



HighCo

MODELE D'AFFAIRES	11
INFORMATIONS SOCIALES	15
INFORMATIONS RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LA CORRUPTION ET L'ÉVASION FISCALE	30
INFORMATIONS SOCIETALES	32
INFORMATIONS ENVIRONNEMENTALES	37

Historique de la démarche RSE chez HighCo

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

Cela fait donc désormais près de 15 ans que le Groupe est engagé dans une démarche RSE (Responsabilité Sociétale d'Entreprise) cohérente avec ses enjeux stratégiques et les attentes de ses parties prenantes.

Cette démarche doit permettre de mieux anticiper, *in fine*, les attentes de nos collaborateurs et des « consommateurs », toujours plus attentifs à l'amélioration de la Société et de son environnement, tout en intégrant les évolutions réglementaires relatives aux obligations de transparence des entreprises en matière sociale, sociétale et environnementale.

Aujourd'hui, HighCo a pour ambition d'être une entreprise exemplaire sur les plans sociaux, sociétaux et environnementaux. Cela s'est traduit par la création, en 2022, d'un service dédié à la RSE.

Depuis de nombreuses années, les problématiques de développement durable et de RSE font l'objet d'un suivi en Comité d'audit qui en rend compte au Conseil de Surveillance. En mars 2022, afin de traduire le renforcement de ces missions dans le domaine de la RSE, il a été renommé « Comité d'audit et RSE ». L'objectif est de suivre les grandes orientations RSE du Groupe, vérifier la mise en place d'une stratégie adéquate, puis s'assurer que le Directoire la pilote à court et moyen termes au moyen d'indicateurs clés de performance pertinents.

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

En 2022, HighCo a reçu la médaille « Gold », cette note classe le Groupe dans le top 1 % des entreprises les mieux notées de son secteur par *EcoVadis Sustainability Rating*.



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

Par ce rapport RSE annuel, le Président du Directoire renouvelle l'engagement du Groupe envers le Global Compact et ses principes.

NOUS SOUTENONS
LE PACTE MONDIAL



Référentiels et principes méthodologiques

Référentiels applicables

Depuis plusieurs années, le Groupe présente ces informations selon le référentiel réglementaire français, issu, le cas échéant, de textes européens. Une table de concordance des informations requises par le Code de commerce (articles R. 225-104 et R. 225-105) a été établie en pages 306-307 du document d'enregistrement universel 2022, disponible sur www.highco.com.

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

Les informations RSE ont donc été organisées en :

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

Code Middlednext

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

Taxonomie verte

Contexte et champ d'application

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

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

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

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

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

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

Pour l'exercice 2021, la réglementation n'imposait qu'un reporting simplifié à l'« éligibilité » ne portant que sur les deux premiers objectifs environnementaux liés au changement climatique. A partir de l'exercice 2022, il est désormais attendu de présenter un reporting complet, toujours sur ces deux premiers objectifs, c'est-à-dire présentant le respect des critères d'alignement et des garanties minimales. Le reporting devrait être complété des quatre autres objectifs environnementaux à compter de l'exercice 2024.

Une activité n'est considérée comme « alignée », c'est-à-dire durable d'un point de vue environnemental, que si elle remplit les trois conditions suivantes :

- l'activité contribue substantiellement à l'un des objectifs environnementaux en répondant aux critères de sélection définis pour cette activité économique ;

- l'activité répond aux critères « *Do No Significant Harm* » (DNSH) définis pour cette activité économique ; ces critères étant conçus pour éviter tout dommage significatif à un ou plusieurs des autres objectifs environnementaux ;
- l'activité est exercée en conformité avec les garanties minimales, qui s'appliquent à toutes les activités économiques et concernent principalement les droits de l'Homme et les normes sociales et de travail.

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

Identification des activités éligibles et potentiellement alignées du groupe HighCo

Comme en 2021, le Groupe a procédé à l'analyse de l'éligibilité de ses activités au regard des deux premiers objectifs environnementaux (atténuation du changement climatique, et adaptation au changement climatique), et a en particulier considéré les dimensions principales des offres suivantes :

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

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

Dans le cadre notamment des offres précitées, l'activité du groupe HighCo nécessite l'utilisation de serveurs pour les opérations de gestion et le traitement de données.

Méthodologie d'évaluation des indicateurs

Chiffre d'affaires

Part du chiffre d'affaires éligible

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

Ratio chiffre d'affaires éligible

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

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

Pour l'exercice 2022, le chiffre d'affaires des activités « éligibles » s'élève à 94,33 M€, pour un chiffre d'affaires total consolidé de 146,36 M€. La part du chiffre d'affaires portant sur les activités éligibles est donc de 64,5 % en 2022, contre 62,5% en 2021.

Part du chiffre d'affaires aligné

Le Groupe a mis en place un système simplifié de remontée de l'information, afin d'obtenir auprès des prestataires d'hébergement les informations nécessaires, en particulier la nature des fluides frigorigènes ou encore la mise en œuvre des pratiques attendues en matière de gestion énergétique des *data centers* (centres de données). À date, les prestataires interrogés n'ont pas été en mesure de fournir les données précises requises.

Par ailleurs, il convient également de souligner l'exigence des objectifs associés aux indicateurs par rapport à l'état actuel des pratiques. L'écosystème des centres de données européens est en effet en cours de transformation pour répondre aux exigences des nouvelles réglementations européennes.

Ces exigences concernent en particulier les fluides frigorigènes utilisés dans les systèmes de refroidissement des centres de données qui doivent présenter un potentiel de réchauffement du globe (PRG) inférieur ou égal à 675. De plus, les critères techniques exigent la revue de la mise en œuvre des pratiques recommandées par un tiers indépendant au minimum une fois tous les 3 ans. Cependant, il n'existe pas à ce jour de cadre de travail, ce qui rend impossible l'atteinte du critère. Ainsi, après prise en compte de ces critères et des informations disponibles à date, le Groupe a conclu qu'il ne pouvait raisonnablement pas présenter d'activité « alignée » en 2022. La part du chiffre d'affaires portant sur les activités alignées est donc de 0 % en 2022.

CA :																				
Activités économiques	Codes NACE	Chiffre d' affaires absolu	Part du chiffre d' affaires	Critères de contribution substantielle							Critères d'absence de préjudice important (DNSH – Does Not Significantly Harm)									
				Atténuation du changement climatique	Adaptation au changement climatique	Ressources aquatiques et marines	Economie circulaire	Pollution	Biodiversité et écosystèmes	Atténuation du changement climatique	Adaptation au changement climatique	Ressources aquatiques et marines	Economie circulaire	Pollution	Biodiversité et écosystèmes	Garanties minimales				
		M EUR	%	%	%	%	%	%	%	O/ N	O/ N	O/ N	O/ N	O/ N	O/ N	O/ N	%	%	H	T
A. Activités éligibles à la taxonomie		94,33	64,5 %																	
A.1 Activités durables sur le plan environnemental (alignées sur la taxonomie)																				
-																				
Chiffre d'affaires des activités durables sur le plan environnemental (alignées sur la taxonomie) (A.1)		-	0 %														0 %	0 %		
A.2 Activités éligibles à la taxonomie mais non durables sur le plan																				
environnemental (non alignées sur la taxonomie)																				
8.1 Traitement de données, hébergement et activités connexes		94,33	64,5 %																	
Chiffre d'affaires des activités éligibles à la taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxonomie) (A.2)		94,33	64,5 %																	
Total (A.1 + A.2)		94,33	64,5 %																	
B. Activités non-éligibles à la taxonomie																				
Chiffre d'affaires des activités non éligibles à la taxonomie (B)		52,03	35,5 %																	
Total (A + B)		146,36	100 %																	

Dépenses d'investissements (CAPEX)

La Taxonomie verte définit les CAPEX « durables » (éligibles et alignés) comme les dépenses d'investissements (i) directement liées à des actifs ou à des processus associés aux activités durables (soit la catégorie d'activités 8.1 dans le cadre du Groupe), (ii) incluses dans un plan visant à étendre ou rendre une activité durable, ou (iii) individuellement durables (il s'agit principalement des catégories 7.7 consacrée aux investissements immobiliers et 6.5 consacrée aux véhicules).

Les CAPEX à considérer dans l'analyse du ratio comprennent les acquisitions incorporelles et corporelles, ainsi que les nouveaux droits d'utilisation (au sens de IFRS 16) de l'exercice. L'indicateur comprend également les entrées d'actifs corporels et incorporels résultant de regroupements d'entreprises.

Part des CAPEX éligibles

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

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

Pour l'exercice 2022, les dépenses d'investissement « éligibles » s'élèvent à 2,7 M€ et les dépenses d'investissement totales de l'exercice à 3,4 M€.

Sur cette base, la part des dépenses d'investissement éligibles est donc de 79,9 %.

Part des CAPEX alignés

Dans la mesure où la part du chiffre d'affaires portant sur les activités alignées est de 0 % en 2022, il ne peut y avoir de CAPEX alignés relatifs à des dépenses d'investissements directement liées à des actifs ou à des processus associés aux activités durables (soit la catégorie d'activités 8.1 dans le cadre du Groupe).

Par ailleurs, en ce qui concerne les dépenses d'investissements individuellement durables, le Groupe a analysé chaque dépense d'investissement pour déterminer son alignement, principalement sur les catégories 7.7 consacrée aux investissements immobiliers et 6.5 consacrée aux véhicules.

Ainsi, après prise en compte des critères et des informations disponibles à date (concernant notamment les dépenses relatives à l'acquisition ou l'utilisation de serveurs), le Groupe a conclu que la part des CAPEX alignés est de 2,1 % en 2022.

CAPEX :																						
Activités économiques	Codes NACE	CAPEX absolu M EUR	Part des CAPEX %	Critères de contribution substantielle						Critères d'absence de préjudice important (DNSH – Does Not Significantly Harm)						Part des CAPEX alignée sur la taxonomie, 2022 %	Part des CAPEX alignée sur la taxonomie, 2021 %	Catégorie (activité habilitante) H	Catégorie « (activité transitoire) » T			
				Atténuation du changement climatique	Adaptation au changement climatique	Ressources aquatiques et marines	Economie circulaire	Pollution	Biodiversité et écosystèmes	Atténuation du changement climatique	Adaptation au changement climatique	Ressources aquatiques et marines	Economie circulaire	Pollution	Biodiversité et écosystèmes					Garanties minimales		
A. Activités éligibles à la taxonomie		2,69	79,9 %																			
A.1 Activités durables sur le plan environnemental (alignées sur la taxonomie)																2,1 %	3,8 %					
6.5 Transport par motos, voitures particulières et véhicules utilitaires légers		0,07	2,1 %	2,1 %	2,1 %							O	O	N/A	O	O	N/A	O	2,1 %	3,8 %		T
CAPEX des activités durables sur le plan environnemental (alignées sur la taxonomie) (A.1)		0,07	2,1 %	%	%														2,1 %	3,8 %		
A.2 Activités éligibles à la taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxonomie)																						
6.5 Transport par motos, voitures particulières et véhicules utilitaires légers		0,16	4,8 %																			
7.7 Acquisition et propriété de bâtiments		1,44	42,7 %																			
8.1 Traitement de données, hébergement et activités connexes		1,02	30,3 %																			
CAPEX des activités éligibles à la taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxonomie) (A.2)		2,62	77,7 %																			
Total (A.1 + A.2)		2,69	79,9 %																			
B. Activités non-éligibles à la taxonomie																						
CAPEX des activités non éligibles à la taxonomie (B)		0,68	20,1 %																			
Total (A + B)		3,37	100 %																			

Charges opérationnelles (OPEX)

Part des dépenses opérationnelles éligibles et alignées

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

Du fait des activités du groupe HighCo, la majeure partie des charges opérationnelles est constituée de frais de personnel, d'achats de prestations de services intellectuels et de « trafic » avec les opérateurs de télécommunications (push marketing digital). En conséquence, l'assiette des dépenses opérationnelles répondant à la définition de la Taxonomie, telle que détaillée ci-dessus, à prendre en compte au dénominateur de l'indicateur, ne représente sur l'exercice 2022 que 1,7 M€, soit environ 1,3 % du total des charges opérationnelles consolidées du Groupe.

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

Plan d'actions

Bien que la taille du Groupe ne lui permette pas d'être un donneur d'ordre suffisamment important pour faire accélérer la transformation de l'écosystème des centres de données européens, HighCo s'engage à court terme à sensibiliser les départements achats et informatiques pour sourcer et référencer des prestataires en capacité de fournir les informations requises. À moyen terme, et dès que des alternatives existeront sur le marché, le Groupe introduira les critères d'alignement dans ses achats, tout en respectant les équilibres financiers.

Analyse des principaux 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 et mise à jour annuellement. 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 prévention.

Identification	Analyse	Traitement	Indicateurs clés de performance	N° de page
Risques liés aux recrutements et à la non-rétention des talents	<ul style="list-style-type: none"> • Difficulté à répondre à certains besoins clients • Perte d'excellence opérationnelle, d'efficacité et de capacité d'innovation, ainsi qu'absence d'anticipation des besoins ayant pour conséquence une baisse du niveau de satisfaction du client sur la prestation réalisée et/ou à réaliser • Baisse du niveau de satisfaction de ses parties prenantes, en particulier des clients 	<ul style="list-style-type: none"> • Service de recrutement dédié en France et recours à des cabinets de recrutement spécialisés • Mise en place d'<i>incentives</i> internes pour favoriser le recrutement en France • Amélioration du bien-être au travail, y compris avec la possibilité de télétravailler • Flexibilité et adaptation du temps de travail des collaborateurs / télétravail • Accompagnement dans la mobilité géographique et fonctionnelle • Développement du start-up studio favorisant l'intrapreneuriat 	<ul style="list-style-type: none"> • Ancienneté moyenne • Taux d'absentéisme spécifique (1) 	17 22
		<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 débuté au moins une formation au cours de l'année 	26
Risque de perte du niveau de compétence des collaborateurs				
Risques de dégradation de l'image du Groupe et/ou de sanctions à la suite de 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 • Risques de sanctions, civiles, pénales ou administratives, renforcées récemment dans certains domaines (RGPD, 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 avec des référents par entité coordonnés par le DPO (Délégué à la Protection des Données). Mesures de sécurité renforcées pour assurer la disponibilité, l'intégrité et la confidentialité des données. Renforcement du suivi des traitements de données personnelles et des procédures en conformité avec le RGPD • Audit d'un cabinet externe spécialisé RGPD • Mesures sur les données : <ul style="list-style-type: none"> - centralisation de la gestion des droits des personnes via un outil dédié ; - 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, et sur différents supports ; - dispositions spécifiques sur les données personnelles prises dans le cadre de la réglementation (RGPD) • Sensibilisation, formations et préconisations régulières des équipes opérationnelles. 	<ul style="list-style-type: none"> • Taux de traitement des demandes de droits des personnes 	35

(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.

Le Groupe applique des politiques définies 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 ceux-ci atteints durablement.

Pour rappel, en 2020, compte tenu d'un contexte sanitaire et économique sans précédent lié à la pandémie de COVID-19, le Groupe avait identifié certains nouveaux risques sociaux relatifs au télétravail. Même si une campagne de sensibilisation relative aux bonnes pratiques de travail à distance avait été mise en place, la réflexion s'est poursuivie afin d'apporter une réponse adaptée à ces risques pour en atténuer les effets potentiels à moyen terme.

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

Indicateurs clés de performance

Récapitulatif des objectifs RSE	2020	2021	2022	Objectif
Ancienneté moyenne (en années)	7,6	8,5	8,5	≥ 8 ans
Taux d'absentéisme spécifique	3,3 %	2,8 %	3,7 %	≤ 4,0 %
Taux de collaborateurs ayant débuté au moins une formation au cours de l'année	56,9 %	34,6 %	33,5 %	≥ 50,0 %
Taux de traitement des demandes de droits des personnes	100 %	100 %	100 %	100 %

Suivi des indicateurs RSE

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

Périmètre géographique du rapport RSE

Le périmètre de ce rapport se base sur le périmètre de consolidation au 31 décembre 2022, présenté dans les annexes aux états financiers consolidés (page 182 du document d'enregistrement universel 2022).

Des règles d'exclusion ont été définies :

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

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

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

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

MODELE D'AFFAIRES

NOS RESSOURCES

HUMAINES

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

- 503 collaborateurs dont 86 % en France et 11 % en Belgique
- Parité femmes-hommes : 49 % de femmes cadres
- Part des moins de 35 ans : 40 % des effectifs



NOTRE CRÉATION DE VALEUR

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

- 143 collaborateurs recrutés en 2022 dont 62 % en CDI
- 33 % des collaborateurs en CDI ont débuté une formation en 2022
- Des collaborateurs fidèles : 8,5 années d'ancienneté en moyenne

FINANCIÈRES

- Nos actionnaires
37 % WPP
4 % managers et salariés
1 % autodétention
58 % autres investisseurs
- Nos banques



Croissance d'activité et nouvelle progression de la rentabilité

- 77,2 M€ de marge brute (+0,8 % PCC)
- Activités digitales en croissance (représentant 2/3 de l'activité du Groupe)
- Marge opérationnelle de 21 %
- Fort retour à l'actionnaire

OUTILS DE PRODUCTION

- Nos algorithmes
- Nos centres de traitement et de gestion
- Nos plateformes promotionnelles
- Notre Start-up Studio



Un savoir-faire pour :

- Être un **tiers de confiance** pour les marques et distributeurs
 - Accroître les ventes de nos clients et les mesurer
 - Améliorer la connaissance de leurs shoppers et augmenter leur fidélité
 - Façonner les solutions Tech et web3 de demain

SOCIALES ET SOCIÉTALES

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



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

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

Notre mission

Expert en marketing et communication, HighCo accompagne les marques et les *retailers* dans l'accélération de la transformation du commerce.

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.

L'innovation concerne :

- les technologies que nous développons et que nous utilisons ;
- les méthodes de travail agiles ;
- les modes de collaboration avec nos clients, allant jusqu'à la construction de structures d'innovation conjointes.

Performance

La performance financière assure au groupe la solidité nécessaire à un développement durable. Elle se conjugue à une excellence opérationnelle qui caractérise les actions que nous proposons à nos clients au quotidien.

Passion

Nos équipes portent la passion de leur métier. La passion est également au cœur de la construction d'une vision humaine et managériale qui favorise l'autonomie et l'épanouissement des collaborateurs du Groupe.

Respect

Le respect est une valeur fondamentale pour le Groupe. Nous veillons à ce qu'il s'applique, en toutes circonstances, à toutes les parties prenantes : en premier lieu à nos collaborateurs, avec une attention particulière accordée à l'équité homme-femme, à nos clients, à nos actionnaires, à nos partenaires, aux institutions et acteurs des territoires, etc.

Notre offre

Depuis sa création, les équipes du Groupe apportent à leurs clients des réponses innovantes au travers des 4 pôles d'expertises :

Stratégie marketing

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

- plateforme de marque ;
- stratégie de communication globale ;
- stratégie brand content / social & influence ;
- stratégie média.

Expérience clients

Aider nos clients à intégrer la connaissance de leurs consommateurs dès la conception de leurs stratégies et les accompagner dans la conception et la création de leurs interfaces et sur les différents points de contact :

- design de services ;
- SMS et Push notifications ;
- applications mobiles et site web ;
- programmes de fidélisation.

Data Marketing

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

- collecte & analyse de données ;
- moteurs de ciblage et personnalisation ;
- algorithmes prédictifs (Intelligence Artificielle) ;
- technologies « RGPD compliant » et « Privacy by Design ».

Campagnes d'activation

Proposer aux marques et aux distributeurs une prise en charge globale de leurs activations marketing depuis la conception des campagnes jusqu'au déploiement sur tous les canaux et à la gestion opérationnelle :

- stratégie promotionnelle ;
- diffusion omnicanale ;
- traitement des coupons ;
- logistique et merchandising.

Nos filiales expertes de leurs métiers



Nos clients

HighCo a acquis, depuis sa création, une connaissance approfondie des problématiques des distributeurs et des marques, notamment dans le secteur de la grande consommation. Aujourd'hui, HighCo compte parmi ses clients la grande majorité des acteurs de ce secteur. Cette expertise « 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/communication et plus généralement dans l'accélération de la transformation du commerce.

DISTRIBUTEURS



MARQUES



HighCo et la transformation du commerce

Évolution du marché

En 2022, deux tendances majeures ont impacté le marché de la grande consommation :

- le retour de l'inflation, particulièrement soutenue sur les produits alimentaires (+ 14,5 % ; INSEE, février 2023), qui pèse sur le pouvoir d'achat des ménages ;
- sous l'impulsion de la loi AGECE (Loi anti-gaspillage pour une économie circulaire) et des attentes des consommateurs en matière de respect de l'environnement, les enseignes de distribution alimentaire se sont majoritairement engagées vers la limitation de l'utilisation du papier et la réduction progressive du prospectus.

Acteur référent sur le marché dans la transformation du commerce, HighCo accompagne ses clients, marques et *retailers*, sur l'ensemble des canaux de vente.

Le commerce *in-store* reste le lieu privilégié par les consommateurs, en particulier pour les achats alimentaires. Face aux autres canaux de distribution, il doit se réinventer progressivement pour transformer les magasins en lieux d'expérience, apporter plus de services et réduire son impact sur l'environnement (notamment au travers de la réduction de l'utilisation du papier). Dans ce contexte, HighCo accompagne des *retailers* comme *E.Leclerc* dans la mise en place de bornes interactives utilisées pour animer les points de vente et renforcer le niveau de « contactabilité » des clients.

Après deux années COVID, l'e-commerce a opéré à un retour à la normale (+ 13,8 % ; FEVAD, 2022). Aujourd'hui, faire du digital un relai de croissance rentable est devenu un enjeu majeur pour les *retailers*. A l'écoute de ce besoin, HighCo accompagne notamment l'e-discounter *Le Club Leader Price* dans la conception de ses campagnes de communication digitales et de ses animations commerciales. Useradgents a également aidé *La Redoute* à faire vivre sa nouvelle identité visuelle sur l'ensemble de son écosystème digital.

Avec un taux d'équipement de 87 % (CREDOC, « Baromètre du numérique 2022 »), le smartphone a bouleversé les habitudes de consommation. Le Groupe a investi très tôt sur le Mobile. Aujourd'hui, HighCo est devenu le 3^{ème} routeur de SMS marketing en France. De son côté, Useradgents accompagne depuis plusieurs années les enseignes *Casino* (aux côtés de *RelevanC*) et *Franprix* dans la conception, le développement et la maintenance de leurs services digitaux centrés sur le Mobile.

Le développement des usages autour du social et du web3 stimulent les ventes e-commerce. En 2022, HighCo a accompagné les Laboratoires Arkopharma dans le pilotage de leur stratégie d'influence : 400 macro/micro/nano influenceurs ont été sélectionnés et activés pour créer des prises de parole créatives régulières. Le Groupe a également lancé HighCo Metaland pour accompagner les marques et les *retailers* dans la création de leurs premières expériences dans le web3.

La réduction progressive du prospectus ouvre de nouvelles perspectives pour HighCo. Ce média de masse historique sera remplacé par de multiples solutions digitales complémentaires et le Groupe se positionne, dès à présent, sur plusieurs d'entre elles : bornes en magasin, coupon mobile, plateforme de pilotage des promotions, etc.

Stratégie HighCo

Face à ces mutations, les clients du Groupe doivent faire évoluer leurs stratégies afin de :

- pérenniser et dynamiser l'activité en point de vente ;
- transformer l'e-commerce en un relai de croissance rentable ;
- parvenir à suivre les consommateurs sur des nouveaux bassins d'audience digitaux plus fragmentés tels que les réseaux sociaux.

Ils doivent aussi apporter des réponses concrètes et efficaces en matière de pouvoir d'achat, d'expérience clients et de respect de l'environnement.

Dans ce contexte, HighCo se positionne comme un acteur de référence pour les marques et les *retailers* dans la transformation 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.

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

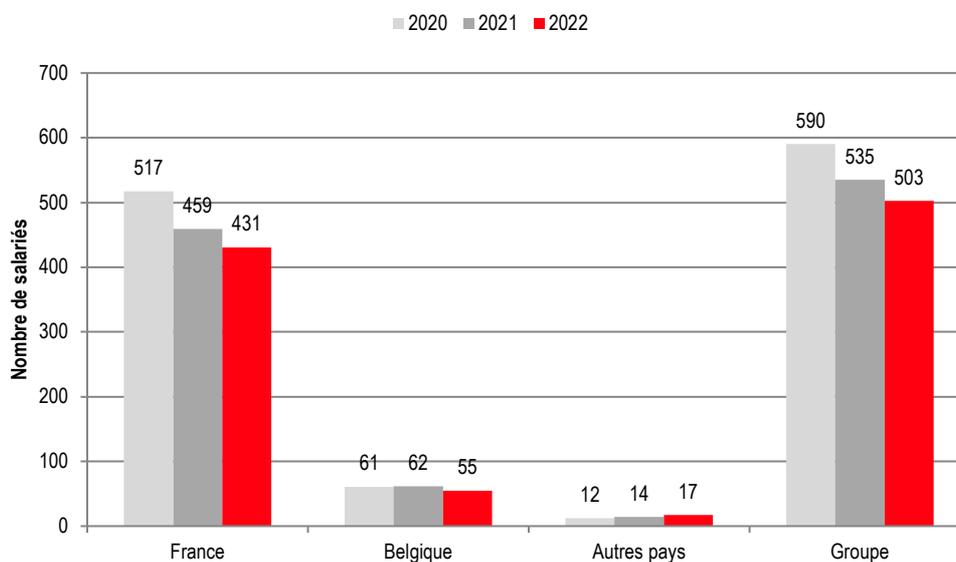
Emploi

Évolution des effectifs

Effectifs au 31/12/2020	590
Acquisitions de filiales ou d'activités (CDI et CDD)	-
Entrées CDI	+ 67
Sorties CDI	- 107
Solde net CDI	- 40
Solde net CDD	-15
Effectifs au 31/12/2021	535
Acquisitions de filiales ou d'activités (CDI et CDD)	-
Entrées CDI	+ 89
Sorties CDI	- 142
Solde net CDI	- 53
Solde net CDD	21
Effectifs au 31/12/2022	503

Fin 2022, le Groupe compte 503 collaborateurs, contre 535 à fin 2021, soit une baisse de 6,0 %. Cette baisse s'explique notamment par le ralentissement de certaines activités historiques en France et en Belgique.

Répartition par zone géographique

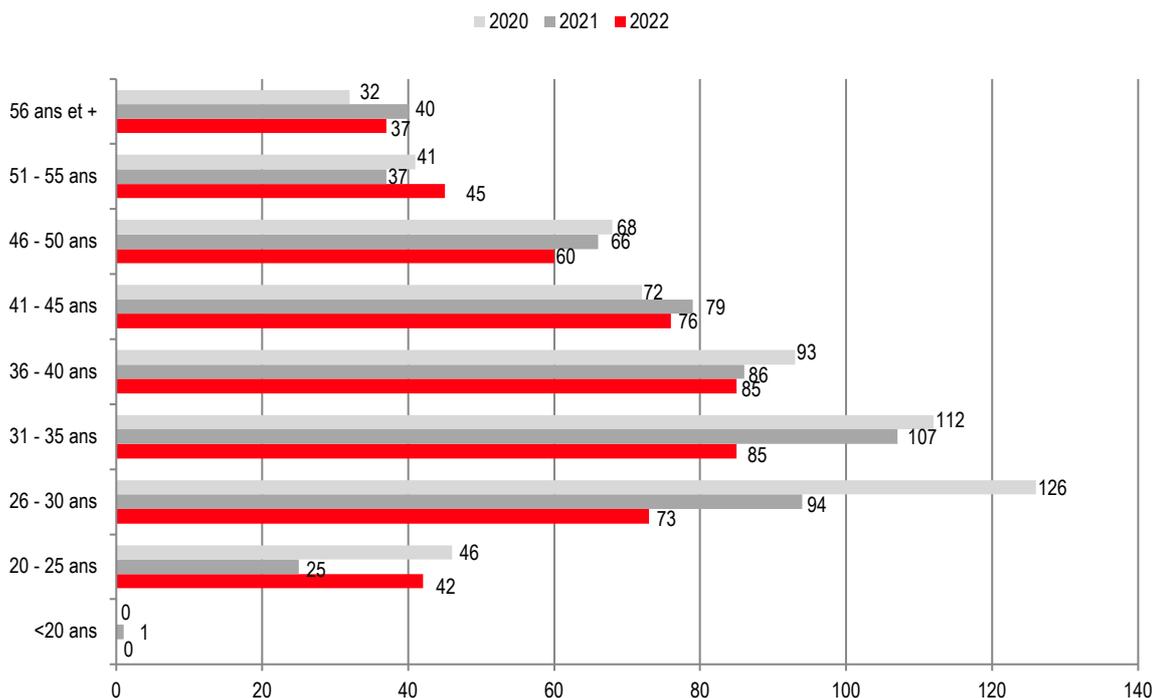


Fin 2022, la France compte 431 collaborateurs, contre 459 à fin 2021, soit 85,7 % de l'effectif total du Groupe avec deux implantations principales, Aix-en-Provence (217 p.) et Paris (191 p.), et une filiale près de Lyon (20 p.).

Avec 72 collaborateurs à fin 2022, contre 76 à fin 2021, les effectifs à l'international restent stables, représentant désormais 14,3 % des collaborateurs du Groupe. Ils sont répartis dans 3 pays (par ordre d'importance) : Belgique, Espagne et Italie.

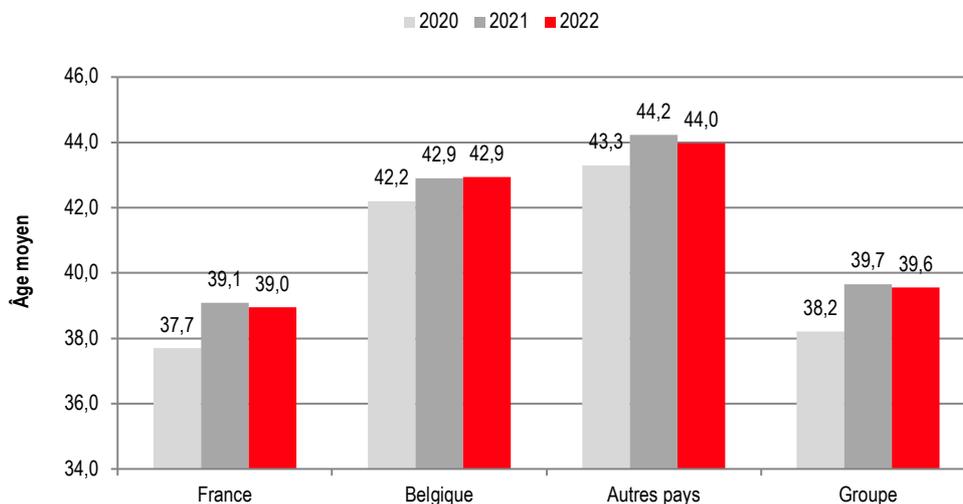
Répartition par âge

Pyramide des âges



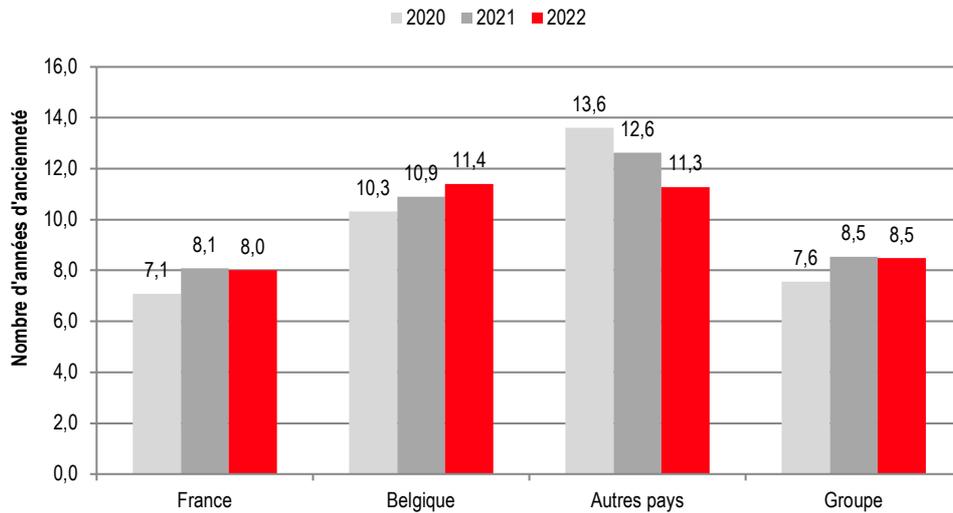
La part des moins de 35 ans passe de 42,4 % fin 2021 à 39,8% fin 2022. Bien qu'en baisse, elle reste relativement significative (près de 40 % des effectifs), signe d'une mutation digitale réussie.

Évolution de l'âge moyen par zone géographique



Fin 2022, l'âge moyen des salariés du Groupe est de 39,6 ans, relativement stable par rapport à fin 2021 (39,7 ans). Cette stabilité est cohérente avec l'évolution de l'ancienneté décrite ci-après. En France, la moyenne d'âge est inférieure à celle des autres zones géographiques de par la présence plus importante de profils digitaux généralement plus jeunes (plus de deux tiers de l'activité étant digitale depuis 2021).

Évolution de l'ancienneté moyenne par zone géographique



Fin 2022, l'ancienneté moyenne est stable. Cet équilibre permet au Groupe d'atteindre pour la deuxième année consécutive son objectif de 8 ans d'ancienneté moyenne, reflétant la pertinence de sa politique sociale.

Ancienneté moyenne

2021 : 8,5 ans

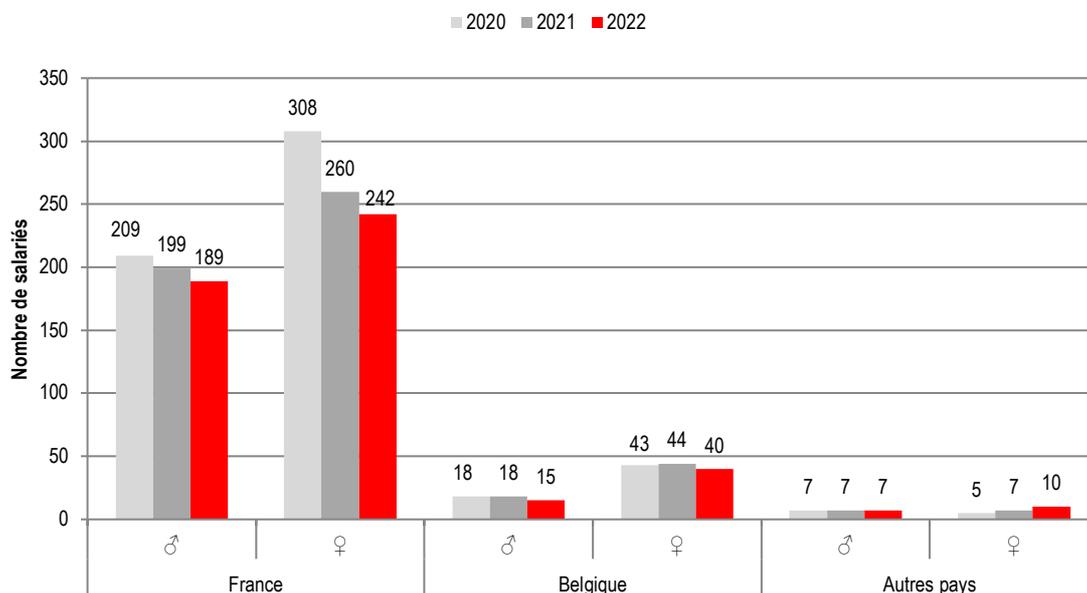
2022 : 8,5 ans



Objectif moyen-terme

≥ 8 ans

Répartition par genre



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

Les collaboratrices restent majoritaires et représentent comme en 2021 58,1% de l'effectif à fin 2022. Cette majorité de femmes se retrouve dans toutes les zones géographiques : en France (56,2 %), en Belgique (72,7 %) et dans les autres pays (58,8 %).

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 et managériales, d'une part variable (commission, prime, etc.).

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

• Groupe

En M€	2022	2021	Variation 2022 / 2021
Salaires et traitements	26,86	28,68	- 6,4 %
Charges sociales	11,40	12,68	- 10,1 %
Taux de charges sociales	42,4 %	44,2 %	- 180 bps

La masse salariale (salaires et traitements) est en repli de 6,4 % sur l'exercice 2022, conséquence de la diminution des effectifs (-9,2 % d'ETP entre 2021 et 2022), en partie compensée par les revalorisations salariales accordées.

• France

En M€	2022	2021	Variation 2022 / 2021
Salaires et traitements	23,71	25,34	- 6,4 %
Charges sociales	10,29	11,54	- 10,8 %
Taux de charges sociales	43,4 %	45,5 %	- 210 bps

- Belgique

En M€	2022	2021	Variation 2022 / 2021
Salaires et traitements	2,53	2,77	- 8,5 %
Charges sociales	0,91	0,95	- 4,4 %
Taux de charges sociales	36,0 %	34,5 %	+ 150 bps

- Autres pays

En M€	2022	2021	Variation 2022 / 2021
Salaires et traitements	0,61	0,58	+ 6,6 %
Charges sociales	0,20	0,18	+ 6,3 %
Taux de charges sociales	31,9 %	32,0%	- 10 bps

Intéressement

Des accords d'intéressement sont en vigueur en France sur les entités HighCo, HighCo EDITING et Milky.

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

Le montant global des intéressements versés au titre de l'exercice 2022 s'élève à 275 K€ et concerne 83 collaborateurs, contre 276 K€ pour 80 collaborateurs en 2021.

Participation

Au titre de l'exercice 2022, le Groupe a provisionné un montant de réserve spéciale de participation de 546 K€ concernant 171 collaborateurs de sa filiale HighCo DATA France. Elle s'élevait à 533 K€ pour 187 collaborateurs en 2021.

Ainsi, 254 collaborateurs français (58,9 % de l'effectif France) ont bénéficié d'un dispositif d'épargne salariale (intéressement ou participation) permettant de les associer à la performance de l'entreprise.

Plan d'épargne d'entreprise

Les salariés des sociétés HighCo, HighCo EDITING HighCo DATA France et Milky peuvent adhérer à des plans d'épargne d'entreprise.

Ces plans peuvent recevoir, dans la limite du quart de la rémunération du salarié, les sommes provenant de l'intéressement ou de la participation. Ils permettent d'investir l'épargne dans des fonds communs de placement dont les caractéristiques répondent à des objectifs différents en fonction du profil du collaborateur (risque et rendement).

Parmi eux, le FCPE « Actionnariat HighCo » permet notamment aux salariés de HighCo, HighCo EDITING et Milky d'investir en actions HighCo (HCO). À ce titre, les salariés et anciens salariés détiennent 89 036 actions HighCo au 31 décembre 2022 (0,4 % du capital) contre 101 285 actions HighCo au 31 décembre 2021 (0,5 % du capital). Le Groupe participe à l'effort des salariés par la prise en charge des frais de gestion.

Plan d'attribution gratuite d'actions

Pour rappel, en 2016, souhaitant fidéliser les collaborateurs qui avaient permis d'atteindre les très bonnes performances sur la période 2014-16, le Directoire du Groupe avait décidé d'attribuer gratuitement des actions HighCo à plus de 400 salariés au cours de 5,60 € par action. Ces actions avaient été définitivement acquises par 380 collaborateurs respectant la condition de présence obligatoire en 2017. Bien que ces actions soient devenues disponibles (et donc cessibles) dès 2018 pour ces 380 collaborateurs, le Groupe se félicite qu'après plus de quatre ans, plus de 250 collaborateurs ou anciens collaborateurs soient toujours actionnaires.

Organisation du travail

Organisation du temps de travail

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

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

Au global, le nombre d'heures travaillées en 2022 s'est élevé à 0,88 million d'heures, contre 0,98 million d'heures en 2021, soit une baisse de 10,1 %. Cette baisse est cohérente avec la variation du nombre d'ETP sur l'exercice (-9,2 %).

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.

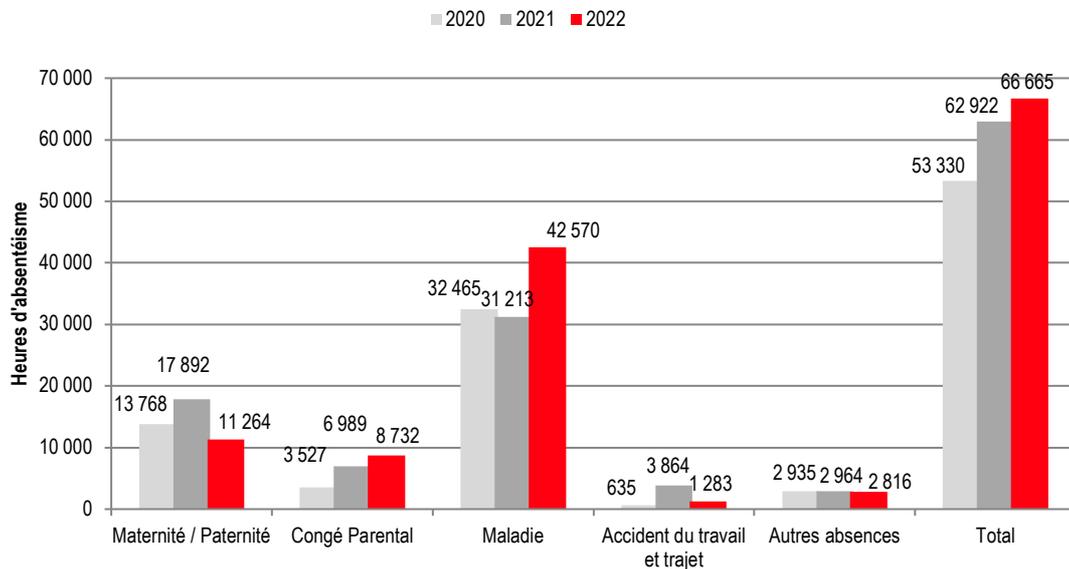
Dans les autres pays d'implantation du Groupe, il n'existe pas de mécanismes d'aménagement du temps de travail.

Bien qu'en place depuis plusieurs années, le recours au télétravail s'est accéléré et généralisé en 2020, dans un contexte de crise sanitaire sans précédent. En 2022, le télétravail est définitivement une pratique courante dans l'organisation opérationnelle des équipes. Si chaque *Business Unit* est autonome dans son organisation opérationnelle, il ressort des pratiques que les collaborateurs sont en télétravail en moyenne deux jours par semaine.

Absentéisme

Pour rappel, en 2020, impacté par la crise sanitaire, le Groupe avait été contraint, pour certains de ses effectifs, de faire appel aux mesures exceptionnelles de chômage partiel mises en place par les autorités. Pour ne pas biaiser l'analyse, les heures d'absentéisme présentées ci-après au titre de 2020 ne tiennent donc pas compte des heures liées au chômage partiel. Celles-ci avaient représenté un total de 70 479 heures, très majoritairement en France.

Nombre d'heures d'absentéisme par motif

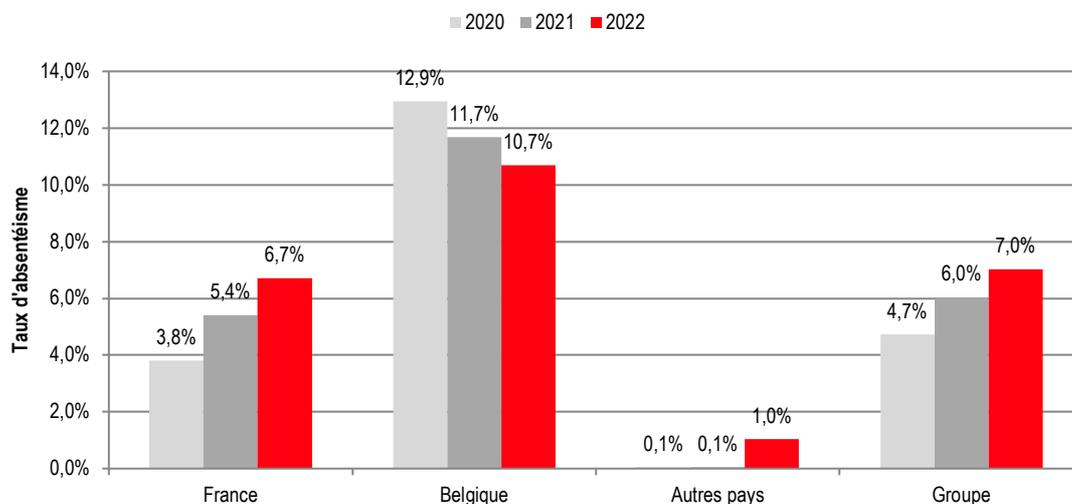


Alors que le nombre d'heures travaillées a diminué de 10,1 % entre 2021 et 2022, le nombre d'heures d'absence a quant à lui augmenté de 5,9 %. Cette hausse du nombre d'heures d'absence (cf. Evolution du taux d'absentéisme ci-après) s'explique principalement par la forte hausse des absences pour maladie (+ 11 357 heures, soit une hausse de 36,4 %) en partie compensée par la forte baisse des absences pour congé maternité/paternité (- 6 628 heures, - 37,0 %).

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

Évolution du taux d'absentéisme par zone géographique

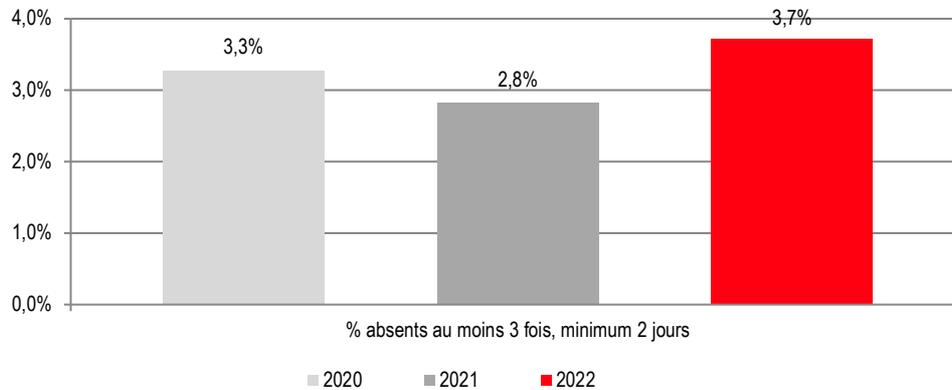
Le taux d'absentéisme est calculé en divisant le nombre d'heures d'absences par la somme des nombres d'heures travaillées et d'heures d'absences.



Ainsi, le taux d'absentéisme du Groupe, tous pays et motifs confondus, est en hausse et s'affiche à 7,0 % en 2022 contre 6,0 % en 2021. Cette évolution s'explique par la combinaison de la baisse du nombre total d'heures travaillées et de la hausse du nombre d'heures d'absences.

Évolution de la récurrence des absences

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



% d'absentéisme spécifique⁽¹⁾

2021 : 2,8 %

2022 : 3,7 %



Objectif moyen-terme

≤ 4,0 %

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

Si le Groupe a atteint dès 2019 l'objectif moyen terme qu'il s'était fixé initialement, l'évolution de cet indicateur sur les trois dernières années montre que cet objectif reste pertinent afin de mesurer durablement les effets positifs des mesures mises en place pour limiter l'absentéisme.

Afin de limiter ce phénomène, le Groupe met en effet en place des actions favorisant le bien-être au travail en partie détaillées dans le paragraphe « Relations sociales » ci-après. L'aménagement des locaux fait également l'objet d'un suivi particulier afin d'améliorer régulièrement les conditions de travail. Ainsi, après Paris et Asse en 2020-21, les locaux du siège à Aix-en-Provence ont intégralement été réaménagés en 2022 : insonorisation, luminosité, réorganisation des espaces de travail, nouvelles salles de sport, nouvelle cafétéria, etc. Désormais, tous les collaborateurs d'Aix-en-Provence sont réunis dans un même bâtiment, réaménagé avec de nouveaux espaces pensés pour le bien-être des équipes locales.

Santé et sécurité

Conditions de santé et de sécurité au travail

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

Les locaux utilisés par chaque site sont conformes aux conditions d'hygiène et sécurité exigées par la réglementation locale, en témoignent les locaux d'Aix-en-Provence (France) et d'Asse (Belgique) construits il y a une quinzaine d'années.

Il existe un Comité Social et Economique (CSE) en France sur certaines entités, et, en Belgique un Service Interne pour la Protection et la Prévention du Travail (SIPPT). Ce dernier comité organise également différents ateliers de travail, diffuse des astuces « bien-être », réalise des enquêtes de satisfaction et procède à des analyses de risques liés aux accidents du travail.

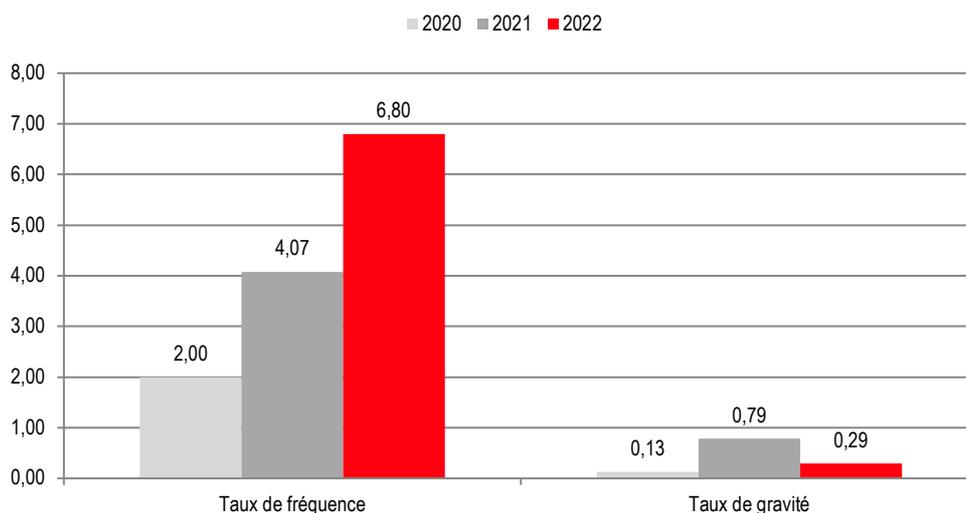
Par ailleurs, des formations de sauveteur-secouriste du travail (SST) et en sécurité incendie sont régulièrement dispensées sur les principaux sites du Groupe.

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

Fréquence et gravité des accidents du travail

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

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



En 2022, le taux de fréquence d'accidents du travail s'affiche en forte hausse à 6,80, contre 4,07 en 2021. Cette variation s'explique par un nombre d'accidents du travail avec arrêt qui est passé de 4 en 2021 à 6 en 2022.

Le taux de gravité est en baisse et s'affiche à 0,29 en 2022, contre 0,79 en 2021.

Après une baisse en 2020 (expliquée en partie par le recours massif au télétravail, conséquence de la pandémie de COVID-19), les fortes hausses de ces taux en 2021 puis 2022 correspondent principalement à l'absence de collaborateurs sur une longue durée.

Par ailleurs, en 2022, cinq collaborateurs ont été absents durant seulement quelques jours à la suite d'accidents du travail mineurs, expliquant la forte baisse à 0,29 du taux de gravité par rapport à 2021 (0,79).

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

Relations sociales

Organisation du dialogue social

En France, les sociétés High Connexion, HighCo DATA France, Création & Distribution et Useradgents ont chacune un Comité Social et Economique (CSE). Le comité de HighCo DATA France a reçu, au titre de 2022, une dotation financière d'un montant total de 24 K€ (144 ETP), contre 23 K€ en 2021 (169 ETP), montant en hausse par ETP.

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

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

Bilan des accords collectifs

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

En France, les principaux accords concernent l'aménagement du temps de travail, des plans de rémunération collectifs (intéressement ou participation) et l'égalité entre les femmes et les hommes.

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

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

Communication interne

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

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

Les événements de communication liés à l'information ont pu à nouveau se dérouler en présentiel depuis 2021, après avoir été repensés et réinventés. De nouveaux temps forts pour maintenir la convivialité et l'esprit de Groupe ont pu être organisés.

Pour la communication interne au quotidien, le Groupe peut s'appuyer sur son réseau social d'entreprise : HighConnect.

Cette plateforme, entièrement mise à jour en 2021, a pour objectif de faciliter les échanges internes, « Business » ou de « Vie du Groupe », à travers notamment : un fil d'actualité, une veille marché hebdomadaire, des revues de cas clients, de l'engagement via des concours internes, les faits marquants de la semaine et des mises en avant de collaborateurs (talents, nouveaux arrivants, portraits, etc.). Le recours au télétravail régulier depuis 2020 a fait de ce réseau social d'entreprise un véritable atout pour maintenir le lien social en relayant régulièrement des propositions de challenges sportifs, caritatifs ou ludiques aux équipes.

Il fait par ailleurs l'objet d'évolutions régulières pour mieux répondre aux usages et besoins des collaborateurs.



La filiale HighCo DATA diffuse d'autre part aux collaborateurs inscrits une newsletter mensuelle interne nommée « WikiDATA », éditée par et pour ses collaborateurs. Celle-ci récapitule les actualités business de la filiale, ainsi que l'ensemble des événements internes et externes du mois.

Par ailleurs, depuis 2016, l'association sportive « Olympique HighCo » (OHC) permet aux collaborateurs, principalement grâce à une dotation financière du Groupe, de participer à des activités et événements sportifs en organisant des sessions d'entraînement, certaines encadrées, directement dans les locaux du Groupe ou à proximité : fitness, pilates, yoga, cardio, danse, VTT, marche, running, etc.



En 2019, et afin de renforcer la cohésion entre les différentes filiales du Groupe, l'association OHC avait organisé la seconde édition des « HIGHCOLYMPIADES » intersites, en Belgique. Au-delà de partager un moment convivial, l'équipe vainqueur avait reçu une dotation financière pour faire un don à une association à but non lucratif préalablement choisie. Le succès de cet événement sportif a conduit l'association, avec le soutien du Groupe, à prévoir de l'organiser régulièrement. Cependant, les conditions sanitaires en 2020-21 n'ont pas permis de le faire. Une réflexion est en cours pour l'organisation d'une nouvelle édition en 2023 ou 2024 sous un nouveau format.

En 2022, l'OHC a poursuivi les efforts initiés post COVID pour relancer l'activité sportive en entreprise, notamment en diversifiant les cours de sport proposés aux collaborateurs (zumba, *hiit*, stretching), ainsi qu'en activant des partenariats auprès de salles de sport locales. OHC se mobilise par ailleurs en faveur d'événements sportifs solidaires, en permettant aux collaborateurs de participer par exemple à des courses : les « Bacchantes », la « Course du souffle » et « Octobre Rose ».

En mai 2022, à l'initiative de collaborateurs et avec le soutien du Groupe (dotation financière), a été créée l'association HAGIR. Cette association a pour objet de sensibiliser les collaborateurs à l'écologie et de mener des actions en faveur de l'environnement au sein du Groupe.

Les actions d'HAGIR s'articulent autour de la préservation de la biodiversité, la gestion des déchets, l'accompagnement à la mobilité douce mais également la publication de contenu informatif sur HighConnect et la programmation d'animations sur les différents sites.



Les associations OHC et HAGIR ont pour ambition de multiplier les événements rassemblant sport et écologie dans les années à venir, notamment en poursuivant l'organisation commune de marches « Zéro déchet » comme en 2022.

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

- « Sharing & Learning », politique d'échange et de partage pour développer la culture digitale des collaborateurs au travers des rencontres avec des experts métiers et des échanges avec les parties prenantes ;
- « Welcome Morning », parcours d'intégration des nouveaux collaborateurs du Groupe ;
- « Feedback Meeting », réunions trimestrielles ouvertes à l'ensemble des collaborateurs belges, lancées en 2022, pour permettre aux collaborateurs de s'informer sur les actualités de la filiale et du Groupe.

Formation

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

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

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

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

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

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

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

2022	Collaborateurs formés en CDI	Collaborateurs formés en CDD	Nombre d'heures de formation	Montant investi (en K€)
France	147	4	2 422	146
Belgique	59	-	809	28
Autres pays	1	-	2	-
Total	207	4	3 233	174

2021	Collaborateurs formés en CDI	Collaborateurs formés en CDD	Nombre d'heures de formation	Montant investi (en K€)
France	162	-	2 592	167
Belgique	59	-	1 049	30
Autres pays	-	-	-	-
Total	221	0	3 641	196

Le budget formation est en légère baisse et représente 0,6 % de la masse salariale du Groupe en 2022 (174 K€), contre 0,7 % en 2021 (196 K€).

Ces tableaux appellent les commentaires suivants :

- les formations présentées sont celles imputées sur le budget 2022 de formations ;
- les personnes formées sont des collaborateurs différents ayant débuté au moins une formation dans l'année ;
- en France, les données présentées incluent les formations issues du CPF (Compte Personnel de Formation) mais ne tiennent pas compte des heures provenant des formations internes ;
- en Belgique, les heures présentées incluent des formations financées via l'accord réglementaire.

En France, les formations suivies dans le cadre du CPF en 2022 ont représenté une quote-part de 57 heures pour un montant de 4 K€ (un collaborateur formé). En 2021, il n'y avait pas eu de formation suivie dans le cadre du CPF.

Ainsi, sur ces bases, en 2022, pour l'ensemble du Groupe, 3 233 heures de formation ont été engagées par 211 collaborateurs différents, dont 207 en CDI. Cela représente en moyenne plus de 15 heures de formation par collaborateur formé, soit environ deux jours.

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

2021 : 34,6 %

2022 : 33,5 %



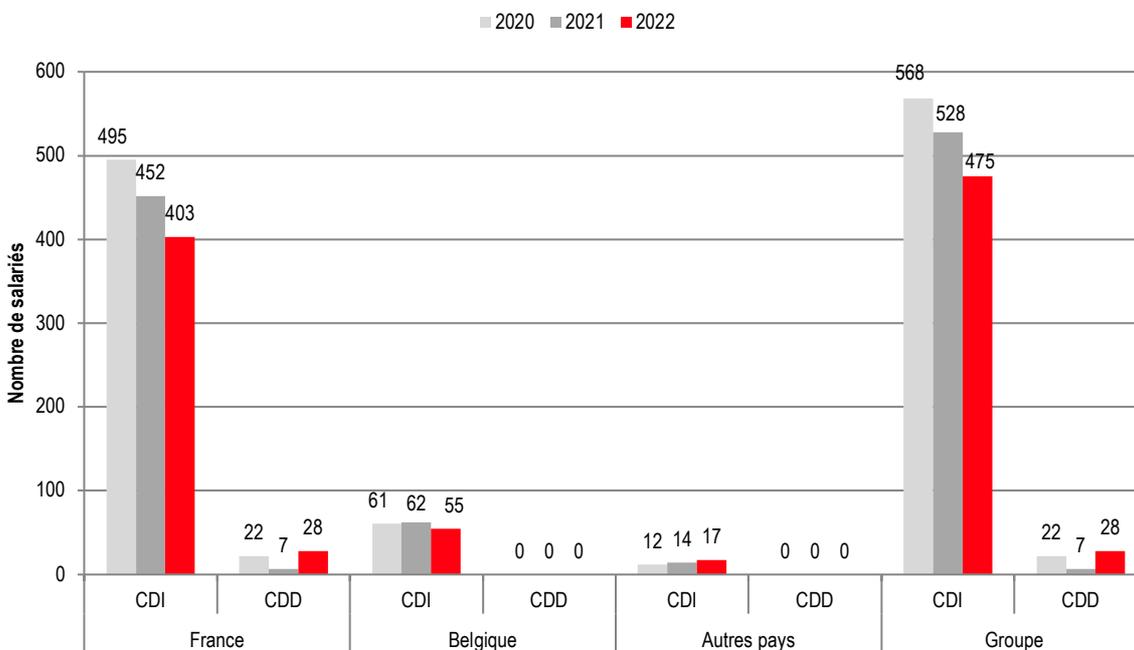
Objectif moyen-terme
≥ 50,0 %

⁽¹⁾ collaborateurs distincts en CDI

Cet objectif est ambitieux comme le montre les résultats sur les deux dernières années mais doit être maintenu afin de limiter le risque de perte du niveau de compétence des collaborateurs. Une réflexion va donc être lancée pour encourager les collaborateurs à suivre des formations régulièrement, sensibiliser les managers à ce sujet et mettre en place un nouvel outil de suivi des formations.

Egalité de traitement

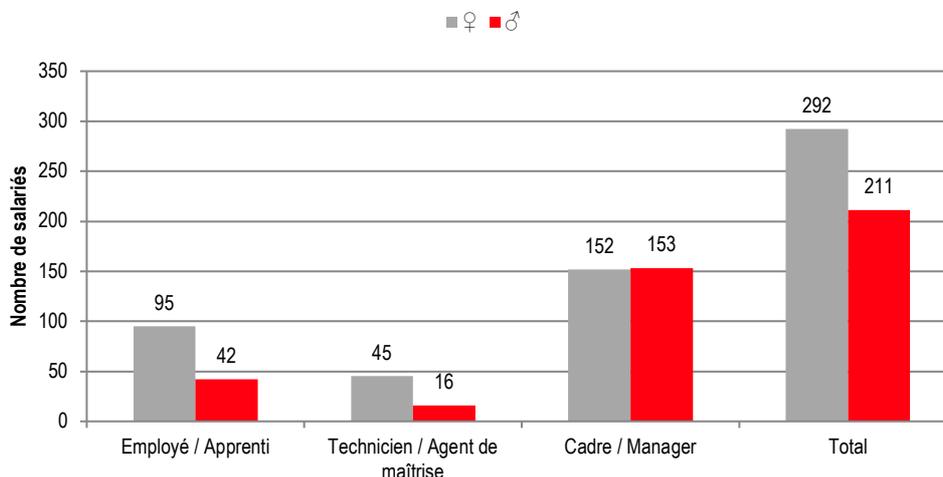
Évolution des effectifs par type de contrats



Le Groupe a généralement peu recours à des contrats à durée déterminée (CDD), ce qui s'explique par le besoin d'une main d'œuvre stable, qualifiée et expérimentée pour répondre aux attentes des clients. Néanmoins, pour certaines campagnes promotionnelles ponctuelles nécessitant plus de réactivité, le Groupe peut être amené à embaucher des CDD ou des travailleurs intérimaires. La proportion de contrats à durée indéterminée diminue fin 2022, s'affichant à 94,4 % contre 98,7 % à fin 2021. La baisse de ce ratio s'explique notamment par le recours à des *freelance* qui ne sont pas, par définition, des salariés en CDI.

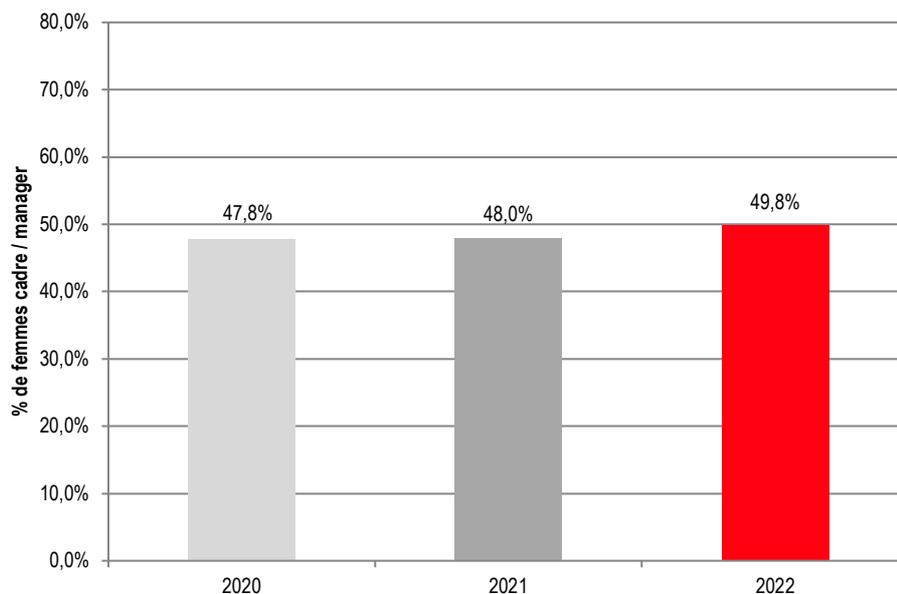
Égalité professionnelle entre femmes et hommes

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 2022, un nouvel accord d'entreprise sur l'égalité femmes-hommes a été signé par HighCo Data France, filiale la plus importante du Groupe en termes d'effectifs ; le précédent daté de 2019. Cet accord engage cette filiale à assurer une véritable mixité dans tous les secteurs et dans toutes les étapes de la vie professionnelle des salariés.



Les femmes représentent 58,1 % des effectifs à fin 2022.

L'analyse des postes occupés par les femmes au sein du Groupe à fin 2022 traduit toujours la volonté affichée de donner aux femmes et aux hommes les mêmes chances d'évolution, en particulier au niveau des « cadres/managers ».

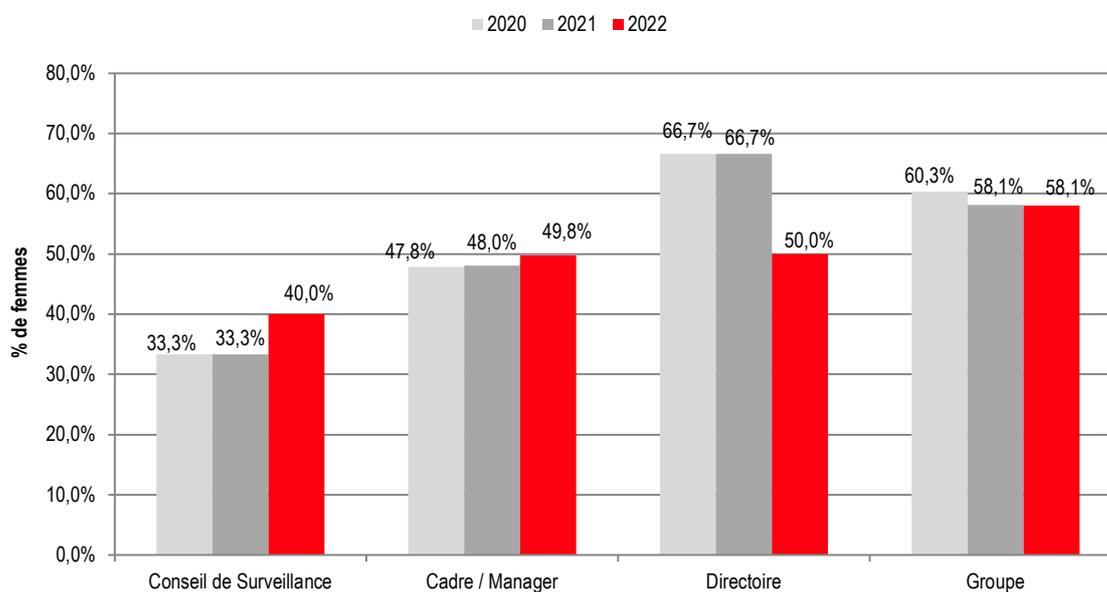


Avec une part de femmes de 49,8 %, la parité au niveau des « cadres / managers » est désormais quasi atteinte à fin 2022 (48,0 % à fin 2021).

Au niveau des organes statutaires de gouvernance du Groupe :

- 40 % des membres du Conseil de HighCo, organe de surveillance du Groupe, sont des femmes ;
- le Directoire est composé à parité d'une femme et d'un homme.

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



Personnel en situation de handicap

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

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

En 2022, le Groupe a employé directement 6 collaborateurs en situation de handicap.

Par ailleurs, le Groupe peut faire appel à des entreprises adaptées 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 de paniers garnis pour les collaborateurs ou les clients ;
- la fourniture de bureaux.

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 et RSE, rappelle en particulier que le Groupe rejette toute forme de discrimination, de harcèlement, d'intimidation ainsi que tout comportement et propos humiliant. Elle a été renforcée par l'adhésion, dès 2014, au Global Compact.

En France, le service de recrutement, chargé d'évaluer humainement et techniquement les candidats, est composé de trois personnes, sensibilisées à la lutte contre toute forme de discrimination et à la promotion de l'égalité des chances. Il fait appel, le cas échéant, à des cabinets de recrutement spécialisés.

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. En France et en Belgique (97 % des effectifs), le Groupe est doté d'un service ressources humaines qui s'assure du respect des dispositions fondamentales du droit du travail.

Le Groupe adhère ainsi aux plus hauts standards internationaux relatifs aux droits humains dans la conduite de ses activités et s'engage notamment à respecter la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme, les principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme, la Déclaration sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes, ainsi que la Déclaration sur les droits de l'Enfant.

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 et consommateurs.

Les notions de lutte contre la corruption et le blanchiment d'argent sont désormais intégrées dans la charte des achats responsables.

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

En 2018, le Groupe a adopté un Code de conduite anti-corruption basé sur celui de Middlenext, communiqué à l'ensemble des salariés par le Directoire, qui s'attache à lutter contre toutes les formes de corruption. A la suite de l'entrée en vigueur de la loi Wasserman de mars 2022 et de son décret d'application d'octobre 2022, le groupe HighCo a fait évoluer son dispositif d'alerte interne. Celui-ci doit être adopté courant 2023.

Conformément à la loi Sapin 2, une première cartographie des risques de corruption et de trafic d'influence, avait été réalisée en 2018. Elle a été actualisée en 2021 et partagée avec le Conseil de Surveillance. Cette actualisation montre que le Groupe est toujours faiblement exposé aux risques de corruption. Un plan d'actions a été mis en place à la suite des conclusions de cette cartographie et est déployé de manière continue afin de permettre à HighCo de poursuivre son engagement de lutte contre la corruption.

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

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

Des sessions de formation sont régulièrement effectuées aux équipes comptables et aux personnes dites « à risques », la dernière datant de novembre 2022. Des actions de sensibilisation à l'ensemble des collaborateurs sont déployées, en témoigne la dernière réalisée via un outil d'*e-Learning* fin 2021.

Parallèlement, le Groupe a mis en place depuis de nombreuses années des procédures internes de contrôle permettant de limiter les risques de corruption et de fraude. Ces procédures ont été renforcées en 2020. Une procédure d'évaluation des tiers, notamment à destination des services comptables, a été mise en place en 2020, et révisée en 2021. Les contrats et conditions générales d'achats et de ventes intègrent également des dispositions relatives au dispositif anticorruption du Groupe. Ces procédures sont synthétisées dans la partie « Rapport d'activité » du document d'enregistrement universel 2022 (pages 64-74).

Enfin, si un collaborateur du Groupe ou un tiers concerné a connaissance d'un crime ou d'un délit, d'une violation, d'une menace ou d'un préjudice, de conduites ou de situations contraires au Code de conduite anticorruption, il est invité à le signaler en se conformant au dispositif d'alerte disponible sur le réseau social d'entreprise et le site Internet de HighCo. Ce Code et le dispositif d'alerte sont par ailleurs remis à chaque nouveau collaborateur lors de son arrivée dans le Groupe. Ce dispositif d'alerte a été mis à jour à la suite de la loi Wasserman (mars 2022) et de son décret d'application (octobre 2022) afin de renforcer la protection des lanceurs d'alerte et plus particulièrement de prévoir :

- la possibilité pour des personnes autres que les collaborateurs du Groupe d'effectuer un signalement ;
- l'élargissement des cas de violation, menaces ou préjudices, pouvant être signalés ;
- une simplification des modalités de signalement (choix de trois canaux possibles : signalement interne, signalement externe, divulgation publique sous conditions) et des délais de traitement des alertes internes raccourcis (7 jours pour accuser réception et 3 mois pour traiter) ;
- le renforcement des mesures de protection des lanceurs d'alerte, en particulier contre toutes représailles (sanctionnées), et une nouvelle protection pour les « facilitateurs », qui les aident.

Afin de garantir la confidentialité et l'impartialité de son dispositif, HighCo a confié à un tiers externe indépendant le soin de recueillir les signalements et d'en examiner la recevabilité.

Sur le plan de la gouvernance, un Comité éthique est chargé de traiter les alertes jugées préalablement recevables par le tiers externe indépendant. Le Comité d'audit et RSE du Conseil de Surveillance effectue par ailleurs régulièrement un suivi de ce dispositif anticorruption.

Actions engagées pour prévenir l'évasion fiscale

Compte tenu de son activité et de son implantation géographique au sein de l'Union Européenne, en particulier dans des pays appliquant désormais le même taux d'impôt sur les sociétés (France, Belgique et Espagne), le Groupe est faiblement exposé au risque d'évasion fiscale. Le Groupe se conforme à ses obligations en matière fiscale en ayant recours, le cas échéant, à des avocats fiscalistes afin de s'assurer du respect des réglementations locales.

Par ailleurs, la charte des achats responsables de HighCo a été mise à jour en 2020 pour intégrer un engagement des fournisseurs de lutter contre toute forme de fraude fiscale.

INFORMATIONS SOCIETALES

Impact de l'activité du Groupe

En termes d'emploi

Depuis sa création, le Groupe a toujours conservé une forte implantation dans le département des Bouches-du-Rhône, où se situe son siège social, ainsi que certaines filiales. Il y emploie d'ailleurs 217 personnes à la fin 2022, soit près de la moitié des effectifs du Groupe (et plus de la moitié des collaborateurs français), ce qui en fait un acteur reconnu de la vie économique locale, notamment dans le domaine de l'emploi.

Sur les autres sites d'implantation, proches des villes de Bruxelles, Côme, Lyon, Madrid ou Paris, l'impact sur l'emploi des activités du Groupe est plus limité, du fait de la taille des sociétés par rapport au tissu économique local. Le regroupement des effectifs sur des sites uniques dans chaque pays facilite néanmoins l'accès aux différentes sociétés du Groupe, que ce soit notamment à Paris ou en Belgique (immeuble situé à Asse, en périphérie de Bruxelles).

En termes de développement régional

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

- le sport et l'entreprise, par la présence de M. Richard Caillat (Président du Conseil de Surveillance) au conseil d'administration de l'Association Olympique de Marseille, mais aussi des dotations financières auprès d'associations sportives locales ;
- la culture, par la participation, avec d'autres entreprises, à l'association Mécènes du Sud depuis sa création en 2003, dont la volonté est de stimuler la création artistique contemporaine régionale, ainsi que par la réalisation par des *street artists* d'œuvres enregistrées dans la *blockchain* sous la forme de NFT comme ce fut le cas pour les vœux HighCo 2022 ;
- la solidarité, à travers le Fonds HighCo pour Entreprendre, afin d'accompagner les jeunes entrepreneurs dans leur formation, leur insertion sociale et la réalisation de projets innovants ; dans ce cadre, HighCo a noué un partenariat avec l'association « Entreprendre pour Apprendre » qui interconnecte les écoles et les entreprises dans le but de sensibiliser la jeune génération à l'entrepreneuriat par l'expérimentation ; HighCo a par exemple proposé à une classe de collégiens de relever le défi de répondre à la problématique « Comment allons-nous faire nos courses alimentaires en 2070 ? » puis de présenter leurs projets devant un jury composé de collaborateurs du Groupe ;
- l'entrepreneuriat, au travers du « Prix Frédéric Chevalier » en vue d'aider de jeunes entrepreneurs à passer de la phase d'idée à la phase de projet ; ainsi, les collaborateurs du Groupe sont invités à partager leurs expertises et leurs expériences pour guider les jeunes lauréats de ce Prix ;
- le développement urbain, par l'adhésion du dirigeant de High Connexion à l'association concernant le développement d'un quartier d'Oullins (ville voisine de Lyon).

Relations avec les parties prenantes

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

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

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

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

HighCo encourage par ailleurs ses filiales à publier directement des informations sur leur écosystème d'affaires et/ou à mettre à disposition de leurs clients des outils opérationnels tels que des infographies, des articles et des newsletters :

- HighCo DATA publie tous les mois des actualités sur son blog (www.highco-data.fr/category/actualites/). Ce blog permet de partager des informations sur le commerce, l'activation shopper, des cas clients et, enfin, des données clés du marché. Ces informations sont également transmises par le biais d'une newsletter mensuelle ;
- Useradgents a développé deux newsletters : une hebdomadaire, « Friday's Watch », qui permet de recevoir des informations « Tech & Innovation », et une trimestrielle, « Les news de l'agence » qui est un condensé de ses actualités (nouveaux projets, articles de fonds, conférences, etc.) ;
- HighCo Mindozza publie également une newsletter hebdomadaire, « Demain, la veille », qui décrypte les actualités social media, métavers et influence, ainsi qu'un « Metannuaire » pour répertorier toutes les initiatives métavers de marques.

Au-delà de ces actions, le Groupe se voit régulièrement récompensé pour son innovation, renforçant ainsi son positionnement au sein de son écosystème d'affaires.

Useradgents a par exemple remporté sept prix en 2022, tous récompensant le projet de *virtual store* (magasin virtuel) développé pour le client Printemps. L'objectif de cette campagne était d'inviter les clients du Printemps à tester une nouvelle expérience d'achat, dans un magasin en 3D, et de découvrir les NFT. Le jury « Les Cas d'OR – Digital Retail » a décerné à Useradgents le prix « OR » de l'« expérience client augmentée ».

HighCo Shopper a également accompagné les enseignes du groupe Casino dans deux projets récompensés aux « Trophées de l'innovation LSA » : un prix pour la campagne de communication « Le vrai goût des saisons » pour promouvoir la consommation des produits de saison et valoriser le savoir-faire des producteurs locaux engagés dans le respect de la nature, et un second prix pour les *live shopping* hebdomadaires animés par les équipes du distributeur permettant de fidéliser et recruter de nouveaux clients.

Par ailleurs, au-delà de ces fortes implications professionnelles, le Groupe soutient les initiatives de partenariat avec des parties prenantes non professionnelles.

Depuis 2017, la filiale High Connexion propose, en partenariat avec les opérateurs de télécommunication, à des associations / ONG, la collecte de dons par SMS. Cette expertise technique a notamment permis aux différentes parties prenantes de pouvoir se mobiliser dans la collecte de dons dès le début du conflit russo-ukrainien en mars 2022. Cette activité réglementée, qui fait l'objet d'un agrément auprès de l'ACPR – Banque de France, a permis de collecter 3,5 M€ de dons en 2022 (1,1 M€ de dons en 2021).



Fin 2022, à la suite du réaménagement des locaux d'Aix-en-Provence et au rapprochement des équipes dans un même bâtiment, le Groupe a fait le choix de faire don du surplus de mobilier. De ce fait, plusieurs associations et écoles locales ont pu s'équiper et réaménager leurs locaux.

En 2022, également, sous l'impulsion de l'association HAGIR et avec le soutien financier du Groupe, plusieurs fresques collaboratives ont été organisées sur les sites de Paris et Aix-en-Provence. Les 47 collaborateurs participants aux Fresques du Climat ont par exemple été sensibilisés au changement climatique. La participation des collaborateurs à ces ateliers était volontaire. Fin 2022, à la suite d'un vote interne pour le choix de nouvelles thématiques de fresques, la Fresque de l'Alimentation a également permis de sensibiliser 40 collaborateurs aux enjeux environnementaux, sanitaires et sociaux liés à l'alimentation. D'autres fresques collaboratives sont à l'étude pour 2023 afin de poursuivre les campagnes de sensibilisation.

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

HighCoVENTURI

Les projets en cours lancés par le start-up studio sont :

- HighCo Nifty et le coupon de réduction digital universel ;
- HighCo Coupon[AI] et l'e-coupon intelligent ;
- HighCo Metaland et son offre pour accompagner les marques et distributeurs qui font leurs premiers pas dans le web3 ;
- The feedback Club (FDBK) et sa solution de mise en relation d'influenceurs avec leur audience ;
- HighCo Merely, start-up « MarTech » dédiée à la digitalisation du processus promotionnel des distributeurs.

Les projets initiés en 2022 ont mobilisé directement ou indirectement une dizaine de collaborateurs du Groupe.

Depuis sa création, le Groupe a d'ailleurs toujours mené une ambitieuse politique de création et d'acquisition de start-up et encouragé cet esprit entrepreneurial. Pour aller encore plus loin dans sa démarche, et fidèle à ses valeurs – Innovation, Performance, Respect et Passion – HighCo a créé en 2017 le « Fonds HighCo pour entreprendre ». L'objectif de ce fonds est d'accompagner concrètement les jeunes entrepreneurs dans leur formation, insertion sociale, réalisation de projets innovants, en particulier digitaux, solidaires ou répondant à des problématiques de protection de l'environnement et de développement durable.



Ce Fonds décerne chaque année depuis 2018 le « Prix Frédéric Chevalier », fondateur de HighCo, destiné à soutenir le projet d'un jeune, de 18 à 30 ans, sur la région Pays d'Aix Marseille. En 2022, le prix « Frédéric Chevalier » a été décerné à deux jeunes entrepreneurs souhaitant développer deux projets distincts : le projet « V.RTU & Le Bracelet V.Touch » (catégorie « Innovation/ web3 ») – un bracelet qui exploite notre façon de percevoir le sens du toucher des objets en réalité virtuelle, et le projet « TravelHand » (catégorie « Impact positif ») – une agence de voyage spécialisée pour les personnes en situation de handicap ou ayant une maladie invalidante. De plus, le lauréat de la première édition (2018) a concrétisé son projet d'offrir une plateforme permettant de se créer des parcours touristiques sur-mesure. Il a depuis remporté de nombreux prix, reçu des subventions et trouvé de nouveaux associés. Il travaille à présent avec une cinquantaine d'offices du tourisme et héberge, sur sa plateforme « Coq-trotteur », de nombreux commerçants et artisans, avec « *une dynamique de circuit court à fort impact social, local et environnemental* ».

Lauréats du prix Frédéric Chevalier

2022	Heidy Daumas avec : « V.RTU & Le Bracelet V.Touch » Cindy Fabbricelli avec « TravelHand »
2021	Martin Lombardo et Quentin Rey avec « Tekshelf » Oscar Mondesir avec « La ola » rebaptisé "Sportingoodz"
2020	Nicolas Mattei avec « Loop » Marie-Laurence Heimbürger avec « EcoSave »
2019	Julie Boissard avec « BeEthic » Lucas Le Ray avec « Shelt.In » (Prix coup de cœur)
2018	Nicolas Garcin avec « Coq-trotteur »

Loyauté des pratiques à l'égard des consommateurs

Par son activité, les mesures prises en faveur de la santé et de la sécurité des consommateurs restent limitées pour HighCo.

Néanmoins, en tant que fournisseur de solutions marketing et de communication à des marques de grande consommation, le Groupe est amené à traiter des données pour le compte de ses clients.

Conformément au RGPD, le Groupe dispose d'une organisation et de procédures destinées à protéger les données personnelles qu'il traite tant pour son compte, notamment comme employeur, que pour le compte de ses clients. Ces procédures définissent la gouvernance et les principales règles de bonne conduite à suivre en vue d'assurer la protection des données personnelles et la vie privée des individus, en particulier des employés et des consommateurs, ainsi que des partenaires commerciaux de HighCo. Ces procédures sont régulièrement mises à jour.

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

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

En 2022, 270 demandes d'opposition, d'accès ou de suppression de données personnelles émanant de consommateurs, candidats, etc. ont été traitées par HighCo. Cette forte baisse par rapport à 2021 (1 155 demandes traitées) est en partie liée à une opération ponctuelle de sous-traitance pour un distributeur en Belgique en 2021. En dehors de cette opération ponctuelle, les demandes auraient été en légère hausse en 2022. Toutes ces demandes ont été traitées selon le règlement européen en vigueur.

**% de demandes
de droits des personnes traitées**
2021 : 100 %
2022 : 100 %



**Objectif moyen-terme
100 % de demandes traitées**

Cet objectif ayant été durablement atteint, une réflexion a été lancée en 2022 pour le faire évoluer et ainsi poursuivre l'amélioration des pratiques du Groupe à l'égard des consommateurs.

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 2022 de plus de 146 M€ et une marge brute de près de 77 M€, c'est près de 69 M€ d'achats directs qui sont réalisés (61 M€ en 2021), soit 47 % du chiffre d'affaires 2022 (44% en 2021).

Les principaux types de services ou prestations achetés ou sous-traités sont :

- achat de « trafic SMS » auprès des opérateurs de télécommunication dans le cadre des activités de « Push Marketing » ;
- lecture et encodage de données marketing pour les activités de clearing ;
- achat de papier, cartons, PLV (Publicité sur le Lieu de Vente), 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 ;
- prestation informatique et technologique ;
- prestation logistique.

Depuis 2014, HighCo demande par ailleurs à ses principaux fournisseurs et sous-traitants de signer sa charte des achats responsables. Basée notamment sur les dix principes du Global Compact, cette charte s'inscrit dans la volonté du Groupe de construire une relation durable avec ses principaux partenaires. Les fournisseurs signataires, en collaborant avec des entités du Groupe HighCo s'engagent à respecter les principes de la Charte des Achats Responsables et à contribuer à la mise en œuvre de cette démarche de progrès continu. Cette charte a été mise à jour en 2020 afin d'intégrer les sujets de lutte contre la corruption, de blanchiment d'argent, de fraude fiscale ainsi que de conformité au RGPD.

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

En France, des vérifications sont également effectuées auprès des prestataires « *free-lance* ». Les principaux imprimeurs sont visités afin de vérifier la réalité et la fiabilité du matériel.

Depuis 2019, HighCo Data France dédie un service achat « responsable » aux nouvelles problématiques de ses clients. Les critères RSE sont ainsi intégrés dès les achats. En fonction des besoins, les filiales peuvent également être amenées à se faire accompagner par des experts dans leur recherche de fournisseurs RSE à l'étranger.

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

Le Groupe peut recourir à la sous-traitance dans des pays hors UE. A ce titre, les activités de traitement de coupons et d'offres promotionnelles 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 ;
- les fondamentaux de l'Organisation Internationale du Travail, notamment en ce qui concerne le travail des enfants ;
- les règles en vigueur en matière de protection des données à caractère personnel ;
- les principes RSE contenus dans la Charte des Achats Responsables du Groupe.

De plus, le Groupe procède régulièrement à des visites sur les sites de production afin de s'assurer du respect du contrat.

INFORMATIONS ENVIRONNEMENTALES

Depuis 2014, le Groupe relaie auprès de ses collaborateurs sa politique environnementale organisée autour de quatre 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 & RSE travaille à la mise en place d'une stratégie environnementale cohérente pour le Groupe, et au suivi d'indicateurs.

Démarches d'évaluation ou de certification

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

Acteur majeur de la notation ESG, Gaïa Research mène depuis 2009 une campagne annuelle de collecte de données couvrant l'essentiel des PME-ETI cotées en France. Sur la base de ces informations, les sociétés sont notées sur leur niveau de transparence et de performance. Les cotations sont réalisées selon 120 critères (environnement, social, gouvernance et parties prenantes externes) et utilisées par des sociétés de gestion de premier rang dans leur processus de gestion et de décision d'investissement.



Par ailleurs, sur le plan environnemental, le Groupe réalise, depuis 2015 en France et depuis 2018 en Belgique, un bilan des émissions de gaz à effet de serre (BEGES, scope 1 & 2) sur ses principaux sites, représentant 98,1 % de la marge brute 2022 du Groupe.

De manière générale, le Groupe n'impose pas mais encourage puis accompagne ses filiales dans leurs 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 bureaux sont des déchets classiques : papeterie, cartouches d'imprimantes, matériel informatique en fin de vie. Chaque site du Groupe dispose de poubelles de tri du papier, qui sont récupérées par des organismes spécialisés dans le recyclage. Les cartouches d'imprimantes usées et le matériel informatique obsolète sont triés puis récupérés par les prestataires qui en assurent le recyclage ou la destruction. Les capsules usagées de café sont également collectées et recyclées.

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

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

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

PHENIX est une entreprise sociale qui accompagne ses clients professionnels (grande distribution, industriels, secteur événementiel, etc.) dans leur transition vers l'économie circulaire, en répondant avec les solutions les plus innovantes et adaptées à leurs problématiques de réduction de gaspillage et de valorisation des déchets. En professionnalisant, structurant et simplifiant leurs flux de dons, revente, ou recyclage de produits alimentaires et non alimentaires, et en accompagnant leurs équipes sur le terrain, PHENIX permet à ses clients d'améliorer leur empreinte écologique et sociétale, tout en générant des gains économiques substantiels. Son chiffre d'affaires s'est élevé à 9,76 M€ en 2022. Aujourd'hui, avec plus d'une centaine de collaborateurs, PHENIX est la start-up leader de l'« anti-gaspi » en Europe, avec pour objectif de sauver 450 000 repas par jour en 2023, dans dix pays européens.



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

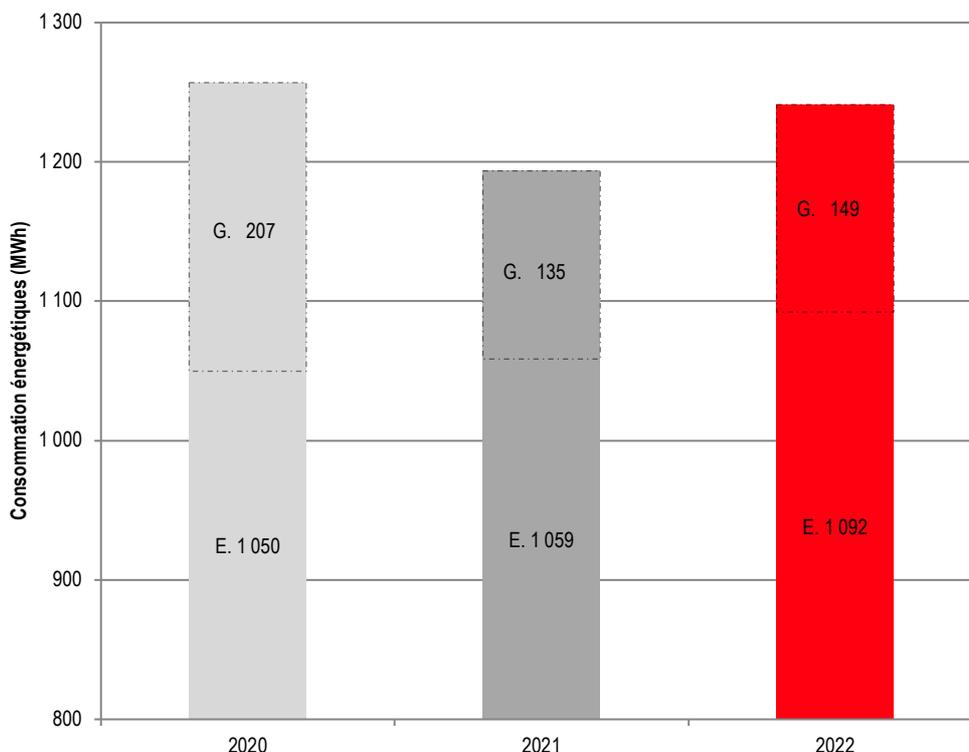
Matières premières

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

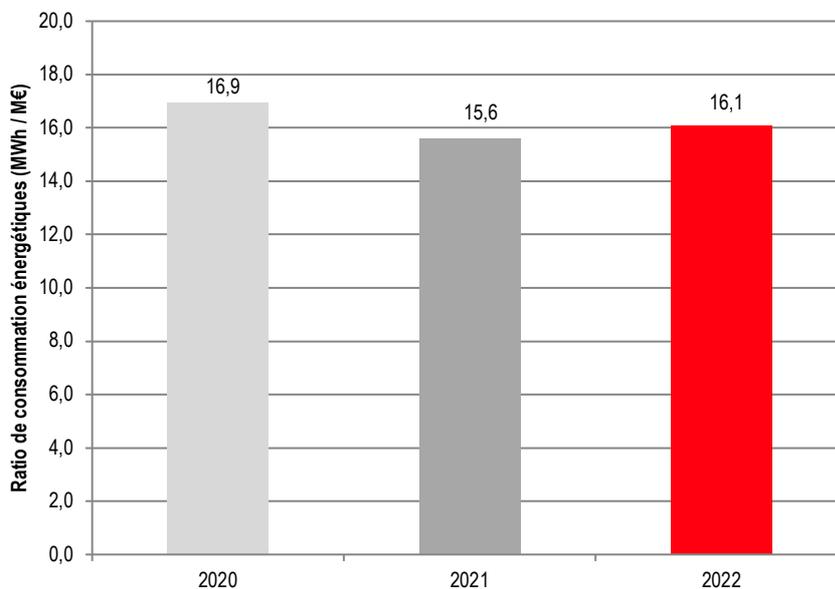
Néanmoins, la digitalisation des solutions du Groupe, axe stratégique prioritaire de HighCo, a permis de réduire la consommation de papier année après année. Avec plus de deux tiers de ses activités dans le Digital (67,00 % de la marge brute 2022 du Groupe) HighCo a réussi sa mutation digitale et propose désormais à ses clients marques et distributeurs des solutions adaptées aux enjeux du commerce de demain.

Consommations d'énergies et d'eau

La consommation d'énergies (électricité et gaz) est en hausse de + 4,0 % et ressort à 1 241 MWh en 2022, contre 1 194 MWh en 2021.



Afin de mesurer l'évolution des consommations d'énergies par rapport à l'évolution de l'activité, le Groupe suit un ratio spécifique de consommation énergétique : consommation énergétique en MWh / M€ de marge brute (MB). Ce ratio est en hausse de +0,5 MWh / M€ de MB en 2022 (+3,1 %) et s'affiche à 16,1 MWh / M€ de MB. Pour rappel, ce ratio était de 19,5 MWh / M€ en 2018, première année de publication sous le périmètre actuel.



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

Le Groupe communique uniquement ses consommations d'électricité et de gaz. Celles d'eau demeurent faibles, et la marge de manœuvre du Groupe sur sa consommation reste limitée, étant donné 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.

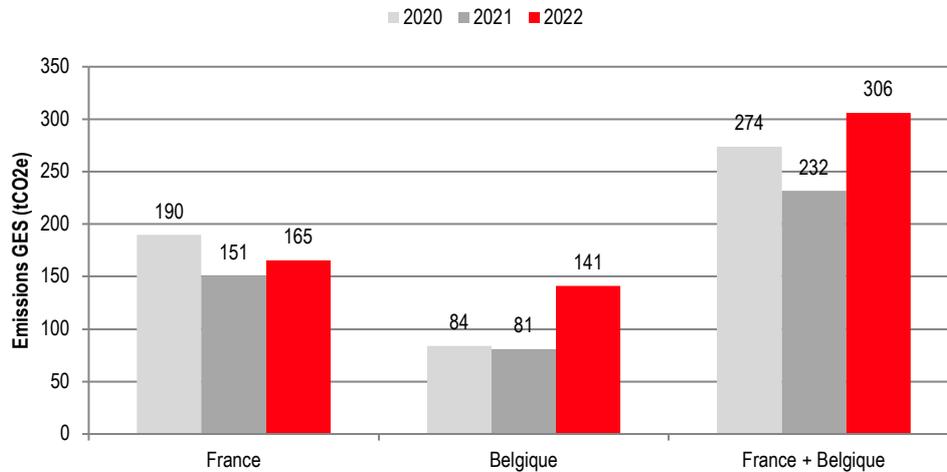
Changement climatique

Postes significatifs d'émissions GES

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

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

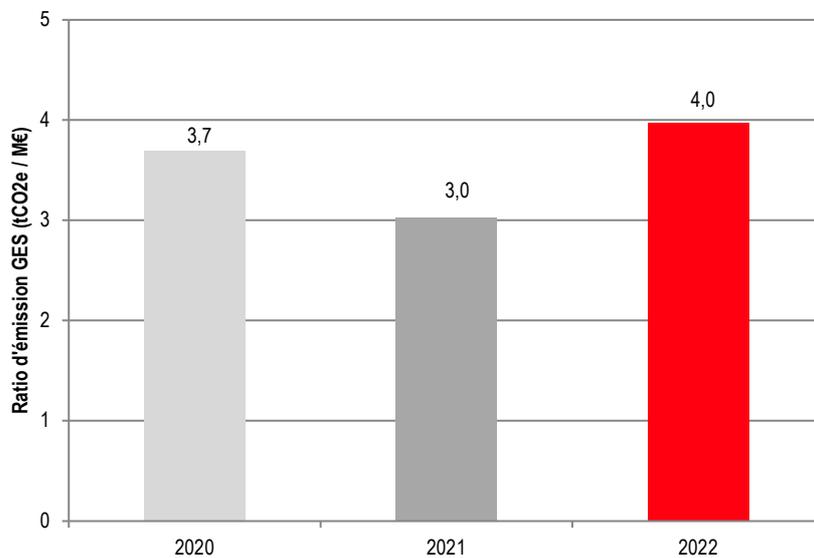
Comme mentionné dans ses « Démarches d'évaluation ou de certification » ci-avant, le Groupe réalise un bilan GES depuis 2015 en France et depuis 2018 en Belgique.



Les émissions GES (« scope 1 et 2 ») en France et en Belgique sont passées de 232 tCO₂e en 2021 à 306 tCO₂e en 2022, soit une hausse de 32,0 %.

Cette hausse de 74 tCO₂e des émissions s'explique principalement par :

- une hausse importante du nombre de kilomètres parcourus par la flotte automobile (+32,5 %), représentant +56 tCO₂e ;
- une hausse des émissions indirectes liées à la consommation d'électricité représentant +14 tCO₂e ;
- une forte hausse des émissions liées aux recharges de fluides frigorigènes.



Ces émissions représentent l'équivalent de 4,0 tCO₂e / M€ de MB en 2022, contre 3,0 tCO₂e / M€ de MB en 2021.

A fin 2022, le parc automobile du Groupe, en propre ou en location, est composé de 47 véhicules en France (identique à fin 2021), et de 20 véhicules à l'international (26 à fin 2021).

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 de nombreuses années, les collaborateurs qui bénéficient d'un véhicule de fonction sont orientés, lors du renouvellement de ce dernier, vers des modèles plus écologiques. Le covoiturage y est également encouragé.

De plus, fin 2022 quatre bornes supplémentaires comportant chacune quatre prises de recharge pour voitures électriques ont été installées sur le parking du siège. Au total, c'est désormais six bornes de recharge électrique (soit 24 prises) qui sont mises à disposition de l'ensemble des collaborateurs gratuitement.

A Paris, où le bâtiment du Groupe est situé en centre-ville, les transports en commun sont largement privilégiés par les salariés, d'autant plus que les places de parking privatives sont limitées. Par ailleurs, les déplacements en train, en clientèle ou entre les différents sites d'implantation du Groupe, sont encouragés, au détriment de l'avion.

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

Le 23 mars 2023.

Le directeur



HighCo

www.highco.com

365, avenue Archimède
CS 6034613799
Aix-en-Provence Cedex 3 France
T. +33 4 42 24 58 24
F. +33 4 42 24 58 25

8, rue de la Rochefoucauld
CS 3050075427
Paris Cedex 9 France
T. +33 1 77 75 65 00
F. +33 1 77 75 65 10

Kruiskouter1 1730
Asse Belgium
T. +32 2467 3333
F. +32 2467 3334