajets domicile-travail et déplacements entre les sites du Groupe, en clientèle et sur les points de vente. Tous ces trajets se font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

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

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



Les émissions GES (« scope 1 et 2 ») en France sont passées de 225 tCO2e en 2018 à 216 tCO2e en 2019, soit une baisse de 3,9 %. Cette diminution s'explique essentiellement par une recharge de fluides frigorigènes moins importante en 2019.



Ces émissions représentent l'équivalent de 3,0 tCO2e par million d'euros de marge brute en 2019, contre 3,5 tCO2e par million d'euros de marge brute en 2018.

Depuis 2018, un bilan GES est également réalisé en Belgique (2 sites). Les émissions GES 2019 belges se sont élevées à 419 tCO2e, contre 606 tCO2e en 2018 (soit une baisse

considérable de 31,0%) en excluant l'activité d'animation et de merchandising. Cette variation s'explique par un nombre de véhicules moins important en 2019 mais surtout par un nombre moyen de kilomètres par véhicule bien plus faible que l'an passé (-30,3%).

Différents facteurs font que les émissions belges sont bien supérieures à celles françaises : un nombre de véhicule plus important en Belgique, la distance moyenne parcourue par véhicule est près de deux fois supérieures de par la localisation des locaux exclusivement en zone péri-urbaine, et le facteur d'émission indirecte liée à la consommation d'électricité est de 0,22 contre 0,04 en France.

A fin 2019, le parc automobile du Groupe, en propre ou en location, est composé de 52 véhicules en France (44 à fin 2017), et de 143 véhicules à l'international (156 à fin 2018), dont 55 véhicules utilisés en Belgique par les merchandisers.

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

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

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 privées sont volontairement très limitées.

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

Enfin, le Groupe instaure progressivement le télétravail au sein de ses équipes, et chaque site est doté d'équipements de visioconférence de haute définition, permettant de réaliser de nombreuses réunions à distance.

Le 18 mars 2020.

Le Directoire