

DÉCLARATION

DE PERFORMANCE

EXTRA-FINANCIÈRE

2021



Up

Ça fait du bien
au quotidien

SOMMAIRE

ÉDITO	03
WE ARE UP	04
UP DANS LE MONDE	07
LE MODÈLE D'AFFAIRES	09
LE CONSEIL D'ADMINISTRATION ET LE COMITÉ EXÉCUTIF	11
PROJET STRATÉGIQUE ET ENJEUX RSE	13
RAPPORT OTI	15
NOTE MÉTHODOLOGIQUE	18
GOVERNANCE	
SÉCURISER LE GROUPE	24
PROGRAMME ÉCONOMIQUE	
ENGAGER LE GROUPE DANS LA TRANSFORMATION	33
PROGRAMME SOCIAL	
ACCOMPAGNER LES COLLABORATEURS	39
PROGRAMME SOCIÉTAL	
IMPULSER LE POUVOIR D'AGIR ENSEMBLE	48
PROGRAMME ENVIRONNEMENTAL	
PROTÉGER ENSEMBLE NOTRE ENVIRONNEMENT	61



« Investir dans une démarche RSE a toujours été une évidence pour Up. Pourquoi ? Parce que nous sommes un groupe pionnier de l'économie sociale, solidaire, de proximité, en France et en Europe depuis 1964. »

Notre engagement nous conduit à mobiliser activement l'ensemble de nos sociétés et de nos collaborateurs autour de cinq axes de progression : gouvernance, économique, social, sociétal et environnemental. À travers cette Déclaration de Performance Extra-Financière, nous partageons en toute transparence, et auprès de l'ensemble de nos parties prenantes, les politiques mises en place, les déclinaisons en plans d'action, les résultats et les indicateurs clés de performance.

Notre engagement nous porte également à soutenir les dix principes du Pacte mondial des Nations unies et à contribuer aux Objectifs de développement durable.

Notre engagement nous pousse enfin, plus fondamentalement, à placer la responsabilité sociétale de l'entreprise au cœur de notre stratégie d'entreprise et de notre business model.

C'est pourquoi nous avons décidé, en 2021, de structurer la gouvernance RSE du groupe Up avec la mise en place inédite, dès janvier 2022, d'un comité de pilotage RSE stratégique et opérationnel. Il permettra au Conseil d'Administration du Groupe, à la présidence et à l'ensemble des directions en France et à l'international de travailler en coordination et transversalement sur nos cinq axes.

La transformation digitale de nos solutions et de nos innovations est guidée par l'ambition de démultiplier notre impact à la faveur de la démocratie participative, de la justice sociale, du partage de la valeur, de la solidarité territoriale et de la consommation responsable.

Par cette nouvelle gouvernance RSE, nous entendons piloter le groupe Up en faisant rimer développement économique et mission sociétale, telles les deux faces d'une même pièce.

Youssef Achour
Président du groupe Up

WE ARE UP



QUI SOMMES-NOUS ?

Chez Up, nous sommes 2951 collaborateurs qui entreprenons dans 22 pays au service d'une même ambition. Engagés pour le progrès social, nous croyons à l'épanouissement collectif et faisons converger les intérêts de chacun au service d'une société plus juste.

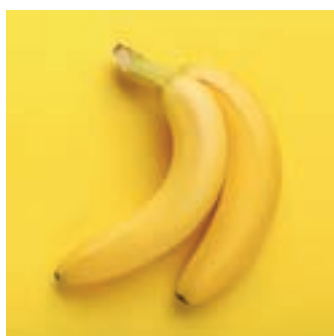
QUE FAISONS-NOUS ?

Chez Up, nous créons des solutions de paiement et de services à utilité sociale et locale. Nous donnons ainsi aux entreprises et aux collectivités les moyens d'agir, au plus près des territoires, en faveur de l'amélioration du pouvoir d'achat et de la qualité de vie des salariés et des citoyens.

Chez Up, nous militons pour favoriser l'accès à une alimentation plus saine, à la culture et aux loisirs pour tous et à une consommation plus responsable. Fidèles à notre modèle coopératif, nous contribuons ainsi à une société plus durable qui met l'humain au cœur de l'économie.

Dès ses origines, Up a su associer toutes ses parties prenantes (bénéficiaires, entreprises, commerçants, pouvoirs publics, partenaires sociaux, organisations de l'économie sociale et solidaire...) à la création du Chèque Déjeuner. Ce modèle original et pionnier a ensuite guidé notre diversification et porté notre développement à l'international.

« Up, ça fait du bien au quotidien. »



Une alimentation saine et équilibrée pour tous

L'alimentation est un vecteur de santé, de bien-être et de plaisir. Chez Up, nous voulons permettre au plus grand nombre de bien s'alimenter et de profiter de tous les bienfaits de la pause repas : équilibre alimentaire, déconnexion et lien social. Nos solutions redonnent à chacun du « pouvoir » : celui de se restaurer à proximité de son lieu de travail ou en déplacement, à moindres frais, et sans renoncer à la qualité. Notre réseau d'affiliés s'agrandit jour après jour pour offrir toujours plus de choix et de lien au quotidien.

Ainsi, nos solutions créent du lien social, renforcent les dynamiques de groupe et participent au développement local.



Tous acteurs de notre consommation

Les enjeux économiques, sociaux et environnementaux interrogent notre consommation et nous invitent à en être pleinement responsables. Le monde prend conscience de l'urgence de consommer autrement et plus durablement. Mais encore faut-il rendre ce changement possible. À notre échelle, nous encourageons cette dynamique en donnant les moyens au plus grand nombre d'être acteur de sa consommation en étant libre de choisir : consommer mieux, c'est pouvoir choisir de consommer local, éthique, bio...

C'est permettre à tous l'accès à une diversité de réseaux favorisant une consommation plus responsable.



La culture sans limite, ni discrimination

Encore trop de personnes restent à la porte des musées, des théâtres ou des librairies par contrainte financière ou parce qu'elles ne se sentent pas « légitimes » à investir ces lieux. Aux côtés des financeurs et des acteurs de la médiation culturelle, nous contribuons à gommer les barrières qui séparent encore trop d'individus de la culture et des loisirs. Encourageant l'ouverture d'esprit et la curiosité, nos solutions participent au tissage du lien social.

En démocratisant l'accès à la culture, elles favorisent la diversité artistique, contribuent à la vitalité des lieux culturels et des manifestations.



Un meilleur équilibre de vie

Aujourd'hui, chacun cumule divers rôles au sein de la société (parent, salarié, aidant familial...) et l'équilibre de vie est parfois un défi de tous les jours. Pourtant, il est une condition essentielle à notre santé et à notre qualité de vie. Pour attirer et fidéliser les talents, les entreprises évoluent et cherchent des solutions qui simplifient la vie quotidienne des salariés. Plus disponibles, ils sont plus sereins et plus efficaces au travail.

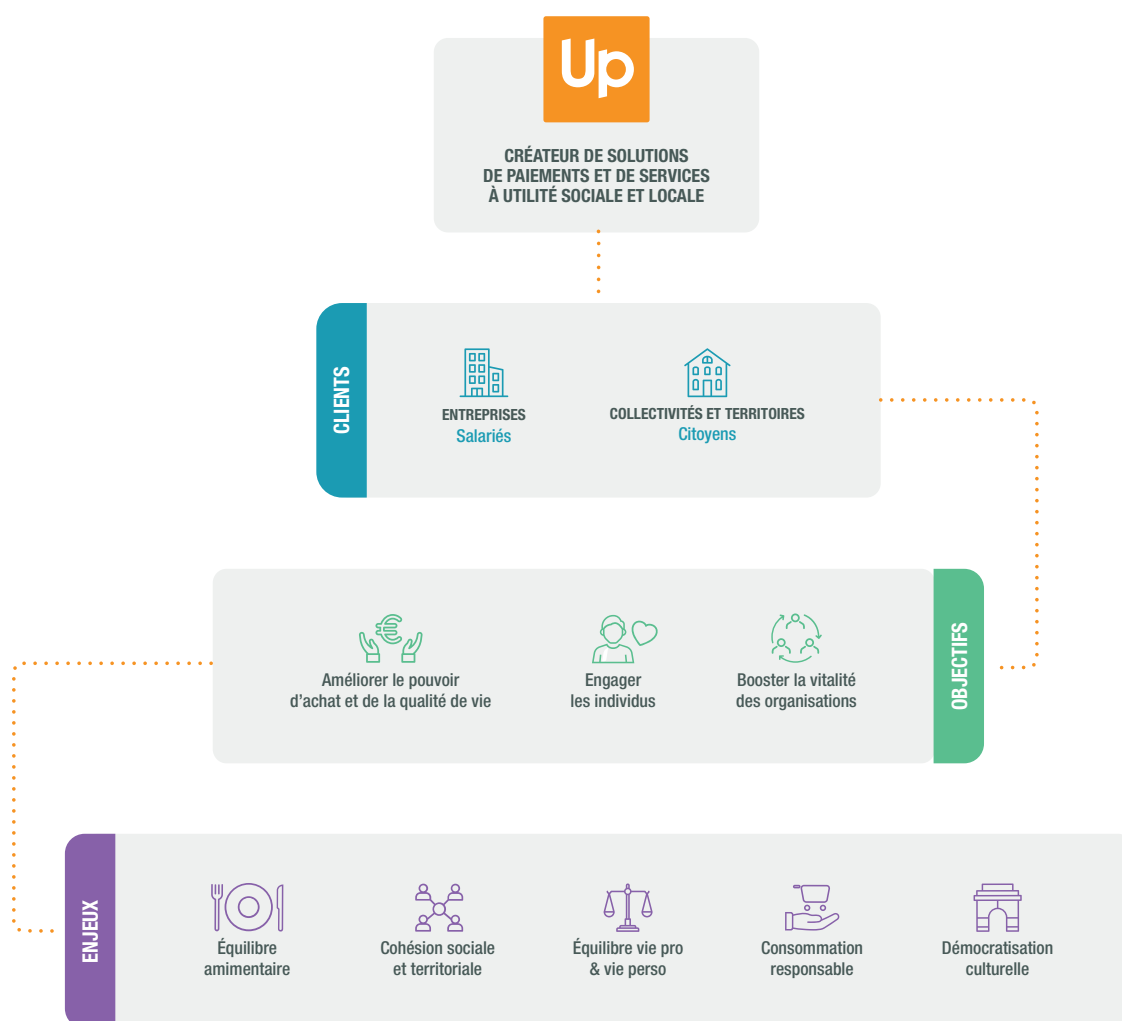
Pour satisfaire ces besoins, nous concevons des solutions à la carte utilisables dans un large réseau de partenaires qui facilitent la politique sociale des organisations, permettent à chacun de mieux concilier vie privée et vie professionnelle.



Une société où chacun trouve sa place

Handicap, égalité des chances, autonomie, vieillissement de la population, transition énergétique... Les problématiques de l'action publique et sociale sont multiples et pourtant toutes essentielles à la construction d'une société inclusive, une société où chacun vit décemment et est considéré comme un acteur pleinement impliqué. Pour autant, les situations de fragilité et de précarité sont de plus en plus fréquentes, alors que les dépenses publiques se contractent. Il est donc impératif d'allouer au mieux les aides, tout en veillant à la qualité de la relation avec les usagers. En dématérialisant les aides ou les subventions, nos solutions garantissent leur bonne affectation et utilisation, fluidifient la relation avec les usagers et améliorent la coordination entre les différents intervenants.

Up s'engage à faire de la transition numérique une opportunité pour relever les grands enjeux de l'action publique et sociale et garantir ainsi une place à tous.



LE GROUPE UP, ACTEUR DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE

Les statuts coopératifs de la maison mère du Groupe sont liés à la raison d'être de Up. Ils ont toujours permis de placer les principes et les valeurs de l'économie sociale et solidaire au cœur de la stratégie de l'entreprise. De portée universelle, les principes coopératifs portés par l'Alliance coopérative internationale (démocratie, liberté d'adhésion, durabilité et engagement envers la société) en constituent le socle. L'implication de Up à les promouvoir, tant en France que dans les pays où le Groupe opère, en lien avec ses parties prenantes, marque la volonté de l'entreprise de s'engager pour une économie plus durable, respectueuse de l'homme et de son environnement. D'ailleurs, les adhésions et le soutien de Up auprès de nombreuses organisations et associations de représentation des acteurs de l'Économie Sociale et Solidaire, du plus local (unions régionales des SCOP, chambres régionales de l'ESS France) au plus global (ESS Forum international, Institut de coopération sociale internationale), montrent l'attachement de Up à valoriser son modèle économique et démocratique auprès du plus grand nombre.



UP DANS LE MONDE



22 PAYS
SUR 4 CONTINENTS



1 M
DE CLIENTS*



565,6 M €
DE CHIFFRE D'AFFAIRES*



24 M
DE BÉNÉFICIAIRES*



2951
COLLABORATEURS

LES CHIFFRES CLÉS PAR ZONES GÉOGRAPHIQUES

AMÉRIQUES

 BRÉSIL  MEXIQUE

NOMBRE DE
SALARIÉS
728

NOMBRE DE
CLIENTS
239 238

NOMBRE DE
BÉNÉFICIAIRES
4,6 M

* Se référer à la note méthodologique pour le périmètre relatif à ces données

NORD-OUEST EUROPE

 ALLEMAGNE  BELGIQUE  FRANCE  HONGRIE
 POLOGNE  RÉPUBLIQUE TCHÈQUE  SLOVAQUIE



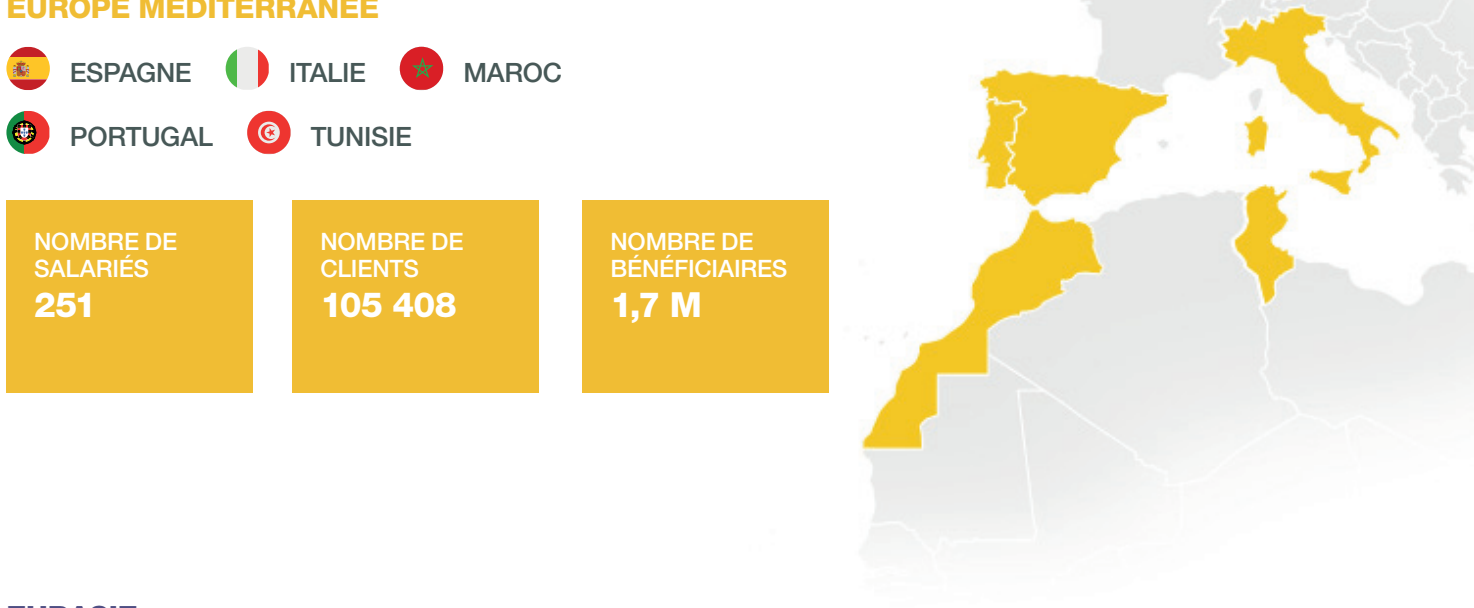
NOMBRE DE SALARIÉS
1 280

NOMBRE DE CLIENTS
568 416

NOMBRE DE BÉNÉFICIAIRES
15,2 M

EUROPE MÉDITERRANÉE

 ESPAGNE  ITALIE  MAROC
 PORTUGAL  TUNISIE



NOMBRE DE SALARIÉS
251

NOMBRE DE CLIENTS
105 408

NOMBRE DE BÉNÉFICIAIRES
1,7 M

EURASIE

 BOSNIE  BULGARIE  GEORGIE  GRÈCE  MOLDAVIE
 ROUMANIE  SERBIE  TURQUIE

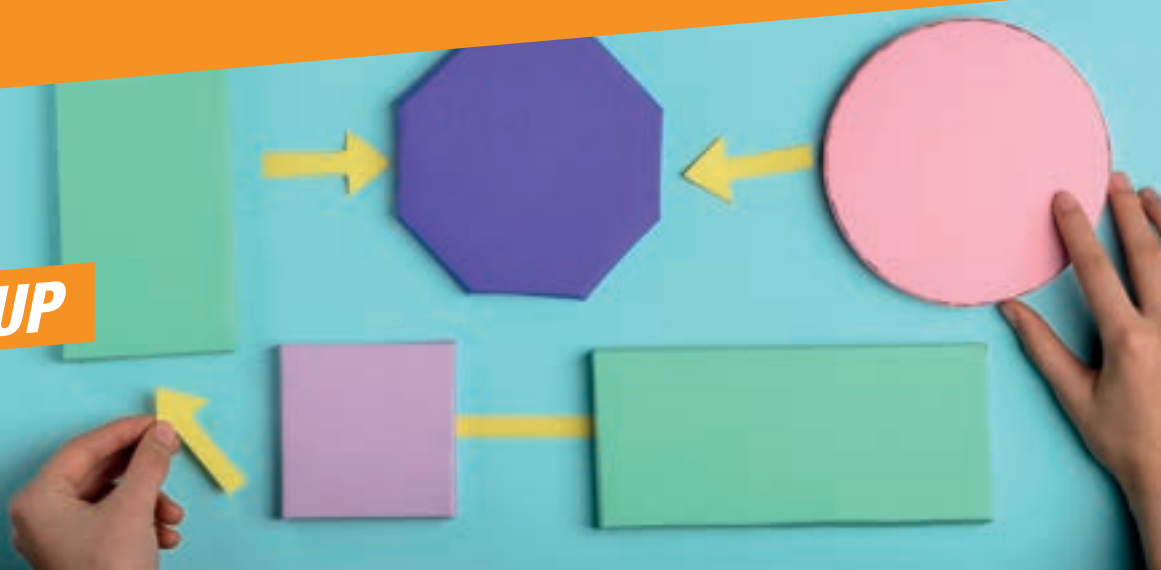


NOMBRE DE SALARIÉS
692

NOMBRE DE CLIENTS
160 421

NOMBRE DE BÉNÉFICIAIRES
2,5 M

LE MODÈLE D'AFFAIRES UP



Nos expertises

- Service client
- Service de monnaie électronique
- Réglementaire et affaires publiques
- Monétique
- Digitale
- Gestion de production industrielle

Nos ressources

Humaines



2951 collaborateurs dans le monde en 2021
68 % de taux d'accès à la formation

Culturelles



Un ADN coopératif, acteur majeur de l'ESS dans le monde
Partenariats en recherche et développement avec des start-up
100 % du capital de la maison mère est détenu par les sociétaires

Environnementales



56 % du papier de production de nos titres est issu de forêts durablement gérées
78 % de l'énergie consommée par nos sièges sociaux est issue de l'énergie renouvelable et de récupération

Technologiques

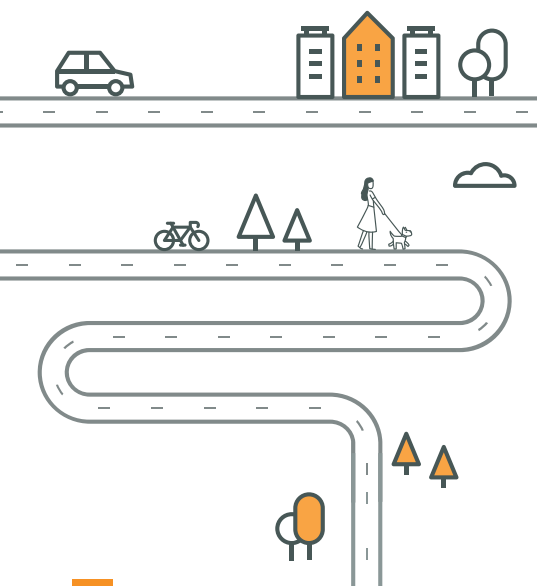


Des plateformes monétiques, des systèmes de paiement privatifs

Économiques



Capacité d'emprunts, trésorerie, Besoin en Fonds de Roulement (BFR) négatif, neuf documents encadrent les relations de Up avec ses fournisseurs et sous-traitants





Nos savoir-faire

- Créer des solutions de paiement papier
- Créer des solutions de paiement dématérialisées
- Créer des plateformes digitales
- Créer des services à valeur ajoutée pour nos publics cibles

Une **consommation** plus responsable

Un meilleur **équilibre**
vie professionnelle/vie personnelle

Une **alimentation**
plus saine et plus équilibrée

Accompagnement des **territoires**
et des politiques publiques

La démocratisation
de la **culture**



LE CONSEIL D'ADMINISTRATION ET LE COMITÉ EXÉCUTIF DU GROUPE UP

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION COMPREND

12

membres
élus par les sociétaires
lors de l'Assemblée Générale
de juin 2019



3

membres représentants
les Confédérations Syndicales
CFD, CGT et FO



3

membres
avec voix consultatives,
représentants du Comité Social
et Économique de l'entreprise



Le mandat d'un administrateur est **d'une durée de quatre ans**.

Le rôle du Conseil d'Administration consiste à décider des orientations stratégiques du Groupe et à veiller à leur mise en œuvre ainsi qu'à approuver les comptes. Le Conseil d'Administration actuel a été élu par les salariés sociétaires de la coopérative Up lors de l'Assemblée Générale de juin 2019 (le renouvellement aura lieu en juin 2023).

Il est composé à 50 % de femmes et à 50 % d'hommes.

En 2021, quatorze réunions du Conseil d'Administration ont été organisées, auxquelles tous les membres ont participé ou ont été représentés.

Établi en 2020, le règlement intérieur précise les droits et obligations d'un administrateur, la mission et le fonctionnement du Conseil d'Administration ainsi que les rôles et pouvoirs des organes de gouvernance.

Ce règlement s'impose à tous les membres du Conseil d'Administration, à toute personne participant à quelque titre que ce soit aux séances du Conseil d'Administration et aux travaux de ses commissions. Il accorde en outre un temps de délégation de quinze heures par mois aux administrateurs. Les membres du Conseil ont par ailleurs tous suivi des formations en termes de lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme.

AU 1^{ER} JANVIER 2021, IL EST COMPOSÉ DE

YOUSSEF ACHOUR

Président-directeur général

JULIEN ANGLADE

Administrateur

BERTRAND LÉGER

Administrateur

GRÉGORY VAAS

Administrateur

MARIE-ANDRÉE SEGUIN

Administratrice –
Représentante de la
confédération syndicale CFDT

JACQUES LANDRIOT

Président d'honneur

VÉRONIQUE CHARBONNIER

Administratrice

GAËLLE DO DANG VINH

Administratrice

AMOKRANE AMEUR

Représentant du comité social
et économique

SANDY PENNE

Administrateur –
Représentant de la
confédération syndicale CGT

MARC BUISSON

Administrateur, secrétaire
général

HAWA DIA ROGER

Administratrice

MARINA FERREIRA

Administratrice

SERGE BREIT

Représentant du comité social
et économique

ANNE BALTAZAR

Administratrice –
Représentante de la
confédération syndicale FO

SAMIRA AIMENE

Administratrice

FERNANDA DE AZEVEDO

Administratrice

EMMANUEL MAUFOUX

Administrateur

RAPHAËL POULAIN

Représentant du comité social
et économique

GÉRALDINE NICOLETTI

Secrétaire du conseil

**« QUI MIEUX QU'UNE ENTREPRISE COOPÉRATIVE
PEUT FAIRE ÉMERGER
UN COLLECTIF PERFORMANT ? »**

LE COMITÉ EXÉCUTIF

Le Comité Exécutif réunit le Président-directeur général, les Directeurs fonctionnels et les Directeurs généraux de zone. Il traite de tous les sujets liés à la mise en œuvre du projet stratégique du Groupe, à la gestion du Groupe et de ses filiales, en adéquation avec les décisions prises par le Conseil d'Administration. Il se réunit au moins une fois par mois.

AU 1^{ER} JANVIER 2021, IL EST COMPOSÉ DE

YOUSSEF ACHOUR

Président-directeur général

MARC BUISSON

Secrétaire général, directeur
communication et
différenciation du Groupe et
président de Up day (Italie)

SYLVIE NOURRY

Directrice marketing et
innovation

JULIEN ANGLADE

Directeur général France

GAËTAN CHAUDERLOT

Directeur développement et
partenariats et directeur des
zones Amériques

ELENA PAP

Directrice de la zone Eurasie

OLIVIER BERNON

Directeur de la zone europe
méditerranée

BERTRAND LÉGER

Directeur de la zone
nord-ouest Europe

RIJA RAKOTOARIVONY

Directeur des affaires
financières et juridiques groupe

CHARLES LOSSY

Directeur des systèmes
d'information

EMMANUEL MAUFOUX

Directeur des affaires publiques
et conformités réglementaires

AUDREY RICHARD

Directrice des ressources
humaines et engagement
des salariés

PROJET STRATÉGIQUE ET ENJEUX RSE



UNE DÉMARCHE RSE POUR ACCOMPAGNER LA REPRISE ÉCONOMIQUE

Le volet « CAP 2023 » de notre projet stratégique fixe les ambitions de la reprise économique du groupe Up. Il est resserré autour de quatre axes et neuf objectifs qui constituent les piliers de notre réussite collective. Il permet à tous les acteurs au sein de l'entreprise – administrateurs, dirigeants, managers, salariés – de se recentrer sur les enjeux fondamentaux de l'entreprise, au bénéfice de nos clients, partenaires et autres parties prenantes.

Cette année 2021, la priorité du Conseil d'Administration et du Groupe a donc été en premier lieu de maintenir la compétitivité, en déployant notre plan de reprise afin de maîtriser les coûts, de nous concentrer sur notre « cœur de métier », d'améliorer et d'accélérer la digitalisation de nos offres, d'élargir notre écosystème de partenariats et d'alliances à impact dans tous nos territoires, en Europe et en Méditerranée.

Dans le même temps, nous avons retravaillé, ajusté et renforcé notre démarche de responsabilité sociétale de l'entreprise avec un nouveau plan d'action, Up Social Impact 2025, conçu pour nourrir, compléter et succéder au plan de reprise, dans la durée, et avec la mise en place d'une nouvelle gouvernance.

Le plan Up Social Impact 2025, volet RSE de notre projet stratégique, sera déployé en 2022 et sera détaillé dans notre reporting extra-financier publié en 2023. Il poursuivra la vision, les engagements et les objectifs détaillés dans nos précédentes Déclarations de Performance Extra-Financière.

Un travail de fond a été mené en 2021 afin d'élaborer la nouvelle gouvernance RSE du groupe Up, aboutissant à son implémentation en janvier 2022. Celle-ci se traduira par la mise en place d'un comité de pilotage RSE stratégique et opérationnel. Il permettra au Conseil d'Administration du Groupe, à la présidence et à l'ensemble des directions en France et à l'international de travailler en coordination et transversalement sur nos cinq axes. Par cette restructuration RSE, nous entendons donner plus de cohérence, plus d'impact, plus de différenciation et un nouvel élan de croissance au groupe Up.

RISQUES

OPPORTUNITÉS

PROGRAMME
GOVERNANCE



Sécuriser le Groupe

- Non-adéquation du SI avec les besoins métier
- Rupture d'activité
- Fraude
- Non-conformité réglementaire

- S'appuyer sur les exigences réglementaires de nos métiers pour faire progresser notre maîtrise des risques
- Être un tiers de confiance reconnu par nos parties prenantes

PROGRAMME
ÉCONOMIQUE



Favoriser une croissance durable pour le Groupe

- Dégradation du résultat
- Non-optimisation de la trésorerie

- Optimiser nos dépenses, diversifier nos placements et financer de nouveaux investissements

Engager le Groupe dans la relance de ses activités

- Difficulté à transformer nos business models
- Insatisfaction clients
- Non-adéquation du SI avec les besoins métier

- Améliorer nos solutions actuelles et développer de nouveaux services
- Toujours mieux satisfaire nos clients, accroître notre clientèle et développer nos parts de marché

PROGRAMME
SOCIAL



Accompagner les collaborateurs dans la transformation du Groupe et de ses métiers

- Non-engagement des collaborateurs aux enjeux
- Non-adéquation des compétences avec les besoins métier
- Déséquilibre entre la transmission et l'évolution des façons de faire

- Bénéficier de managers et salariés motivés pour assurer une transformation de l'entreprise centrée sur l'humain
- Anticiper les évolutions des compétences pour toujours répondre aux enjeux business
- S'appuyer sur l'ADN coopératif du Groupe pour créer les conditions d'une culture commune

PROGRAMME
SOCIÉTAL



Co-construire avec nos fournisseurs et partenaires

- Défaillance dans le processus achats

- Se différencier en achetant autrement
- Créer de nouveaux partenariats et synergies avec nos fournisseurs

Impulser le pouvoir d'agir ensemble et renforcer les liens sur nos territoires

- Engagement auprès de la société civile pour (re)donner du pouvoir d'agir aux invisibles*

PROGRAMME
ENVIRONNEMENTAL



Protéger ensemble notre environnement

- Risques liés à l'environnement**

- Réduire l'impact de nos activités sur l'environnement**
- Mobiliser nos collaborateurs sur les enjeux climatiques**
- Proposer à nos clients des offres écoresponsables, intégrant l'économie circulaire**

* S'engager auprès de la société civile pour redonner du pouvoir d'agir aux invisibles et prendre en compte les générations futures en contribuant à la transition environnementale sont les engagements qui font partie intégrante de l'identité du Groupe depuis sa création. C'est par ses engagements que le Groupe parvient à réconcilier réussite économique et recherche du bien commun.

** Dans le cadre des thèmes réglementaires, le bien-être animal n'a pas été retenu comme pertinent au regard du pilotage de nos activités.

RAPPORT DE L'ORGANISME TIERS INDÉPENDANT (OTI)

relatif à la vérification des informations sociales, environnementales et sociétales figurant dans le rapport de gestion.



NIORT
53 rue des Marais
CS 18421
79024 NIORT Cedex

Tél. : 05 49 32 49 01
www.groupey.fr

Exercice clos le 31 décembre 2021

Aux sociétaires,

En notre qualité d'organisme tiers indépendant, accrédité par le COFRAC sous le numéro 3-1103 (dont la portée est disponible sur le site www.cofrac.fr), nous vous présentons notre rapport sur la déclaration de performance extra financière relative à l'exercice clos le 31/12/2021 (ci-après la « Déclaration »), présentée dans le rapport de gestion en application des dispositions légales et réglementaires des articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du code de commerce.

Responsabilité de l'entité

Il appartient au Conseil d'Administration d'établir une Déclaration conforme aux dispositions légales et réglementaires, incluant une présentation du modèle d'affaires, une description des principaux risques extra-financiers, une présentation des politiques appliquées au regard de ces risques ainsi que les résultats de ces politiques, incluant des indicateurs clés de performance.

La Déclaration a été établie en appliquant les procédures de l'entité, (ci-après le « Référentiel ») dont les éléments significatifs sont présentés dans la Déclaration.

Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les textes réglementaires, le code de déontologie de la profession inséré dans le décret du 30 mars 2012 relatif à l'exercice de l'activité d'expertise comptable et prend en compte les dispositions prévues à l'article L. 822-11-3 du code de commerce. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des règles déontologiques, des normes professionnelles et des textes légaux et réglementaires applicables.

Responsabilité de l'organisme tiers indépendant

Il nous appartient, sur la base de nos travaux, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur :

- la conformité de la Déclaration aux dispositions prévues à l'article R. 225-105 du code de commerce ;
- la sincérité des informations fournies en application du 3° du I et du II de l'article R. 225-105 du code de commerce, à savoir les résultats des politiques, incluant des indicateurs clés de performance, et les actions, relatifs aux principaux risques, ci-après les « Informations ».

Il ne nous appartient pas en revanche de nous prononcer sur :

- le respect par l'entité des autres dispositions légales et réglementaires applicables, notamment, en matière de plan de vigilance et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale ;
- la conformité des produits et services aux réglementations applicables.

Nature et étendue des travaux

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions des articles A. 225-1 et suivants du code de commerce déterminant les modalités dans lesquelles l'organisme tiers indépendant conduit sa mission et selon la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention.

Nous avons mené des travaux nous permettant d'apprécier la conformité de la Déclaration aux dispositions réglementaires et la sincérité des Informations :

- nous avons pris connaissance de l'activité de l'ensemble des entreprises incluses dans le périmètre de consolidation, de l'exposé des principaux risques sociaux et environnementaux liés à cette activité, et, le cas échéant, de ses effets quant au respect des droits de l'homme et à la lutte contre la corruption et l'évasion fiscale ainsi que des politiques qui en découlent et de leurs résultats ;
- nous avons apprécié le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre chaque catégorie d'information prévue au III de l'article L. 225-102-1 en matière sociale et environnementale ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et les principaux risques liés à l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation, y compris, lorsque cela s'avère pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d'affaires, ses produits ou ses services ainsi que les politiques, les actions et les résultats, incluant des indicateurs clés de performance ;
- nous avons vérifié, lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques ou des politiques présentés, que la

Déclaration présente les informations prévues au II de l'article R. 225-105 ;

- nous avons apprécié le processus de sélection et de validation des principaux risques ;
- nous nous sommes enquis de l'existence de procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par l'entité ;
- nous avons apprécié la cohérence des résultats et des indicateurs clés de performance retenus au regard des principaux risques et politiques présentés ;
- nous avons vérifié que la Déclaration comprend une explication claire et motivée des raisons justifiant l'absence de politique concernant un ou plusieurs de ces risques ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre le périmètre consolidé, à savoir l'ensemble des entreprises incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l'article L. 233-16 avec les limites précisées dans la Déclaration ;
- nous avons apprécié le processus de collecte mis en place par l'entité visant à l'exhaustivité et à la sincérité des Informations ;
- nous avons mis en œuvre pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considérés les plus importants¹ :
 - des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
 - des tests de détail sur la base de sondages, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés auprès d'une sélection d'entités contributrices et couvrent entre 26,8 % et 63,3 % des données consolidées sélectionnées pour ces tests ;
- nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considérées les plus importantes ;
- nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation ;

Nous estimons que les travaux que nous avons menés en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de 7 personnes et se sont déroulés entre les mois de novembre 2021 et d'avril 2022 sur une durée totale d'intervention d'environ 4 semaines.

Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de nos travaux, à nos spécialistes en matière de développement durable et de responsabilité sociétale.

Nous avons mené une douzaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration auprès des directions en charge des processus de collecte des informations et, le cas échéant, responsables des procédures de contrôle interne et de gestion des risques. Nous avons procédé à des entretiens avec la maison-mère (Coopérative Up) et 2 filiales du groupe Up, à savoir Tombou et Up Slovensko.

Conclusion

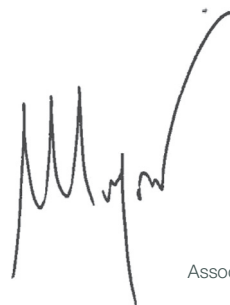
Sur la base de nos travaux, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que la Déclaration de Performance Extra-Financière est conforme aux dispositions réglementaires applicables et que les Informations, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément au Référentiel.

Commentaires

Sans remettre en cause la conclusion exprimée ci-dessus et conformément aux dispositions de l'article A. 225-3 du code de commerce, nous formulons les commentaires suivants :

- Nous attirons votre attention sur la nécessité d'enrichir le programme environnemental afin de préciser, d'une part, les risques relatifs à ce programme au sein de la cartographie des risques et de capitaliser, d'autre part, sur les bilans carbone réalisés (présentation des plans d'actions et détermination d'indicateur(s) clé de performance) ;
- Par ailleurs, le contrôle interne a vocation à être renforcé afin de s'assurer de la bonne intégration des données au sein de l'outil Metrio mais aussi de la cohérence des pièces justificatives transmises par les filiales (les indicateurs concernés sont la formation, l'absentéisme et les achats responsables).

Fait à Niort, le 15 avril 2022



L'ORGANISME TIERS INDEPENDANT
GROUPE Y Audit
Arnaud MOYON
Associé Département Développement Durable

1- Orientation « Sécuriser le Groupe » : nombre de salariés formés par thème réglementaire (ICP).

Orientation « Accompagner les collaborateurs dans la transformation du groupe et de ses métiers » : nombre d'heures de formation (ICP), nombre de salariés formés par genre (ICP), effectif par genre (ICP), taux de turnover (ICP), taux d'absentéisme (ICP).

Orientation « Co-construire avec nos fournisseurs et partenaires » : part des filiales ayant au moins un critère RSE dans la sélection de leurs achats ou fournisseurs (ICP), part des filiales ayant réalisé une cartographie achats ou fournisseurs (indicateur de suivi).

Orientation « Impulser le pouvoir d'agir ensemble et renforcer les liens sur notre territoire » : répartition des subventions impulsées par type d'actions (ICP), nombre de salariés sensibilisés à l'engagement sociétal, cumulés par année (ICP).

Orientation « Protéger ensemble notre environnement » : Nombre de produits à vocation environnementale (ICP), part des filiales principales ayant mis en place une solution de recyclage de ses titres papier (indicateur de suivi), part des filiales ayant réalisé un bilan carbone (indicateur de suivi).

2- Entités contributrices mentionnées en Annexe 1.

ANNEXE 1

	ORIENTATIONS	INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE ET INDICATEURS DE SUIVI	ENTITÉS SÉLECTIONNÉES POUR LES TESTS
PROGRAMME GOUVERNANCE 	Sécuriser le Groupe	Nombre de salariés formés par thème réglementaire (ICP)	Siège social Up, Tombou, Up Slovensko
PROGRAMME SOCIAL 	Accompagner les collaborateurs dans la transformation du Groupe et de ses métiers	Nombre d'heures de formation (ICP)	Siège social Up, Tombou, Up Slovensko
		Nombre de salariés formés par genre (ICP)	Siège social Up, Tombou, Up Slovensko
		Effectif par genre (ICP)	Siège social Up, Tombou, Up Slovensko
		Taux de turnover (ICP)	Siège social Up, CEV, Kalidéa, Tombou, Up Slovensko, Actobi, Interface Commerce
		Taux d'absentéisme (ICP)	Siège social Up, Up Slovensko
PROGRAMME SOCIÉTAL 	Co-construire avec nos fournisseurs et partenaires	Répartition des subventions impulse par type d'actions (ICP)	Siège social Up
		Nombre de salariés sensibilisés à l'engagement sociétal, cumulés par année (ICP)	Siège social Up
	Impulser le pouvoir d'agir ensemble et renforcer les liens sur nos territoires	Part des filiales ayant au moins un critère RSE dans la sélection de leurs achats ou fournisseurs (ICP)	Siège social Up, Up Day, Kalidéa, Tombou, Up Roumania, Up Slovensko
		Part des filiales ayant réalisé une cartographie achats ou fournisseurs (indicateur de suivi)	Siège social Up, Alios, CEV, Up Day, Kalidéa, Up Roumania, Up Slovensko, Up Spain
PROGRAMME ENVIRONNEMENTAL 	Protéger ensemble notre environnement	Nombre de produits à vocation environnementale (ICP)	Siège social Up, Bonus System Polska, Up Day, Monizze, Up Romania, Up Spain
		Part des filiales principales ayant mis en place une solution de recyclage de ses titres papier (indicateur de suivi)	Siège social Up, Tombou, Up Slovensko, Up Ceska Republika
		Part des filiales ayant réalisé un bilan carbone (indicateur de suivi)	Siège social Up, Alios, CEV, Up Day, Kalidéa, Multinet, Si Vale, Up Slovensko, Up Ceska Republika



OBJECTIF DE LA NOTE MÉTHODOLOGIQUE

Décrire les différentes étapes de reporting qui sont mises en place chaque année pour collecter, vérifier, consolider et publier les données de gouvernance, conformité et risques, économiques, sociales, sociétales et environnementales du Groupe. La note méthodologique présente les spécificités du périmètre 2021, les objectifs, les outils, les parties prenantes ainsi qu'un rappel des définitions de reporting chez Up.

Contexte réglementaire de la Déclaration de Performance Extra-Financière (DPEF)

La directive européenne 2014/95/UE du 22 octobre 2014 modifie la directive 2013/93/UE et apporte des modifications au contenu du Rapport RSE. Cette directive sur le reporting extra-financier est transposée en droit français par l'ordonnance n°2017-1180 du 19 juillet 2017. Le décret n°2017-1265 du 9 août en précise les modalités d'application. Les dispositions législatives sont consignées dans les articles L.225-102-1 et R.225-104 à R225-105-2 du Code du Commerce

Cette directive prévoit que les sociétés concernées doivent rendre compte de la mise en place de leurs politiques de prévention des risques en matière sociale, sociétale et environnementale grâce à la présentation de leurs résultats répondant aux « procédures de diligence raisonnable ». Ce dispositif donne lieu à la rédaction annuelle d'une Déclaration de Performance Extra-Financière audité par un Organisme Tiers Indépendant (OTI). L'OTI est indépendant de l'entité contrôlée et est agréé par le Comité français d'accréditation (Cofrac).

Par ailleurs, le collège des Commissaires aux comptes (CAC) doit attester que la DPEF prévue par l'article L.225-102-1 figure bien dans le rapport de gestion (article L.823-10 du Code du commerce).

Conformément à l'article R225-105-1, la DPEF sera rendue publique sur le site internet dans un délai de huit mois à compter de la date de clôture et devra rester disponible pendant une durée de 5 années.

www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000035401863&categorieLien=id

Le périmètre de reporting extra-financier

1. Périmètre temporel

Sauf exception, les données quantitatives et qualitatives portent sur la période du 1^{er} janvier 2021 au 31 décembre 2021.

2. Périmètre juridique

Le périmètre du rapport extra-financier répond au même périmètre juridique que celui du rapport financier. Les entités remplissant l'une des conditions ci-dessous sont incluses dans le périmètre :

- la participation est supérieure à 50 % ;
- la participation est minoritaire, mais l'une des filiales du Groupe ou la maison-mère du Groupe possède le contrôle opérationnel de l'entité ;
- les entités du Groupe ayant plus de deux salariés entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2021.

En revanche, les filiales suivantes sont exclues du périmètre :

- les sociétés dissoutes en cours d'exercice 2021 ;
- les entités cédées en cours d'exercice 2021 (Cityzen, Dôme, Glücky) ;
- les entités acquises ou créées en cours d'exercice et pour lesquelles les reportings seront progressivement déployés (Leeto, Up Loyalty, Up Dejeuner Slovaquie) ;
- les entités en intégration proportionnelle ;
- les entités mises en équivalence ;
- les SCI.

3. Périmètre de consolidation

Les données sont publiées sur la base du consolidé Groupe. Cependant pour une meilleure lisibilité et comparabilité des données, elles peuvent être également réparties en six zones géographiques :

- France (hors Coopérative Up) ;
- Coopérative Up ;
- Europe Occidentale (hors France) ;
- Europe Méditerranée ;
- Eurasie ;
- Amérique.

Outils du reporting Metrio

Metrio est une plateforme de reporting et de pilotage accessible *via* internet en mode SAAS (*software as a service*). Il s'agit d'un outil de collecte, de consolidation, de visualisation d'indicateurs, de calcul de taux de couverture et de pilotage des cinq programmes stratégiques, à savoir : gouvernance, social, économique, sociétal et environnemental.

Les données à saisir sont collectées directement dans l'outil Metrio en ligne.

En 2021, nous continuons la centralisation des informations RSE dans Metrio afin de permettre au Groupe de piloter sa stratégie et ses indicateurs clés de performance.

Metrio traite automatiquement l'ensemble des données brutes collectées et présente les données par programme, zone, pays et filiales sous forme de tableaux et/ou graphiques.

Limites méthodologiques

Les méthodologies utilisées pour le reporting de certains indicateurs RSE peuvent présenter des limites du fait :

- des particularités des lois sociales ou environnementales dans les différents pays d'implantation du Groupe ;
- des niveaux variables de compréhension au sein des différents pays du Groupe ;
- de la difficulté de récupérer certaines informations auprès des parties prenantes du Groupe (exemple : prestataires, fournisseurs...)
- de la non-disponibilité des informations sur certains périmètres.

La communauté reporting

La liste des personnes participant au reporting, ainsi que le rôle qui leur a été attribué, est disponible dans Metrio à tout moment, et actualisée à la demande de la cellule de Reporting extra-financier Groupe, des membres de la Direction ou des ressources humaines.

Les étapes du reporting

La fréquence de remontée des données extra-financières est trimestrielle ou annuelle selon les indicateurs.

Collecte des données

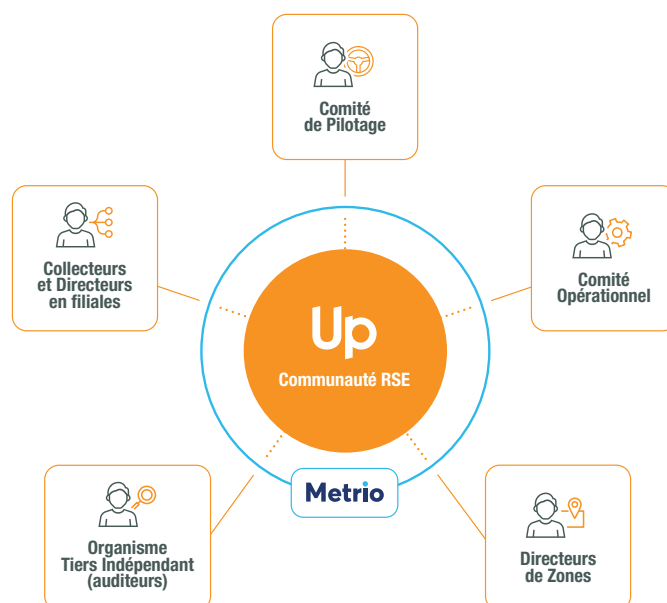
Les collecteurs répondent de manière qualitative et quantitative aux questionnaires qui leurs sont attribués par expertise dans Metrio. Des justificatifs sont demandés pour certaines informations. Lorsque des données ne sont pas suivies par une filiale ou que les applicatifs permettant de suivre ces données n'existent pas, il est possible pour la filiale de cocher la case « non disponible ». Dans ce cas, le taux de couverture de la donnée est impacté à la baisse. Lorsque des données ne concernent pas la filiale (exemple : filiale de production de carte et non papier) il est possible pour la filiale de cocher la case « non concerné ». Dans ce cas, le taux de couverture de la donnée n'est pas impacté si cette information est exacte et validée par l'équipe Reporting extra-financier.

Consolidation des données et calcul du taux de couverture

Metrio effectue à partir de l'ensemble des données, la consolidation et le calcul des indicateurs par entité, zone et Groupe. Le logiciel Metrio propose, à partir de la consolidation, un ensemble de graphiques et de tableaux intégrant les pourcentages, les taux de couverture et variations comparés entre plusieurs années.

Les informations sont disponibles pour tout ou partie du périmètre total. Pour cette raison, un taux de couverture est calculé pour chacun des Indicateurs Clés de Performance (ICP), sur la base du périmètre de référence de la DPEF et plus précisément des effectifs des filiales principales.

Nos Indicateurs Clés de Performance (ICP) sont identifiables *via* l'icône .



Taux de couverture DPEF 2021

PILIER	INDICATEUR CORRESPONDANT (ICP DPEF)		TAUX COUVERTURE		PÉRIMÈTRE DE L'INDICATEUR
GOUVERNANCE	Nombre de salariés formés par thème règlementaire	100 %	Taux de Couverture pilier Gouvernance	100 %	Toutes les filiales
SOCIAL	Effectif par genre	100 %	Taux de Couverture pilier social	100 %	
	Taux absentéisme	100 %			
	Taux de turnover	100 %			
	Nombre heures de formation	100 %			
	Nombre de salariés formés par genre	100 %			
SOCIÉTAL (Mécénat)	Répartition des subventions impulsées par domaine d'action	100 %	Taux de Couverture pilier sociétal	100 %	
	Nombre de salariés sensibilisés à l'engagement sociétal, cumulés par année	100 %			
SOCIÉTAL (Achats responsables)	Part des filiales ayant au moins un critère RSE dans leurs achats et/ou de leurs fournisseurs	100 %			
ENVIRONNEMENTAL	Nombre de produits à vocation environnementale	47,7 %	Taux de Couverture pilier environnemental	47,7 %	
			Taux de couverture DPEF 2021	95 %	

Thématiques obligatoires de la DPEF

L'article L. 225-102-1 du Code de commerce précise que la DPEF comprend des informations relatives :

- aux conséquences sur le changement climatique de l'activité de la société et de l'usage des biens et services qu'elle produit,
- aux engagements en faveur du développement durable,
- aux engagements en faveur de l'économie circulaire,
- aux engagements en faveur de la lutte contre le gaspillage alimentaire
- aux engagements en faveur de la lutte contre la précarité alimentaire,
- aux engagements en faveur d'une alimentation responsable équitable et durable,
- aux engagements en faveur du respect du bien-être animal,
- aux accords collectifs conclus dans l'entreprise et à leurs impacts sur la performance économique de l'entreprise ainsi que sur les conditions de travail des salariés,

- aux actions visant à lutter contre les discriminations et promouvoir les diversités et aux mesures prises en faveur des personnes handicapées,
- à la promotion de la pratique d'activités physiques et sportives.

Eu égard au secteur d'activité du groupe Up et de l'analyse des enjeux RSE, il ne paraît pas pertinent de reporter des données sur le respect du bien-être animal.

Le reste des thématiques obligatoires sera abordé dans la partie relative à l'analyse des risques et dans le contenu de la DPEF.

Taxonomie verte

Conformément à l'article 2 du Règlement européen (UE) 2020/852 du Parlement européen et du Conseil du 18 juin 2020 sur l'établissement d'un cadre visant à favoriser les investissements durables au sein de l'Union européenne (UE), le groupe Up est soumis au titre de l'exercice 2021 à l'obligation de publier la part de son chiffre d'affaires, de ses dépenses d'investissement et d'exploitation provenant de produits ou de services associés à des activités économiques considérées comme durables sur le plan environnemental selon la classification et les critères définis dans la Taxonomie européenne.

Pour cette première année d'évaluation, le groupe Up a défini plusieurs niveaux de qualification de ses activités reflétant sa visibilité sur le dispositif réglementaire à la date de consolidation du chiffre d'affaires de l'exercice 2021. Cette analyse sera révisée chaque année, en fonction de l'évolution de la réglementation. Les activités éligibles et admissibles aux deux objectifs climatiques de la Taxonomie verte européenne pour l'année 2021 (atténuation du changement climatique et adaptation au changement climatique) sont les suivantes :

- pourcentage de chiffre d'affaires vert : chiffre d'affaires issu des activités liées à l'environnement ;
- pourcentage de Capex vert : dépenses d'investissement ;
- pourcentage d'Opex vert : dépenses d'exploitation.

Afin de répondre à ces objectifs et de reporter sur la capacité du groupe Up à contribuer à la réduction de ses impacts, ces ratios / indicateurs consolidés Groupe sont actuellement étudiés et préparés au sein de notre organisation pour assurer leur publication d'ici 2024.

ANNEXES

Les taux de change

L'ensemble des données financières du rapport extra-financier est en K Euros.

Pour aider les collecteurs, le tableau de conversions monétaires ci-dessous leur a été envoyé pour assurer une fiabilité et une homogénéité des indicateurs.

TAUX DE CHANGE COURS ANNUEL MOYEN : 31 DÉCEMBRE 2021

DEVISE	VALEUR POUR 1 EURO	
 Dollar US	1,1326	USD
 Lev bulgare	1,9558	BGN
 Couronne tchèque	24,858	HUF
 Forint hongrois	369,19	PLN
 Zloty polonais	4,5969	PLN
 Nouveau Leu roumain	4,949	RON
 Nouvelle livre turque	15,2335	TRY
 Dirham marocain	10,63272	MAD
 Real Brésilien	6,3101	BRL
 Peso Mexicain	23,1438	MXN
 Francs CFP	119,33171	XPF
 Leu Moldave	20,33471	MDL
 Dinar Tunisien	3,26702	TND
 Dinar Serbe	117,88741	RSD
 Bosnie Mark	1,95583	BAM
 Georgie Lari	3,53939	GEL

L'environnement

a) Définition des achats avec des critères environnementaux : produits ou services achetés avec des critères environnementaux tels que :

- certifiés, labellisés, siglés ou composés d'une part de matières recyclées, recyclables, biosourcées, renouvelables, locales ou traçables ;
- dont le temps d'utilisation ou la durée de vie sont allongés ;
- utilisant une partie de matières / énergies en moins.

Exemples : papiers, cartons et emballages ; fournitures ; matériels informatiques, téléphonie et serveurs ; produits d'entretien et de nettoyage ; mobilier ; déplacements, voyages, événements ; transports.

b) Coefficients environnementaux

Un guide du groupe Up précise la méthodologie en matière de collecte de données d'empreinte carbone.

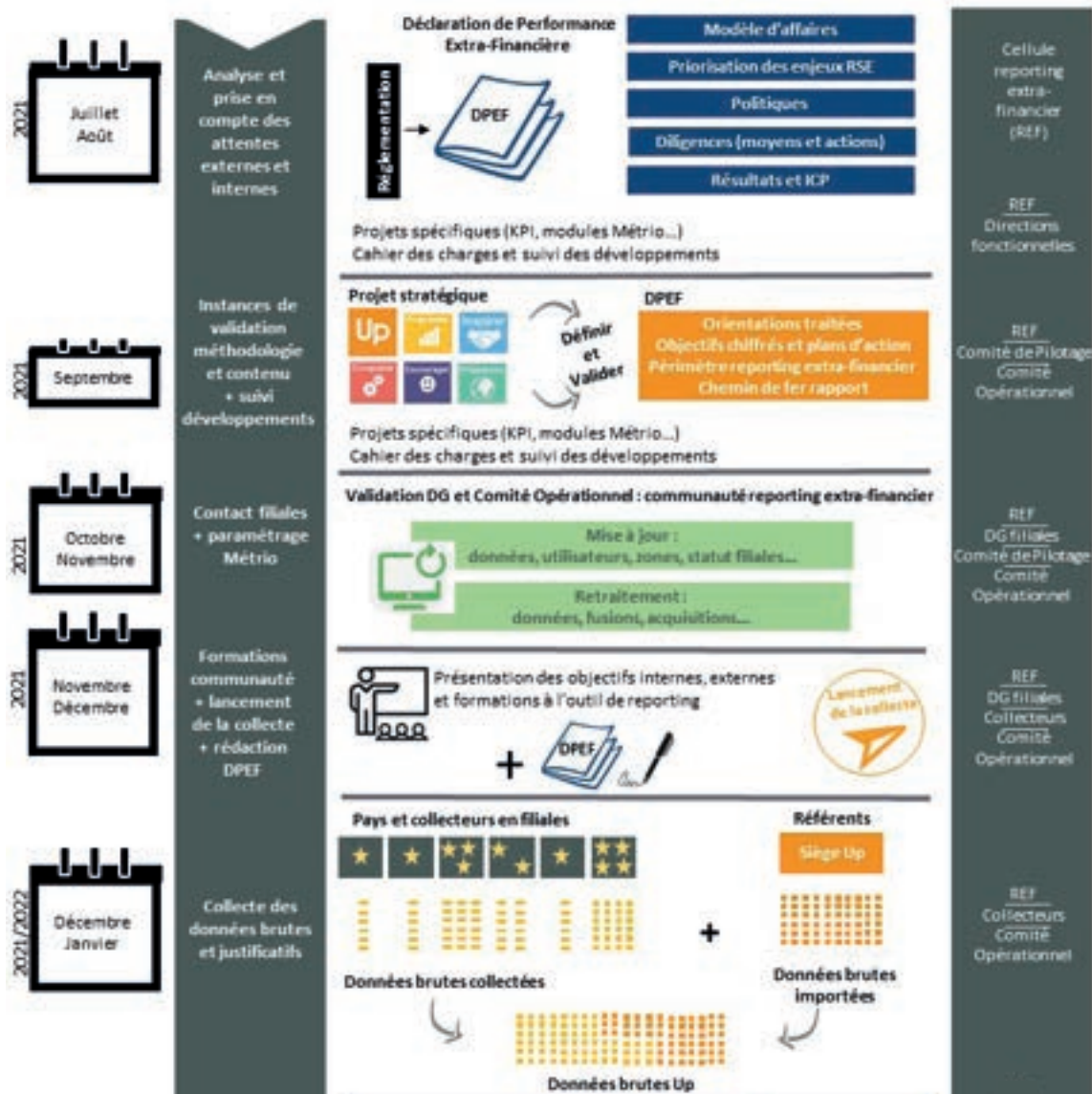
Pour les calculs liés aux émissions : le site internet de référence est www.bilans-ges.ademe.fr

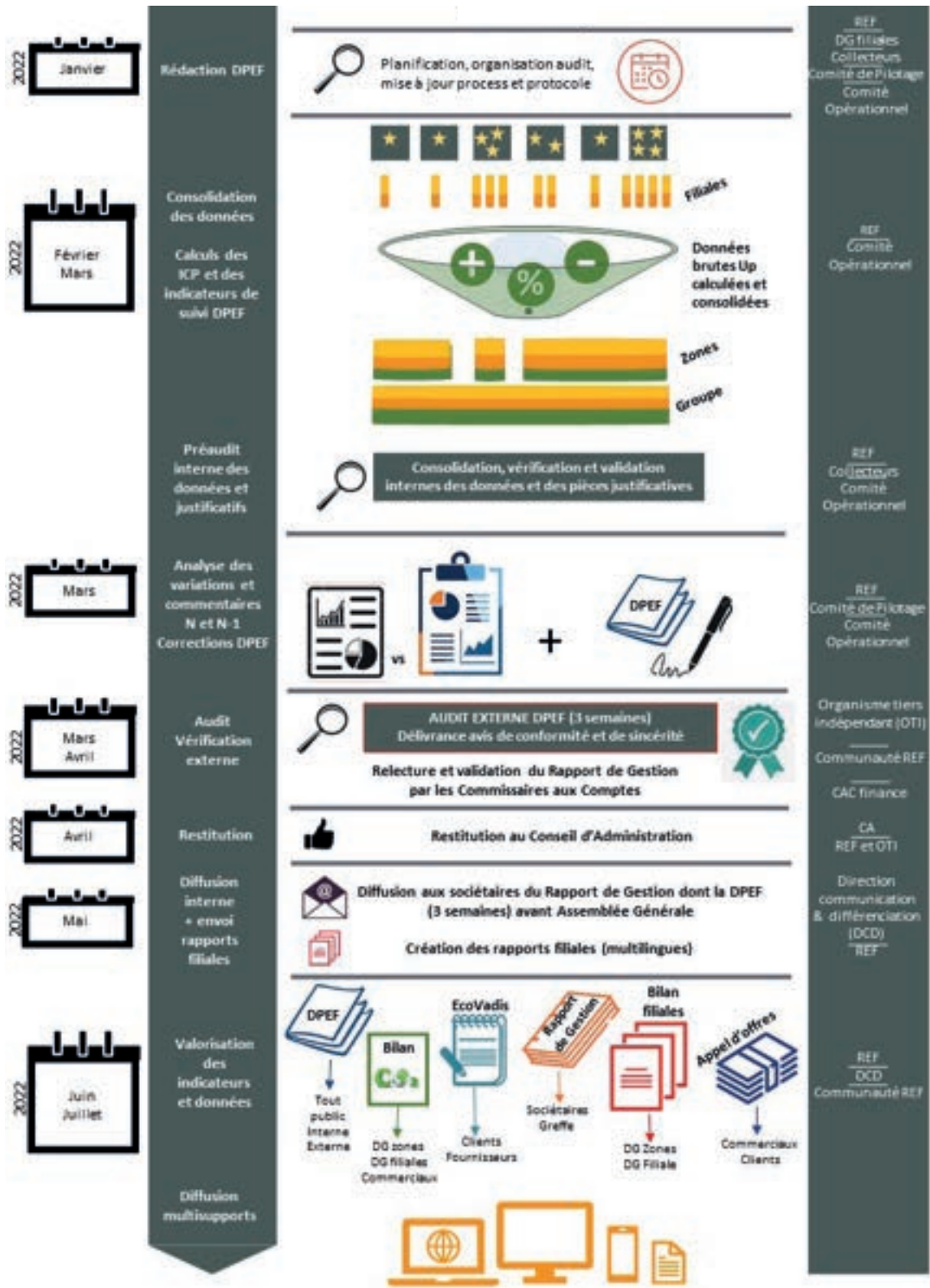
Le document technique méthodologie Diagnostic Up des bâtiments précise la méthode de calcul des consommations des bâtiments à climat constant.

Pour les DJU (Degrés Jours Unifiés) : le site internet utilisé est www.degreedays.net

Un ensemble de précisions est donné directement dans l'outil de collecte Metrio.

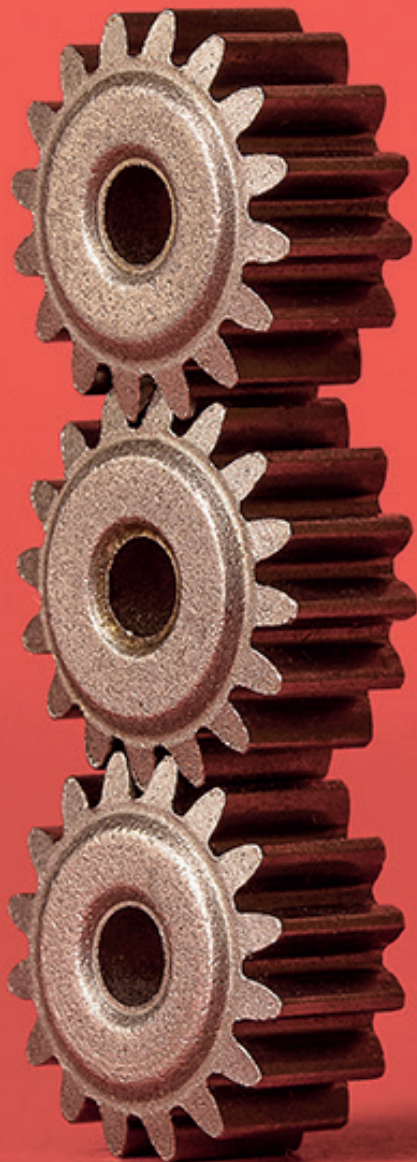
Process reporting extra-financier 2021





PROGRAMME

GOUVERNANCE



SÉCURISER LE GROUPE

CONTEXTE

Up est engagé dans une prévention et une maîtrise des risques proportionnés à ses activités et orientés vers la protection de l'ensemble de ses parties prenantes.

L'organisation mise en place pour assurer la maîtrise et la gestion des risques repose sur plusieurs niveaux. Les procédures s'inscrivent, en effet, dans le cadre général définie par le Conseil d'Administration (et suivies par sa Commission Audit et Risques) et mises en œuvre sous la responsabilité directe de la Direction générale, de ses Directions opérationnelles et fonctionnelles (COMEX) et des filiales françaises et internationales. Ainsi, la maîtrise des risques est l'affaire de tous.

Plus spécifiquement, les sujets de maîtrise des risques réglementaires majeurs (RGPD, Sapin II, LCBFT, Fraude) sont documentés et outillés par une Direction des Affaires Publiques et des Conformités Réglementaires (DAPCR) qui anime le dispositif de maîtrise de ces risques au sein de la Coopérative et supervise son déploiement dans les filiales.

Par ailleurs un Service de l'Audit et un Département de la Cybersécurité (SSI) sont rattachés directement au Secrétariat Général et donc à la Présidence du Groupe.



POLITIQUE

Le management par les risques de Up est organisé autour de six politiques



LA MAÎTRISE

de la conformité

à nos obligations réglementaires majeurs, notamment la protection des données à caractère personnel, la lutte contre la fraude, contre la corruption, contre le blanchiment et le financement du terrorisme, le respect de l'éthique et du droit de la concurrence.

des risques de long terme

en instaurant une évaluation annuelle des risques par les directions générales de filiales et de zones avec la demande de pièces justificatives afin de rendre l'évaluation tangible.

des risques de court terme ou risques opérationnels

en s'appuyant sur l'autocontrôle, les validations managériales et sur des plans de contrôles proportionnés aux enjeux.



LA GESTION

des incidents

dans l'ensemble des filiales par un dispositif d'enregistrement et de suivi des actions correctives et préventives.

du contrôle périodique

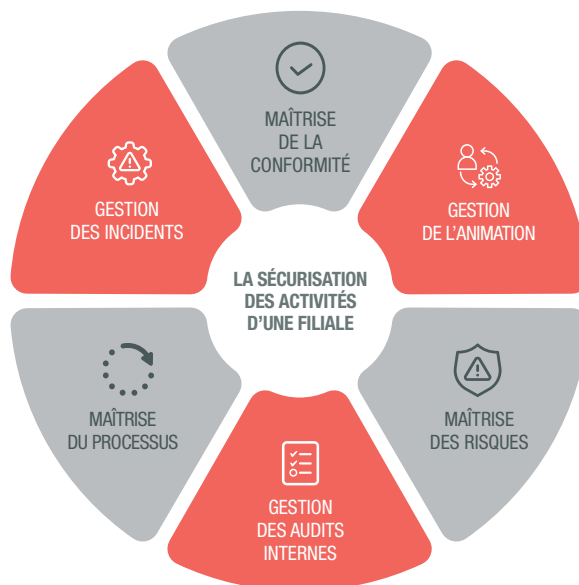
en engageant les moyens nécessaires pour vérifier la robustesse des processus métiers, supports et de pilotage.

de l'animation

des différents volets de la maîtrise des activités en formant les équipes aux différents sujets et en les accompagnant.

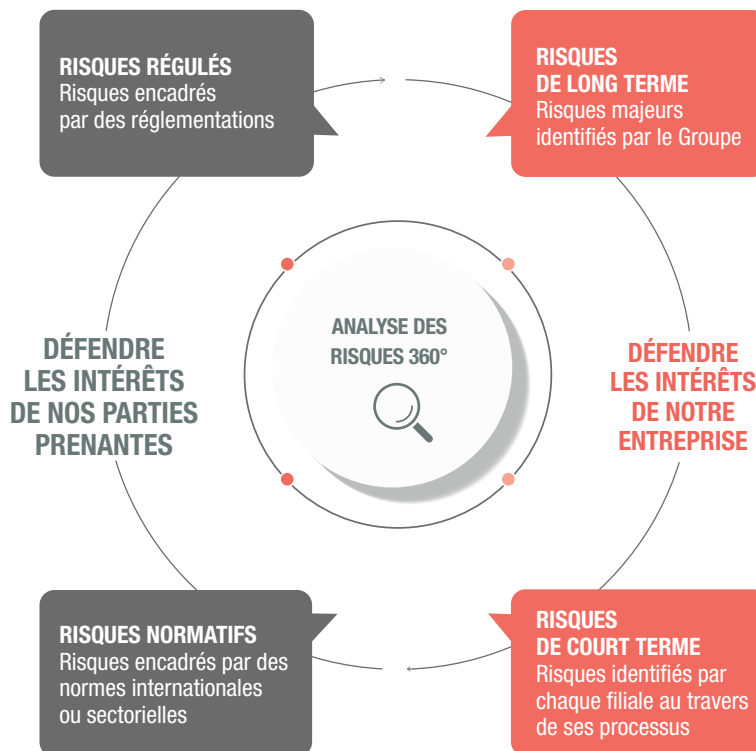
LA MAÎTRISE DES RISQUES

La sécurisation de Up et de ses filiales repose sur deux grandes missions bien distinctes mais fortement imbriquées : **la maîtrise** (conformité, risques, processus) ; et **la gestion** (incidents, audits, animation) des risques.



L'APPROCHE À 360° DES RISQUES

Pour structurer sa politique de maîtrise des risques, Up a classifié les risques liés à ses activités et celles de ses filiales en quatre grandes familles qui mettent en miroir la défense des intérêts de l'entreprise et celle des intérêts de ses parties prenantes. Cette analyse à 360 degrés des risques a été présentée à l'ensemble des Directeurs généraux des filiales.



OBJECTIFS ET PLAN D' ACTIONS

Maîtriser la conformité

- **Protéger les données de nos clients**, bénéficiaires, partenaires et collaborateurs par des référents à la protection des données qui organisent la mise en conformité dans chaque filiale. Par ailleurs, le délégué à la Protection des Données effectue des reportings fréquents et anime régulièrement le réseau des référents. Ces échanges d'expériences et de bonnes pratiques permettent une amélioration continue de la maîtrise du risque.
- **Sécuriser nos activités**, qu'elles soient régulées ou non, en développant la lutte contre la fraude, la lutte contre la corruption, la lutte contre le blanchiment des capitaux et le financement du terrorisme, au sein des sociétés du Groupe.
- **Promouvoir les comportements éthiques** en publiant un guide éthique et en renforçant le dispositif d'alerte pour l'ensemble du Groupe.

Maîtriser les risques

- **Documenter la maîtrise des risques** avec une approche à 360° basée sur quatre grandes familles de risques.
- **Revisiter la cartographie** des risques long terme pour actualiser leur criticité.
- **Concevoir une méthodologie** d'évaluation des risques de long terme pour mesurer l'intégration de l'approche par les risques dans la gouvernance des filiales.

Gérer les incidents

- **Industrialiser la remontée des incidents majeurs** d'abord au niveau local puis au niveau central.
- **Accentuer la valorisation des incidents et la mise en place d'actions correctives** suite aux incidents.

Gérer le contrôle périodique

- **Encourager les filiales à exploiter tous les contrôles effectués dans une logique d'amélioration continue** : certifications (ISO 9001, ISO 14001, ISO 27001, ISO 27701, rapport des Commissaires aux Comptes), notations (EcoVadis, Great Place To Work), autres mesures s'apparentant à du contrôle périodique (baromètre de satisfaction clients, enquêtes), les audits clients, les audits internes.

Gérer l'animation

- **Autonomiser les dirigeants** dans la conduite de leur politique locale de conformité et de gestion et maîtrise des risques.
- **Informé, former, sensibiliser et accompagner** les collaborateurs sur le dispositif de maîtrise des risques. Favoriser une fertilisation croisée des bonnes pratiques en créant et en animant les réseaux des référents conformité et risques internes aux filiales.

Aller au-delà du respect de la réglementation sur la protection des données permet d'accompagner le succès commercial. Up Day certifié ISO 27001 et ISO 27701.

« Le processus de transformation numérique, que Day avait stratégiquement entrepris depuis 2019, a bénéficié pendant la pandémie d'une accélération incroyable grâce à la demande de services dématérialisés côté clients et utilisateurs, situation atteinte avec la croissance des risques de cybersécurité.

Day a donc décidé de poursuivre la certification ISO 27001/27701 pour mieux protéger son architecture avec les données des clients/utilisateurs/affiliés et sociétaires qui est dans la continuité et la complémentarité d'autres procédures déjà en place (par exemple Qualité, Privacy).

De plus, Day a en même temps profité de ce moment de fort changement pour améliorer les processus de business, renforcer les plateformes numériques et pousser sur la formation des employés.

Le groupe de travail a vu la participation de toutes les équipes et l'engagement à 100 % des collaborateurs, avec comme résultat une prise de conscience commune des problèmes de sécurité, une meilleure collaboration dans les activités internes et enfin une croissance au niveau du service vers nos clients.

Les résultats commerciaux et financiers obtenus sont le miroir de la meilleure capacité concurrentielle atteinte et de la reconnaissance du marché.

Maintenant, les audits périodiques requis par la certification pour vérifier les compétences et le degré de maturité de l'organisation nous aideront à continuer à nous améliorer. »

Mariacristina Bertolini,

Directrice générale et Vice-présidente de Up Day (Italie).

« Cette année, Up Slovensko a obtenu la médaille d'argent Ecovadis, ce qui traduit une amélioration de notre performance RSE. Ce résultat vient concrétiser nos engagements dans les domaines éthique, achats responsables, environnemental et social. Au travers de cette évaluation, UP Slovensko fait partie du top 7 % des entreprises évaluées dans son secteur d'activité. Depuis 2019, nous avons mis en place différentes actions, notamment en faveur de l'environnement et des achats responsables. Nos efforts d'amélioration continue nous permettent d'être un partenaire de confiance vis-à-vis de nos parties prenantes. »

František Roček,

Spécialiste de la gestion des actifs/de propriété,
Up Slovensko (Slovaquie).



« Tombou est certifiée ISO 27001 depuis 2018. Nous sommes pionniers dans notre secteur d'activités en Bulgarie dans l'obtention de cette norme sur la sécurité de l'information. Le travail réalisé en amont témoigne d'un réel engagement de notre part vis-à-vis de la sécurisation des données de nos clients et parties prenantes, d'autant plus que le niveau d'exigence est élevé pour acquérir cette certification internationale. »

Boris Milev, Directeur général de Tombou (Bulgarie).

RÉSULTATS ET ICP

CERTIFICATIONS

Depuis l'entrée en vigueur du règlement général sur la protection des données (RGPD) à caractère personnel en mai 2018, la norme ISO 27001 sur la sécurité de l'information est devenue un enjeu stratégique et un avantage concurrentiel.

Six sociétés dans le Groupe sont certifiées ISO 27001 :

- Multinet Teknoloji, Turquie ;
- Tombou, Bulgarie ;
- Up Brasil, Brésil ;
- Up Day, Italie ;
- Up Romania, Roumanie ;
- Up Sí Vale, Mexique.

L'ÉVALUATION DES RISQUES MAJEURS

Pour la première fois, en 2021, les risques majeurs Groupe ont été évalués par les Directions générales de quatorze filiales selon une méthode homogène consistant à répondre à cinq questions qui leur étaient posées pour chacun des risques.

LES CINQ QUESTIONS POUR ÉVALUER LES RISQUES

- Un corpus documentaire existe-t-il ?
- Avez-vous défini et réalisez-vous un ou des contrôles liés au risque sous revue ?
- Une démarche de suivi et de gestion des plans d'actions (PA en lien avec des incidents, des contrôles permanents ou périodiques) a-t-elle été structurée ?
- Vous avez déjà défini des indicateurs clés de performance (ICP) (en particulier autour des risques, des plans d'action et des incidents), auprès de qui sont-ils diffusés ?
- Un ou des incidents spécifiquement liés au risque sous revue sont-ils survenus au cours de la période de déclaration ?

Chaque Direction générale devait justifier son évaluation en apportant des pièces justificatives sur les cinq questions posées. Cet exercice a été plus délicat en 2020/2021 et devra être reconduit pour 2022. Les prochaines années devront concentrer les efforts sur les pièces justificatives de l'évaluation pour la rendre plus tangible.

NOTATIONS

En 2021, sept sociétés dans le Groupe ont été évaluées par EcoVadis : un excellent moyen de comparer ses pratiques RSE à d'autres entreprises et de les améliorer.

Sept sociétés dans le Groupe ont été évaluées par EcoVadis :

En France

- Coopérative Up, France (médaillon d'or)
- CEV, France (médaillon d'or)

À l'international

- Up Day, Italie (médaillon de platine)
- Up Romania, Roumanie (médaillon d'or)
- Up Sí Vale, Mexique (médaillon d'or)
- Up Slovensko, Slovaquie (médaillon d'argent)
- Up Spain, Espagne (médaillon d'or)
- Up Slovensko, Slovaquie (médaillon d'argent)

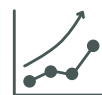
LA PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES

Conformité au Règlement général sur la protection des données (RGPD)

Depuis 2018, la description des traitements opérés par le Groupe dans un registre par filiale n'a cessé de progresser. Cela traduit les efforts fournis par les filiales afin de poursuivre leur mise en conformité. En 2021, 96 % des traitements opérés par le Groupe ont été décrits dans un registre de traitement par les filiales concernées. Cela représente une progression d'un point par rapport à 2020 et confirme la capacité du Groupe et des filiales à se mettre en conformité au RGPD.

CONFORMITÉ RGPD

2018	2019	2020	2021
64 %	85 %	95 %	96 %



+ 1 POINT

Sensibilisation/formation

1 812 collaborateurs du groupe Up présents au 31 décembre 2021 (soit 61 % de son effectif) ont été sensibilisés à la protection des données.

Au niveau européen, 1 044 collaborateurs ont suivi cette sensibilisation RGPD.

LA PROMOTION DE L'ÉTHIQUE ET LA LUTTE CONTRE LA FRAUDE, CONTRE LA CORRUPTION, CONTRE LE BLANCHIMENT ET LE FINANCEMENT DU TERRORISME

Conformité à la loi Sapin II

Up a initié dès 2018 des actions d'impulsion pour faciliter le travail de mise en conformité des filiales.

Il a également traduit les exigences de la loi Sapin II en actions prioritaires pour ses filiales. Leur taux d'avancement correspond au taux de conformité au texte.

Ce taux avait baissé de 9 points entre 2018 et 2019. Il a augmenté de 16 points entre 2019 et 2020. Cette augmentation s'explique par la possibilité, donnée aux filiales, de mesurer leur avancement par palier de 25 % plutôt qu'en mode binaire les années précédentes. Ce mode de mesure a été conservé en 2021. Il y a eu une évolution d'un point par rapport à 2020. Nos filiales maintiennent donc leur mise en conformité à la loi Sapin II.

TAUX D'AVANCEMENT DES ACTIONS FILIALES

2018	2019	2020	2021
50 %	41 %	57 %	58 %



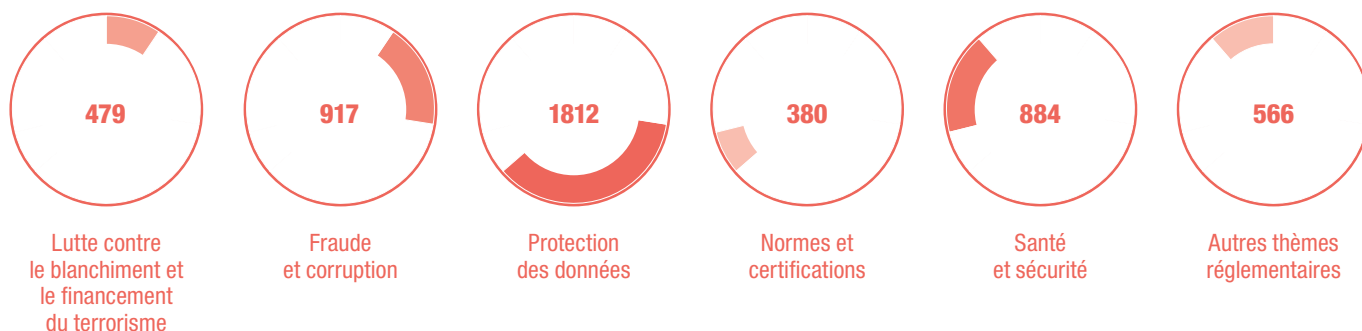
+ 1 POINT

Sensibilisation/formation

917 collaborateurs ont été sensibilisés à la lutte contre la fraude et contre la corruption en 2021.

479 collaborateurs ont été sensibilisés à la lutte contre le blanchiment des capitaux et le financement du terrorisme en 2021.

✓ NOMBRE DE SALARIÉS FORMÉS PAR THÈME RÉGLEMENTAIRE EN 2021



FAITS MARQUANTS



ÉVOLUTION DU GUIDE ÉTHIQUE GROUPE

Le guide éthique du Groupe a été complété par une fiche « Contrôler l'honorabilité et la réputation de nos partenaires commerciaux ». Inspirée par la Direction générale de la sécurité intérieure (DGSJ), cette fiche présente des « do » et des « don't » aux collaborateurs du Groupe en matière de relation partenariale. Des principes permettant d'encadrer, sécuriser et contrôler le développement et l'animation de nos partenariats ont ainsi été définis.

DES FICHES RÉGLEMENTAIRES PRATIQUES POUR LES COMMERCIAUX EXERÇANT LES CONTRÔLES DE PREMIER NIVEAU NÉCESSAIRES À LA LUTTE CONTRE LE BLANCHIMENT DES CAPITAUX ET LE FINANCEMENT DU TERRORISME (LCBFT).

En complément des formations et sensibilisations dispensées par les équipes de la DAPCR, des fiches sous forme d'infographies commentées ont été fournies à l'ensemble des commerciaux devant entrer en relation d'affaires avec une entreprise dans le cadre d'une activité régulée de monnaie électronique ou de services de paiement. Ces fiches expliquent, en cinq étapes, les formalités à accomplir pour procéder à l'identification des clients et la vérifier (procédure dite de « Know Your Customer » en matière de Lutte Contre le Blanchiment des capitaux et le Financement du Terrorisme (LCBFT).



UNE FORMATION AU DROIT À LA CONCURRENCE SPÉCIFIQUE

Au-delà des formations réglementaires obligatoires (corruption, guide éthique, Lutte Contre le Blanchiment des capitaux et le Financement du Terrorisme LCBFT, Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD), une formation en droit de la concurrence d'une journée a été dispensée à certains cadres dirigeants, dont les Directeurs de zone du COMEX, par un cabinet d'avocats réputé.



CONSOLIDATION DE LA GOUVERNANCE AU SECRÉTARIAT GÉNÉRAL

Trois compétences ont rejoint le secrétariat général, lui-même rattaché à la présidence de Up, afin de consolider la maîtrise des risques au plus près de la gouvernance. Il s'agit :

- d'un service d'audit dont la mission principale est de mener les contrôles périodiques nécessaires à l'établissement des comptes et à la performance opérationnelle, en accord avec nos obligations réglementaires et contractuelles ;
- d'une équipe dédiée à la cybersécurité (SSI) ;
- d'un responsable chargé de coordonner et d'animer la gestion « crise et continuité d'activité ».



« En 2021, une équipe de contrôle périodique s'est constituée au sein du Secrétariat Général. Deux collaboratrices ont décidé de se reconverter pour devenir auditrices internes et s'attaquer aux contrôles de troisième niveau. Dans beaucoup de sociétés à vocation fortement commerciale, la culture du contrôle peut être vécue comme une contrainte non comme une opportunité d'améliorations. Cette mise en place montre la volonté du groupe Up de concilier les deux univers : la compliance au service du business. Il va falloir construire pas à pas le dispositif de contrôle périodique pour la Coopérative d'une part et pour le Groupe d'autre part. Ainsi la philosophie des contrôles de niveau 3 doit être transmise aux filiales afin qu'elles se l'approprient. Localement, les Directeurs de zone et de filiales sont souverains pour concevoir leur programme annuel voire pluriannuel. Les premiers inspecteurs généraux des filiales, ce sont eux. »

Catherine Candella et Gaëlle Do Dang Vinh, auditrices internes.



LA CRÉATION D'UNE DIRECTION DES AFFAIRES PUBLIQUES ET DES CONFORMITÉS RÉGLEMENTAIRES

Cette direction vise principalement :

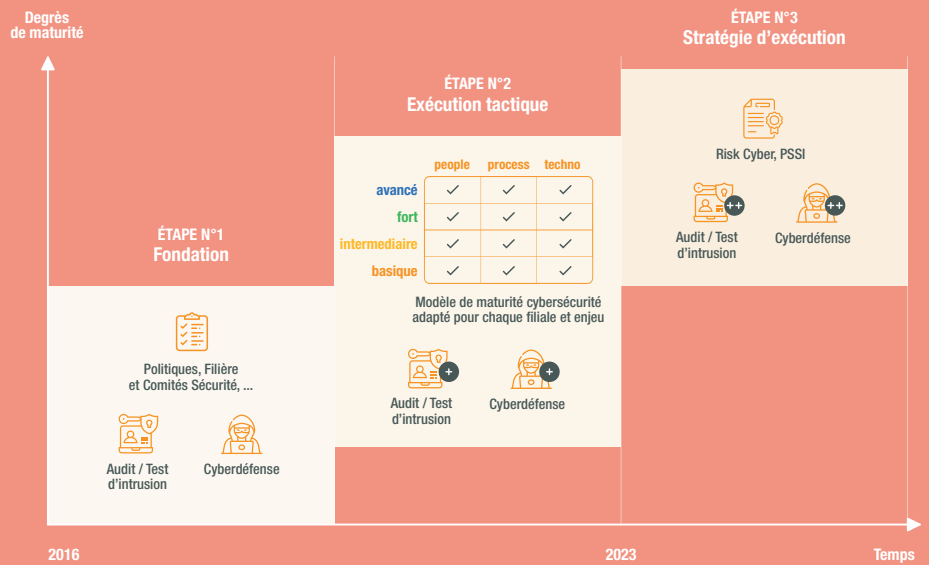
- d'une part, à maîtriser les évolutions réglementaires dans les intérêts business du groupe Up par des actions d'affaires publiques visant à sécuriser la chaîne de valeur, en saisissant les opportunités permettant d'améliorer le modèle économique et en contribuant au développement de nouvelles solutions ;
- d'autre part, à sécuriser le développement du Groupe en assurant les conformités réglementaires majeures de ses activités (principalement RGPD, Sapin II, LCBFT, fraude) pour la continuité de ses opérations, le maintien de la qualité de ses services et sa réputation globale.

UP S'ENGAGE À INTÉGRER LES EXIGENCES LIÉES AU RISQUE CYBERSÉCURITÉ

« La couverture du risque cybersécurité évolue en permanence et les sociétés d'assurance durcissent leurs attentes à l'égard de leurs assurés. L'assurance cybersécurité constitue une obligation "contractuelle et/ou réglementaire" pour certaines de nos filiales principales (ex : Coopérative Up et CEV en France, PLG en Allemagne etc.). Pour les autres filiales, elle représente un « élément » de confiance pour nos clients. Les déclarations faites auprès de

l'assureur engagent la responsabilité des dirigeants. Désormais l'effectivité des mises en œuvre est attendue de façon concrète et pourrait être auditée par les assureurs. C'est pourquoi en Décembre 2021, Up a signé un nouveau contrat pour l'année 2022, au travers duquel il s'est engagé à mettre en œuvre les mesures organisationnelles et techniques attendues par l'assureur. »

Ahmed Chebili,
Responsable Sécurité des Systèmes d'Information Groupe



« Participer à la coordination des pratiques RGPD (Règlement Général de la Protection des Données) au sein de la zone signifie, entre autres, offrir des conseils et un soutien pour tout projet que les entreprises souhaitent déployer, améliorer le niveau de conformité interne, concevoir des applications et/ou des plateformes, réviser les contractants ou autres fournisseurs qui peuvent être engagés, et maintenir, dans la mesure du possible, une approche sans risque et orientée vers les résultats, tout en gardant à l'esprit les avantages commerciaux. Mais les projets menés par nos entreprises établies en dehors de l'Union européenne sont ceux qui requièrent le plus d'attention et de flexibilité, car ils sont confrontés à certains obstacles : l'absence de législation nationale, les petites équipes et le manque de personnel spécialisé, le peu de possibilités dont elles disposent pour choisir des fournisseurs conformes, ainsi que la réticence des clients européens lorsqu'il s'agit de contracter des services non basés dans l'UE. Compte tenu de ces éléments, nous devons faire preuve de souplesse, mais aussi nous engager à évaluer et à trouver les solutions les plus appropriées, conformément aux exigences du RGPD et aux directives du Groupe. »

Carmen Iftode,
Déléguée à la protection des données (DPO) Zone Eurasie

« RGPD, cybersécurité, LCBFT, fraude... nous faisons face à des enjeux nouveaux qui peuvent être considérés, de prime abord, comme des contraintes réglementaires, voire des obstacles au business. Et pourtant nous nous adaptons, nous évoluons, nous progressons en apprenant... et ces "menaces" se révèlent, en fait, des opportunités. En progressant sans cesse dans ces mises en conformité, nous visons l'excellence qui doit rester notre marque de fabrique, qui plus est lorsqu'on est un partenaire privilégié des politiques publiques de l'État et des collectivités locales. »

Yassir Fichtali,
Directeur du marché programmes publics et sociaux (France)

PROGRAMME

ÉCONOMIQUE



ENGAGER LE GROUPE UP DANS LA TRANSFORMATION DE SES ACTIVITÉS

CONTEXTE

Favoriser une croissance durable pour le groupe Up et engager le Groupe dans la transformation de ses activités.

Avec la crise sanitaire qui a affecté le monde entier, le groupe Up prend un virage stratégique : se concentrer sur ses activités historiques (chèques restaurant, culture, cadeau, lire, titres sociaux) et s'adapter aux nouveaux usages travail/loisirs en offrant une expérience simple, robuste et fluide aux utilisateurs de ses solutions.

Le groupe Up a choisi de mener le basculement de ses produits vers des supports dématérialisés, tout en enrichissant son offre avec les partenariats/les acquisitions de start-up.

« Nous privilégions des alliances innovantes qui contribuent à accélérer la digitalisation de nos offres de “cœur de métier” et dont l’impact est positif pour notre écosystème », explique le Président de la Coopérative Up, Youssef Achour.



POLITIQUE

En 2021, la politique de relance du groupe Up dans ses activités a été lancée. Une feuille de route a été élaborée autour d'une dynamique de développement commercial, de relance économique, de renforcement des structures organisationnelles et de maîtrise des coûts de structure.

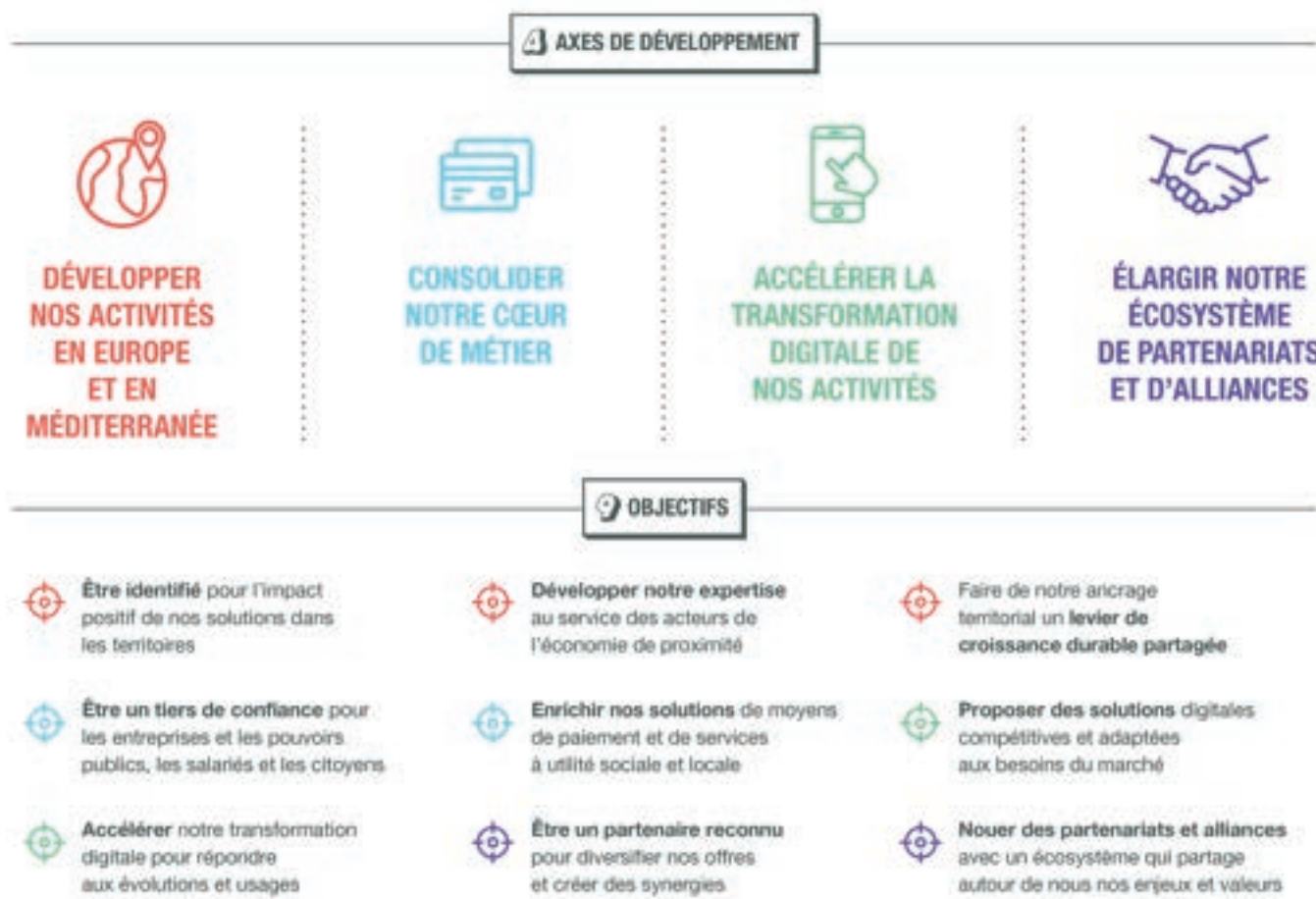
OBJECTIFS ET PLAN D' ACTIONS*

Le groupe Up est créateur de solutions de paiement et de services à utilité sociale et locale. Il donne aux entreprises et aux collectivités les moyens d'agir, au plus près des territoires, en faveur de l'amélioration du pouvoir d'achat et de la qualité de vie des salariés et des citoyens.

Up milite pour favoriser l'accès à une alimentation plus saine, à la culture et aux loisirs pour tous, et à une consommation plus responsable. Fidèle à son modèle coopératif, le groupe Up contribue ainsi à une société plus durable qui met l'humain au cœur de l'économie.

Le plan « CAP 2023 » est organisé autour de quatre axes indépendants mais étroitement « interconnectés » et 9 objectifs

**CAP
2023**



* Les plans d'actions sont traités dans le rapport de gestion financier 2021.

RÉSULTATS

LES NOUVELLES OFFRES DU GROUPE UP :

58 nouvelles offres, services ou fonctionnalités ont été lancés en 2020-2021

Des offres focalisées sur notre « core business »

(titres et solution de paiement, avantages aux salariés et programmes publics et sociaux en Europe et en Méditerranée)

- **Cap sur le multibenefits** : carte et plateforme en République tchèque, plateforme UpMultibeneficii en Roumanie, carte Up en Tunisie, nouveaux espaces clients en Italie ;
- **Plateformes d'avantages** : Givve Shop en Allemagne, Dealzz en Belgique, Mes Bons Plans en France ;
- **Enrichissement de l'offre et tests de marché** :
 - mobilité en France (Betterway) et en Belgique (Ctec) ;
 - avances sur salaire en Espagne (Hastee) et République tchèque (Advanto) ;
 - télétravail au Brésil (Up Teletrabalho avec Premmiar), au Mexique (Up Oficina en Casa), en Espagne (Up Teletrabajo) ;
 - carte vacances UpHoliday en Grèce.



Des offres 100 % digitales

Environ un quart en carte, environ trois quarts en plateforme Web, app ou voucher.



Des offres en appui sur des partenariats et des alliances :

- quatre nouveautés sur dix sont réalisées avec un partenaire ;
- des acquisitions tactiques pour soutenir notre offre multibenefits sur le marché « Avantages aux Salariés » (AAS) : Gusto Karta en Slovaquie, Leeto en France (plateforme et solutions pour les Comités Sociaux et Economiques (CSE) et autres réflexions sont en cours.

FAITS MARQUANTS



LA TAXONOMIE VERTE

En 2021, la Commission européenne a proposé la Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) qui restructure les exigences en matière de reporting de « durabilité » des entreprises. Cette directive prévoit une restructuration autour des trois piliers Environnement, Social et de Gouvernance (ESG) dont le contenu environnemental se cale sur les objectifs de la taxonomie.

Afin de répondre à ces objectifs et de reporter sur la capacité de Up à contribuer à la réduction de ses impacts, deux ratios/indicateurs consolidés Groupe sont d'ores et déjà étudiés en vue d'être publiés d'ici 2024 :

- la capacité d'investissements (CapEx vert), en l'occurrence la compensation des émissions carbone résiduelles finançant un projet environnemental par les filiales principales françaises de Up ;
- les dépenses d'exploitation (OpEx vert), telles que les achats de prestations ou de matières premières durables (électricité verte, véhicules électriques, papier PEFC, matières recyclées).

Cette réglementation s'appliquera au groupe Up et à l'ensemble de ses filiales, quels que soient leurs pays d'implantation, du fait que son siège social est situé en Europe.

DIGITALISATION DES OFFRES AUX COMITÉS SOCIAUX ET ÉCONOMIQUES (CSE) : LE GROUPE UP ACQUIERT LA START-UP LEETO POUR RENFORCER SA PALETTE DE SERVICES DÉDIÉS AUX CSE ET ACCOMPAGNER LEUR TRANSFORMATION DIGITALE



Cette acquisition s'inscrit pleinement dans la continuité du projet stratégique de Up. La coopérative privilégie des partenariats et des alliances innovantes qui contribuent à l'accélération de la digitalisation de ses offres « cœur de métier » et dont l'impact est positif sur l'ensemble de son écosystème. Par ailleurs, et conformément à sa nature coopérative, Up préservera la gouvernance et l'autonomie de Leeto au sein d'un groupe expérimenté et pérenne tout en privilégiant la complémentarité des solutions proposées. Leeto et Up : une solution globale au service des Comités Sociaux et Economiques (CSE) et de la qualité de vie au travail.

Plateforme d'accès aux offres et avantages pour les salariés, outil d'organisation d'événements et de gestion de la vie des CSE et première offre de comptes de paiements 100 % en ligne pour CSE, Leeto est une solution digitale et innovante qui complète les solutions du groupe Up pour les CSE.

La crise sanitaire a mis en lumière, plus encore qu'hier, l'importance majeure du bien-être au travail tout en accélérant la digitalisation des pratiques professionnelles et de loisirs. Dans ce contexte, les CSE, les PME et les salariés recherchent des solutions plus souples et pratiques pour démocratiser l'accès aux activités culturelles et sociales au sein des entreprises. À la croisée de ces tendances, Up, partenaire historique des CSE, a souhaité accélérer la digitalisation de ses services avec l'acquisition de Leeto.

Leeto facilite la vie des salariés bénéficiaires, qui peuvent ainsi accéder simplement et instantanément aux avantages sociaux et culturels proposés par leur CSE ou leur entreprise.



LA MONÉTIQUE AU SERVICE DE L'ÉNERGIE COLLECTIVE AU TRAVERS DE DISPOSITIFS DE MOTIVATION, DE FIDÉLISATION ET DE RÉCOMPENSE

Source de performance pour les entreprises, la motivation des collaborateurs et parties prenantes est un enjeu de taille. Le groupe Up propose des solutions permettant aux entreprises (direction des ressources humaines, responsables commerciaux, managers, etc.) de dynamiser et digitaliser leurs opérations de motivation en élaborant une stratégie de « fidélisation » avec les objectifs suivants :

- création de solution digitale clés en main et personnalisable ;
- gestion et conception des programmes de challenge en toute autonomie.

« Le développement de la monétique au sein du groupe Up accentue notre légitimité dans l'univers des moyens de paiement. Elle associe notre expertise historique sur l'offre cadeau à de nouvelles opportunités commerciales dans un univers digital devenu incontournable. Sa maîtrise sécurise notre indépendance et notre modèle dans un univers concurrentiel en constante évolution. »

Nathalie Costigliola, Directrice du marché Incentive, Fidélité et Récompenses (IFR)

LA MONNAIE INTELLIGENTE AU SERVICE DES POLITIQUES PUBLIQUES

Pour le groupe Up, les solutions de paiement ont vocation à être sociales et locales. Up conçoit et déploie des solutions qui permettent à l'action publique de gagner en impact et en visibilité, à la fois pour les agents du secteur public (État, collectivités...) et les citoyens. Elles favorisent l'engagement des agents et leur donnent les moyens d'agir pour toutes les populations, au plus près des territoires. Nos offres et solutions telles que le chèque déjeuner, le Cesu, Cohesia, le chèque de service ou encore le e-pass témoignent de cet engagement.



«Rendre la monnaie intelligente : c'est ce que nous faisons en orientant les aides au bon endroit au bon moment pour donner le plus d'impact possible aux politiques publiques dans les territoires. Nous dépasserons 1 milliard d'euros au service des populations en 2022 : le challenge est d'ampleur car une révolution est à l'œuvre, mais nous sommes fiers d'en être l'un des initiateurs dans la sphère publique.»

Yassir Fichtali,
Directeur du marché Programmes Publics
et Sociaux (PPS)

INTERVIEW

MARC BUISSON,
secrétaire général, Directeur communication et différenciation Groupe,
Directeur général zone Euromed, Président de Up Day (Italie).

Quelles sont les nouveautés des leviers de croissance en 2021 pour Day ?

Tout d'abord, l'année 2021 a été l'occasion pour Day de donner une nouvelle orientation à sa solution « antigaspi » portée par la start-up LastMinuteSottoCasa acquise en 2018. Day est parti d'une lente, mais continue adhésion à cette solution de la part des petits commerces de proximité ainsi que du constat que pour lutter plus fortement contre le gaspillage, sa solution devait aussi intégrer les petits et moyens supermarchés de proximité. Aussi, un accord a été trouvé avec une autre start-up, lthanks, née comme LMSC à Turin, pour pousser une offre intégrée à 360 degrés sur la gestion automatisée des produits ayant une échéance de consommation. Au niveau commercial, et dans la lignée de ce que propose Day à ses partenaires, le modèle économique se base sur un principe de *revenue sharing* entre les deux entités, qui s'appuie toutes deux sur la force commerciale et la présence de Day auprès de la cible des supermarchés de proximité. Cela marque donc un tournant et une accélération pour le développement de LastMinuteSottoCasa dans sa cinquième année d'existence, la troisième au sein de l'écosystème Day.

Avec le plan « CAP 2023 », quels sont les leviers de croissances durables sur la zone Euromed ?

L'année 2021 a été une nouvelle fois marquée par le Covid dans tous les pays de la zone. Si cela a affecté de manière différente les filiales dans leur business, cela a aussi été l'opportunité pour certaines d'entre elles d'accompagner les plans de relance territoriaux des collectivités. Cela a notamment été le cas pour Day qui a confirmé en 2021 sa capacité à émettre, de manière agile et flexible, des solutions



adaptées à destination des populations les plus touchées par cette crise pandémique, financées par les communes déjà clientes ou nouvellement clientes de Day. C'est le cas notamment pour les régions de la Sicile (commune de Palerme), d'Émilie-Romagne (Bologne), du Piémont (Turin) et d'autres régions en Italie, avec l'émission de titres sociaux, sous format papier, carte, QR codes ou totalement dématérialisés, utilisant même le support de la « carte nationale de service » en possession de toutes les personnes résidant en Italie. C'est la preuve de l'intérêt de nos solutions dans l'affectation et la gestion de l'aide aux personnes en situation de difficulté, mais aussi de notre capacité à flécher des flux entre financeurs, commerçants et bénéficiaires, quel que soit le format proposé.

Quels sont les déploiements des nouveaux enjeux RSE en 2021 dans la zone Euromed ?

L'année 2021 a été aussi pour le Groupe l'année du déploiement dans les zones du nouveau cadre stratégique « CAP 2023 », accompagné par la structuration d'une nouvelle approche de la RSE, au plus près des écosystèmes et des territoires. Les différents pays de la zone se sont efforcés, en cette période de crise pandémique, de continuer à garder le lien, social tout d'abord au sein des entités en accompagnant les collaborateurs à gérer puis à sortir de ces

«En 2021, Tombou a poursuivi et accéléré sa stratégie d'alliances et de partenariats, au travers de la carte Tombou Fuel Company (Shell, Petrol, Metro et T-Market). Nous avons créé un service complet de gestion des coûts de carburant. Ainsi, la Shell Card de Tombou donne la possibilité aux petites et moyennes entreprises de bénéficier des bonnes pratiques habituellement réservées aux grandes entreprises, et d'approvisionner leur flotte automobile avec du carburant de qualité à des prix préférentiels dans un vaste réseau de stations-service. Ce partenariat nous a permis en complément de proposer nos autres produits et de réaliser des ventes croisées. Cette offre est un réel atout pour Tombou et un partenariat gagnant-gagnant !»

Boris Milev,
Directeur général Tombou (Bulgarie).

moments difficiles, en utilisant les moments de mutation de nos modèles de travail pour renforcer la cohésion d'équipe et la formation des collaborateurs, mais aussi en poursuivant les programmes à « impact local » au travers notamment de la Fondation Up. Pas de nouveaux projets accompagnés en 2021 mais de la continuité dans les actions menées jusqu'alors. Par ailleurs, la diminution des déplacements professionnels, qui a eu un impact significatif de réduction de notre empreinte carbone, nous a aussi amenés à repenser nos modèles traditionnels de vente en optimisant nos déplacements et donc notre impact sur notre environnement.

PROGRAMME

SOCIAL



ACCOMPAGNER LES COLLABORATEURS DANS LA TRANSFORMATION DU GROUPE ET DE SES MÉTIERS

CONTEXTE

La Direction des ressources humaines et engagement des salariés a accompagné en 2021 l'activité de l'entreprise pendant et après les différentes vagues de confinement.

Notre capacité à être aux côtés des salariés dans les bons moments comme les plus difficiles contribue à faire vivre au quotidien notre esprit et nos valeurs coopératives, celles qui font notre fierté et notre appartenance à l'économie sociale et solidaire.

Le Groupe a pu apporter des réponses appropriées et proportionnées à la crise sanitaire, en conciliant soucis de protection des salariés et de pérennité des activités. En ce sens, la politique RH a dû s'adapter notamment par le renforcement des enjeux de qualité de vie au travail (QVT), le développement des relations avec les représentants du personnel et la recherche de solutions novatrices pour accompagner la relance du Groupe.

Employeur de 2 951 collaborateurs à travers le monde, le groupe Up considère son engagement envers ses collaborateurs comme un élément clé de sa réussite.

Nos 5 valeurs constituent le socle de la culture Up et de son management :

- ENGAGEMENT : « nous sommes, chacun, acteur de la réussite du Groupe » ;
- INNOVATION : « nous valorisons l'ouverture, la curiosité et la créativité » ;
- SOLIDARITÉ : « nous mobilisons notre temps et notre expertise au service du projet collectif et d'une ambition partagée » ;
- ENTREPRENEURIAT : « nous encourageons l'initiative et le développement des responsabilités au service du collectif » ;
- ÉQUITÉ : « nous portons une attention particulière à la diversité des situations et des personnes ».

Les filiales du groupe Up sont accompagnées dans leur politique sociale au travers de *HR talk* (discussions Ressources Humaines) chaque mois. Cette organisation permet une adaptation des pratiques aux spécificités de chaque pays et de partager les expériences tout en appliquant un axe social fixe dans le cadre de l'orientation stratégique suivante : « accompagner les collaborateurs dans la transformation du groupe et de ses métiers ».



« La Direction des ressources humaines et engagement des salariés a accompagné la reprise d'activité et le retour sur site après des mois de confinement. Les équipes ont été en support pour reconstruire le lien collectif au travers des actions d'engagement tant tournées vers les clients (solidarité dans les équipes en période de rush) que vers les sujets sociétaux (via la Fondation sur les actions de santé, d'alimentation, de logement ou encore d'éducation). »

Audrey Richard,
Directrice des ressources humaines et engagement des salariés, groupe Up

POLITIQUE

Depuis 2020, la DRH a fait le choix de regrouper deux orientations relatives à la fidélisation et à l'attractivité des collaborateurs. Cette orientation unique, portée par une marque employeur, invite chaque collaborateur à faire de ses compétences une force pour une vie plus simple et une société plus juste.

Répondre socialement à la crise sanitaire et économique

- **La crise sanitaire a perduré en 2021.** Le Groupe a maintenu ses actions, dans la continuité de 2020 : gérer les confinements nationaux et faire face aux difficultés économiques, notamment par la rationalisation des coûts. La sécurisation des savoirs étant une priorité nécessaire, un accent particulier a été porté pour favoriser et accompagner la mobilité interne afin de renforcer les marchés les plus affectés par la crise sanitaire. Ces dispositifs ont permis d'assurer la santé et la sécurité des collaborateurs tout en sécurisant la performance économique.

Favoriser la qualité de vie au travail (QVT)

- **La situation de 2020 et le plan de relance du Groupe ont placé la QVT comme un sujet important du dialogue social.** Des dispositifs d'accompagnement et de communication ont été réalisés, notamment sur l'organisation du travail (travail hybride), le lieu de travail (espace *co-working*, tiers lieu...) et le management (collaboration, confiance, culture du *feed-back*, management à distance). *Academy Up* : le déploiement international favorise le partage d'une culture et des pratiques communes, dans le respect des valeurs du Groupe.

Lutter contre les discriminations et les agissements sexistes et sexuels

- **Poursuivre la lutte contre les discriminations,** les agissements sexistes et sexuels et promouvoir la diversité, notamment en assurant le maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap, est la politique majeure du Groupe.

Sensibiliser et promouvoir l'ouverture/l'acceptation en participant et/ou en réalisant des événements internationaux tels que la Journée internationale des droits des femmes, la Journée internationale pour l'élimination de la violence à l'égard des femmes, ou la Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées (SEEPH).

La Coopérative Up, en tant que signataire de la charte « La France, une chance. Les entreprises s'engagent ! », a mis en place des actions pour sensibiliser les salariés sur l'insertion des jeunes, des réfugiés et des personnes sous main de justice dans le cadre de la lutte contre les discriminations.

Poursuivre la transformation digitale

- **La transformation digitale de nos activités a été réalisée par les actions suivantes :**
- Express Up : dispositif pour sensibiliser les équipes dirigeantes (CA, COMEX et CODIR) sur les sujets de tech ;
 - création d'une équipe dédiée à la data et l'accompagnement de la montée en compétences à travers un programme de formation ;
 - digitalisation de nos offres de formation avec le lancement d'*Academy Up*, autour de trois priorités : intégration/*on-boarding*, management et formations réglementaires ;
 - moderniser le SIRH France afin de rendre plus fluide l'expérience collaborateur et manager.

Maintenir une culture commune

- **Pour s'assurer de l'engagement des collaborateurs aux enjeux du Groupe,** des déploiements internationaux ont été privilégiés, tels qu'*Academy Up*, l'animation et l'accompagnement de la communauté RH (*HR Talk* et *HR Lunch*) et la diffusion de notre marque RH « *We Are Up Makers* ».
- La présidence et la DRH Groupe sont allées à la rencontre des collaborateurs de nos filiales à l'international, pour porter notre plan stratégique, notre culture et nos valeurs.

OBJECTIFS ET PLAN D' ACTIONS

En 2021, les objectifs de la DRH et engagement des salariés portent sur des actions tant collectives qu'individuelles pour soutenir l'activité.

Répondre socialement à la crise sanitaire et économique

- **Mettre en place une communication pédagogique pour les salariés**, sur la compréhension de la situation sanitaire et des règles mises en place dans chaque société du Groupe afin de maintenir le lien avec les collaborateurs.
Organiser le travail en prenant en compte nos enjeux de mobilité interne et la gestion du travail hybride.
Adapter les offres de formation pour répondre au besoin de management à distance, d'adaptation au télétravail en poursuivant le développement des **compétences des collaborateurs dans une perspective de continuité d'activité**.
Rechercher et déployer les dispositifs de financement nationaux pour soutenir les entreprises.

Favoriser la qualité de vie au travail (QVT)

- **Mise en place d'actions de QVT** pour pallier les enjeux sanitaires (mental et physique) et les difficultés d'isolement générées à cause du contexte sanitaire.
Rester vigilant sur la qualité de vie des collaborateurs dans leurs environnements professionnels et personnels, l'organisation du télétravail.
Offrir des politiques de mobilité adaptées aux besoins du Groupe.

Lutter contre les discriminations et les agissements sexistes et sexuels

- **Sensibiliser les collaborateurs à l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes** ainsi que la place des femmes dans la société.
Lutter contre les agissements sexistes et sexuels.
Sensibiliser aux actions favorisant l'emploi des populations loin de l'emploi (personnes en situation de handicap, seniors, demandeurs d'emploi de longue durée, réfugiés, personnes sous main de justice).
Actions pour l'insertion des jeunes, des personnes en situation de handicap et des personnes sous main de justice : la *Job'Ac*, le *job dating* avec l'école de la deuxième chance, le *job dating* avec l'espace emploi de VLG, avec l'association Justice deuxième chance, l'association Arpejeh, participation au forum en ligne *Talent Handicap et partenariat* avec le cabinet Aktisea.

Poursuivre la transformation digitale

- **Élargir l'offre de formation à l'international** par le déploiement du projet d'université d'entreprise *Academy Up* digitale afin de transmettre les savoirs fondamentaux et doter le Groupe des compétences métiers adaptées.
Déploiement du suivi mensuel/trimestriel des indicateurs de ressources humaines pour le Groupe au travers de la plateforme Metrio.
Digital Work Place : renforcement dans l'utilisation des outils de partage digitaux (visioconférence, partages documentaires).
Projet SIRH : report, adaptation et recalibrage dans une perspective de déploiement en janvier 2022.

Maintenir une culture commune

- **Poursuite des actions « We Are Up Makers »**, afin de soutenir le sentiment d'appartenance à un groupe.
Développement des modules Academy Up autour des compétences communes.
Construction des plans de développement des compétences des équipes dirigeantes (*mentoring* international, immersion start-up, programme Executive, coaching...).

RÉSULTATS

Répondre socialement au contexte sanitaire et économique

- **Communication régulière par tout moyen** (e-mails, visioconférences, écrans télé, réunion d'équipe, feed-back manager...).
- **Mise en place d'une cellule dédiée** hebdomadaire, constituée, dans le cadre du dialogue social, de la Direction et de représentants du personnel.

Lutter contre les discriminations et promouvoir la diversité

- **Participation des collaborateurs** du Groupe à la Journée internationale des droits des femmes : une conférence animée par Egae ouverte à tous les collaborateurs (plus de 100 participants) et rediffusion du guide « Ensemble contre les agissements sexistes et sexuels » et communication à l'occasion de la Journée internationale pour l'élimination de la violence à l'égard des femmes en coopération avec la Fondation Up.
- **La mise en œuvre de l'accord handicap** signé en France et agréé par la DRIETTS : ce nouvel accord handicap, élaboré avec les organisations syndicales, réaffirme notre volonté d'agir en faveur de l'inclusion des personnes en situation de handicap. Cela se traduit par une série d'actions concrètes, au plus proche des besoins de nos salariés, afin de toujours mieux les accompagner.
- **Des référent-e-s agissements sexistes** et harcèlement sexuel sont à disposition des salariés.
- **Les actions pour l'insertion** des personnes loin de l'emploi : la *Job'Ac*, le *job dating* avec l'école de la deuxième chance, le *job dating* avec l'espace emploi de VLG... En conséquence, le recrutement de trois personnes (alternance, CDD et stage) et une cinquantaine de personnes accompagnées (découverte des métiers, échange avec les professionnels, conseils entretien CV...).
- **La semaine de QVT.**
- **Ligneethique.coop.**
- Participation des managers à la formation « **la gestion du fait religieux** » et une sensibilisation pour les RH (122 personnes, managers, RH et RRH).

Favoriser la qualité de vie au travail (QVT)

- **Le modèle hybride de travail.**
- **Accès libre aux formations** et sensibilisation pour la gestion du stress, l'alimentation saine, manager et travailler à distance...
- Mise en place d'actions de QVT pour pallier les enjeux sanitaires (mental et physique).
 - Formation RPS destinée aux managers pour « veiller à la bonne santé de leurs collaborateurs » et formation spécifique pour les RH et les élus « Comprendre les risques psychosociaux et prendre de la hauteur au quotidien » ;
 - Apprentissage des bonnes postures au travail, afin d'éviter les troubles musculosquelettiques ;
 - Sensibilisation sur la liaison entre la santé et l'alimentation via les webinaires inspirants pour améliorer les habitudes, optimiser notre hygiène de vie, sources de bien-être au quotidien, pour préserver notre capital santé ;
 - Réunions d'équipes en présentiel et/ou à distance, pauses café/déjeuner à distance.
- L'organisation du télétravail selon l'activité et le métier.
- Fournir les matériaux tels que des écrans, des chaises d'étude, etc., pour améliorer les conditions de télétravail et mise en place du *walking desk*.

Poursuivre la transformation digitale

- Déploiement du premier lot de l'université d'entreprise *Academy Up* dans quinze pays en deux langues (français et anglais) en trois axes de formation accessible par 1 800 collaborateurs : *onboarding* (intégration), formations réglementaires et management avec un format mixte qui propose des accompagnements en ligne (tutorat, coaching, etc.).

- Renforcement des outils collaboratifs Microsoft Office dans un contexte favorable au travail à distance : réunion de management ouverte à la participation des salariés dans tous les pays, webinaires, portail de partage des documents RH, etc.

- Production trimestrielle des cinq indicateurs clés de performance (ICP) pour le pilotage RH du

groupe Up au travers de la solution Metrio.

- Mise en place de « banques de données des métiers », pour suivre la transformation des métiers à l'échelle internationale.

- L'accord sur la gestion des emplois et parcours professionnels (GEPP) définit les mesures permettant d'accompagner les collaborateurs sur le développement des compétences tout au long de leur carrière. La mobilité interne reste la priorité de l'entreprise.

Ces mesures sont néanmoins complétées d'un volet permettant l'accompagnement dans la réalisation de projets d'évolution professionnelle externe, dans un cadre strictement volontaire.

Maintenir la perspective d'une culture commune

- Réunions (*HR Talks*) trimestrielles et moments de convivialité (*HR Lunch*) en 2021 avec les responsables RH internationaux pour l'harmonisation de la gestion de la crise sanitaire et l'échange d'informations des politiques RH du Groupe.

- Quatre-vingt-douze collaborateurs intégrés dans « *les talents@ reviews* » sur les cinq zones du Groupe.

- Huit rendez-vous Direction générale/managers au sein de la Coopérative Up.

- Deux séminaires des Directions du Groupe réunissant le Conseil d'Administration et les Directions générales de tous les pays : organisé en présentiel en avril et en septembre.

- Acquisition d'une bibliothèque des emplois.

- Mise en place du programme « *International Mentoring* » et « *Co-dev* » dans les zones Euromed et Eurasie pour susciter l'échange entre les filiales, le programme de développement et fidélisation innovant en « *Immersion Start-Up* » pour valorisation et développement de leurs compétences, découverte de modes de fonctionnement différents.

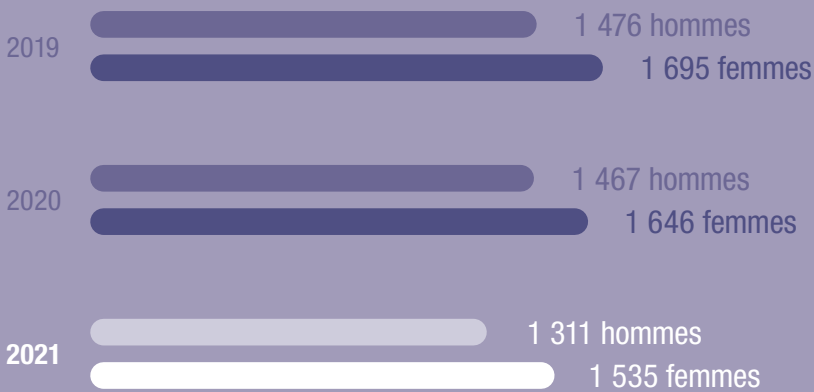
- Réunions inspirantes « *Express Up* » pour le top management et « *Learning Expedition* » pour les membres du COMEX.

ICP

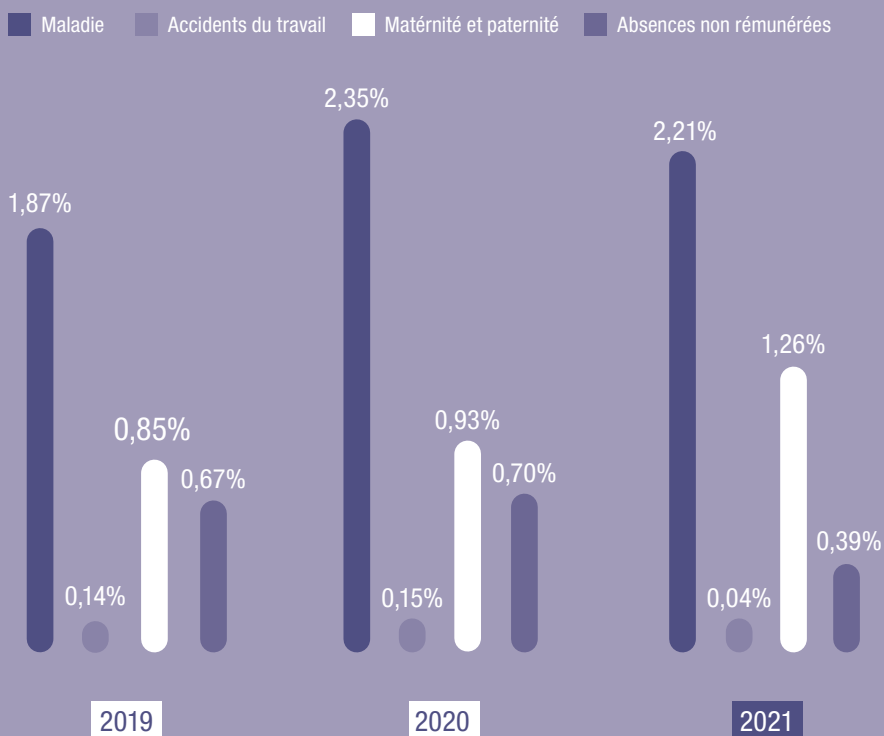
✓ NOMBRE D'HEURES DE FORMATION



✓ NOMBRE DE SALARIÉS FORMÉS PAR GENRE

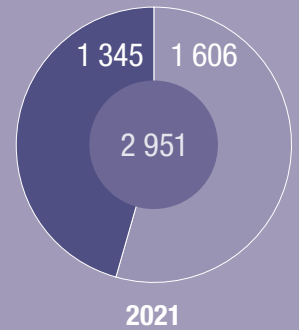
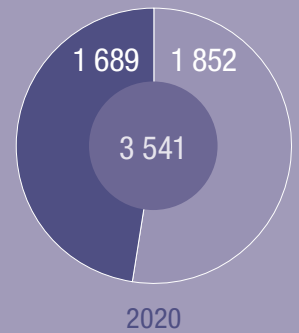
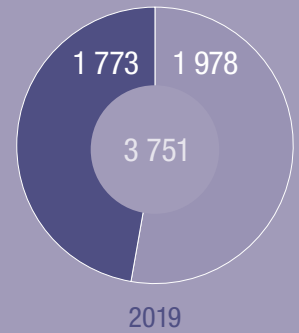


✓ TAUX D'ABSENTÉISME



✓ EFFECTIF PAR GENRE

■ hommes □ femmes



✓ TAUX DE TURNOVER

2019
17,88 %

2020
15,71 %

2021
17,83 %

FAITS MARQUANTS

LA LOI DU 2 MARS 2022 VISANT À PROMOUVOIR LA PRATIQUE D'ACTIVITÉS PHYSIQUES ET SPORTIVES EN ENTREPRISE



La loi du 2 mars 2022 a pour objectif de démocratiser le sport en France et d'inciter les entreprises à promouvoir la pratique sportive auprès de leurs collaborateurs. Depuis plusieurs années, le groupe Up a été précurseur dans le développement de la pratique sportive pour le plus grand nombre de salariés. Plusieurs dispositifs ont été mis en place et proposés aux collaborateurs du groupe Up : une salle de sport au sein du siège social, un « *walking-desk* », des cours en ligne de sophrologie et de Yoga, des webinaires pour améliorer la santé des collaborateurs (alimentation, sommeil, sport et gestion du stress). Des produits sont également proposés à nos clients, notamment au travers du chèque sport en France et de solutions présentées par Fitpass en Géorgie, Bosnie et Serbie.



VERS L'ÉGALITÉ RÉELLE FEMMES-HOMMES

L'accent a été mis sur l'égalité femmes-hommes dans un objectif de sensibilisation, notamment en formant le Comité Exécutif et le Comité de Direction France aux agissements sexistes et sexuels. La Journée internationale des droits des femmes a permis de sensibiliser les collaborateurs du Groupe à cet enjeu, et les salariés français ont reçu un guide, « Ensemble contre les agissements sexistes et sexuels ». En 2022, deux entités du Groupe soumises à l'obligation du calcul de l'index de l'égalité femmes-hommes sur la base des données de l'exercice 2021 ont obtenu les notes suivantes :

- Coopérative Up : 86/100 ;
- Kalidea : 84/100.

DIGITALISATION DE L'OFFRE : UN PROJET SIRH ET ACADEMY UP.

Un projet SIRH a été lancé : objectif de déploiement en janvier 2022. Ce projet a pour ambition de moderniser la fonction ressources humaines auprès de 900 salariés payés en France. Les objectifs en jeu sont : dématérialisation, digitalisation, simplification, harmonisation, expérience utilisateurs, urbanisation. Ce projet porte également les salariés des filiales internationales afin de les intégrer dans *Academy Up*.

LANCEMENT DU PROGRAMME MENTORAT INTERNATIONAL DANS ACADEMY UP

Academy Up, l'université d'entreprise du Groupe, répond aux trois enjeux clés :

- Transmission d'une culture Groupe : formaliser, capitaliser et diffuser les éléments de culture coopérative du groupe Up pour accompagner la transformation des métiers et développer le niveau de maturité digitale en France et à l'international ;
- Valorisation des compétences : reconnaître, valoriser et fidéliser les talents et compétences clés de Up en offrant une meilleure visibilité sur les opportunités d'évolution possibles ;
- Levier de marque employeur : augmenter l'attractivité du Groupe, renforcer son image d'employeur et développer le sentiment d'appartenance et de fierté des équipes.

Le projet de mentorat international est un des dispositifs qui répondent à ces trois enjeux spontanément. Dans ce programme, un salarié (mentor) qui souhaite partager son expérience est mis en relation pour une durée déterminée avec un autre salarié (mentoré) qui souhaite acquérir de la connaissance ou vice-versa. Le mentorat relève du volontariat, il s'agit d'un engagement personnel et libre. C'est un engagement mutuel entre les deux parties. Le binôme mentor et mentoré s'établit sur une relation de confiance, de franchise et de respect.



« Merci pour cette initiative qui nous donne l'opportunité de nous rapprocher du reste des entreprises du groupe Up. Je voudrais que cette expérience puisse être standardisée et développée de façon plus habituelle dans les différentes filiales du Groupe. »

Joaquín Cabrera Arroyo, mentoré, Responsable de la qualité, des opérations et des alliances stratégiques Up Spain (Espagne).

« Ce fut un réel plaisir d'être impliqué dans ce projet. C'était un programme efficace et ciblé auprès des collaborateurs. Nous avons déterminé des objectifs et pris des mesures ensemble et nous avons terminé en analysant les résultats de ces actions. »

Gul Bilgin Mekan, mentor, Directrice de l'expérience clients et de la gouvernance, Multinet (Turquie).

UN DIALOGUE SOCIAL MAINTENU ET DES RELATIONS EUROPÉENNES RENFORCÉES.

En France et à l'international, le contexte sanitaire et économique a été un nouveau défi pour maintenir le dialogue social avec les élus et organisations syndicales.

En France, les réunions se sont tenues à distance, à la fois pour échanger sur le contexte sanitaire, mais également pour poursuivre le suivi et l'évolution des accords collectifs mis en œuvre au sein de la Coopérative Up ou des sociétés françaises du Groupe.

À l'international, les rendez-vous bimensuels en anglais et en français avec les DRH des filiales du Groupe sont des moments importants pour échanger sur les politiques RH locales.

Ces échanges permettent notamment de préparer les discussions à venir avec les membres du Comité d'entreprise européen (CEE), instance européenne de dialogue social pour le Groupe.

Liste des accords :

Périmètre Coopérative Up :

- Accord sur l'exercice du droit syndical ;
- Accord de participation ;
- Accord temps de travail (temps de travail, astreinte, modulation, congés) (nouveau 2021) ;
- Accord relatif à l'égalité professionnelle et à la qualité de vie au travail ;
- Accord CDD à objectif défini ;
- Accord télétravail ;
- Accord gestion des emplois et des parcours professionnels (GEPP) (nouveau 2021) ;
- Accord négociations annuelles obligatoires (NAO).

Périmètre France :

- Accords de classification des emplois et grille de salaires
- Accord Groupe en faveur des salariés en situation de handicap

- Accord Comité des Activités Sociales et Culturelles Inter-Entreprises (CASCIE)
- Accord Groupe sur la lutte contre les discriminations et pour la promotion de la diversité

Périmètre international*:

- Accord collectif relatif à la mise en place du Comité d'entreprise européen.

* Ce périmètre ne prend en compte que les accords collectifs impliquant plusieurs sociétés du groupe Up dans plusieurs pays. Les accords collectifs de chaque société du groupe Up, gérés par les équipes RH locales, ne sont pas mentionnés.



PROGRAMME

SOCIÉTAL



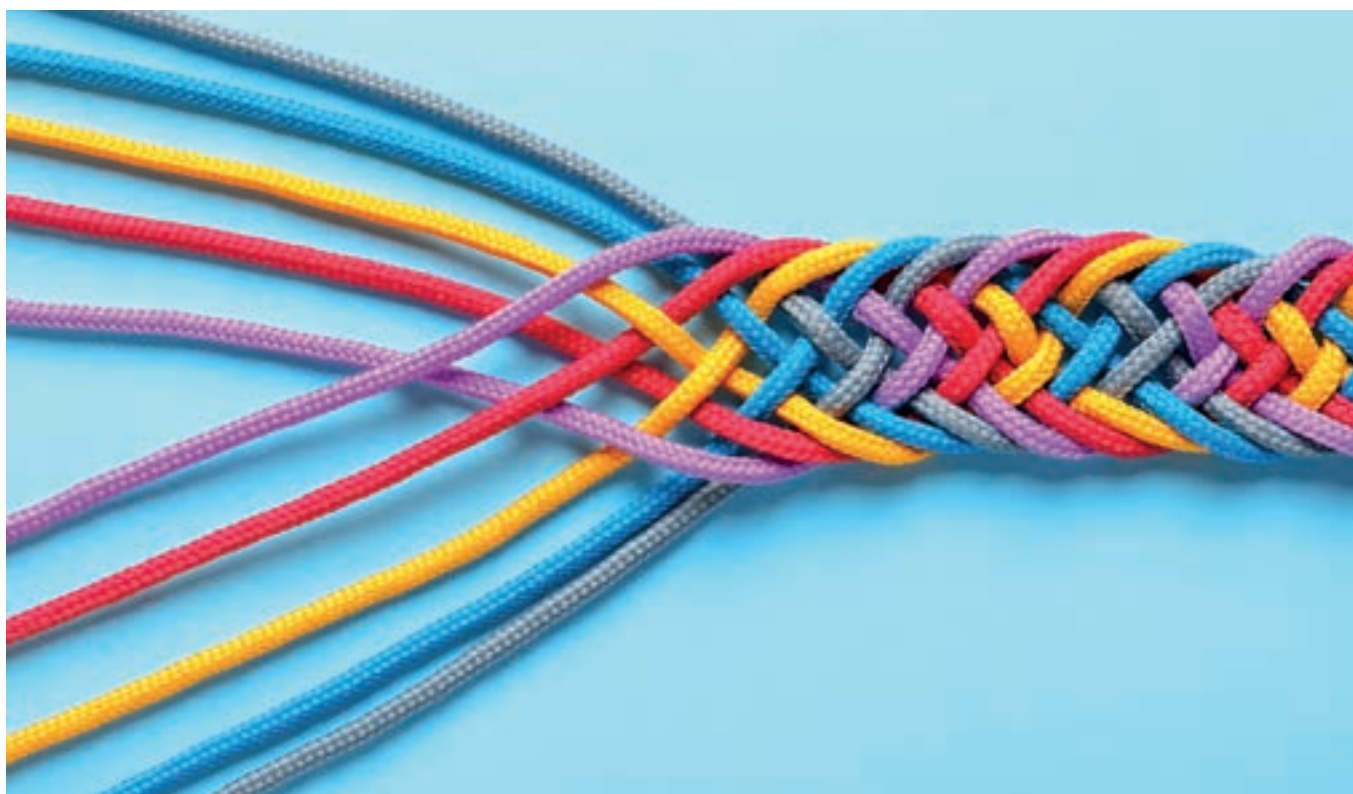
IMPULSER LE POUVOIR D'AGIR ENSEMBLE ET RENFORCER LES LIENS SUR NOS TERRITOIRES

CONTEXTE

Pour le groupe Up, appartenir au secteur de l'économie sociale s'accompagne d'une double exigence de solidarité et de responsabilité. Les nombreuses actions de soutien à la société civile engagées par Up depuis plusieurs années démontrent, au quotidien, sa volonté et sa capacité à s'engager en faveur de l'intérêt général. C'est sur ce terreau fertile que le groupe Up déploie sa politique de mécénat, dans l'esprit et les valeurs de l'économie sociale et solidaire.

Depuis 2017, la politique de mécénat du groupe Up illustre et concrétise le « pouvoir d'agir ensemble », par lequel Up affirme son engagement et sa volonté de contribuer à améliorer le quotidien du plus grand nombre, dans un objectif de progrès social et d'impact dans les territoires.

Sa politique de mécénat se déploie à travers ses pays d'implantation et guide les filiales mécènes, avec l'appui de correspondants locaux, dans l'accompagnement de leurs projets.



POLITIQUE

La politique de mécénat du groupe Up contribue à créer du lien social afin de lutter contre l'exclusion des personnes « invisibles » (personnes en marge de la société, isolées ou dépendantes). Elle vise à leur redonner accès à ce qui est essentiel pour s'épanouir librement dans la société, en soutenant des projets dans la durée, dans quatre grands domaines d'action.

Les 4 domaines d'action



Alimentation

Pour tous c'est se nourrir.
Notre ambition : **Favoriser la production, le partage et l' "agir ensemble"**.



Logement

Pour tous c'est se loger.
Notre ambition : **Favoriser l'accessibilité, l'autonomie et le "vivre ensemble"**.



Éducation & culture

Pour tous c'est apprendre et comprendre. Notre ambition : **Favoriser la compréhension du monde, le libre accès à la culture et "progresser ensemble"**.



Santé

Pour tous c'est prendre soin de soi. Notre ambition : **Favoriser l'épanouissement des patients comme de leur entourage, des soignants, et "faire face ensemble"**.

L'essentiel est vecteur de lien social pour développer le pouvoir d'agir et lutter contre l'exclusion.

RÉPARTITION DES SUBVENTIONS PAR DOMAINE D'ACTIONS PROJETS DE LA FONDATION UP (2021)



SANTÉ



ALIMENTATION



ÉDUCATION /
CULTURE



LOGEMENT

OBJECTIFS ET PLAN D' ACTIONS

En 2021, Up s'est particulièrement attaché à poursuivre le travail engagé avec les partenaires mécénat pour renforcer le lien social et impulser le pouvoir d'agir.

Essaimer le mécénat du groupe Up sur ses territoires

L'accompagnement des filiales a permis de développer l'engagement mécénat propre à chacune d'elles, à travers l'aide financière et le bénévolat. Si l'année 2021 n'a pas permis d'engager de nouveaux pays dans la politique de mécénat, pour autant de nouveaux projets ont vu le jour en France et en Italie.

Animer la rencontre avec les porteurs de projets et évaluer l'impact des projets

Le groupe Up participe aux événements de ses partenaires et décline quand c'est possible des actions sociétales. Il s'attache à favoriser des rencontres entre les acteurs d'un territoire autour de mêmes thématiques ou identifie des croisements intéressants, essentiellement sur la France.

Le site Internet de la Fondation et l'animation de ses réseaux sociaux permettent également de valoriser chaque projet soutenu et de relayer l'actualité des partenaires. Après quatre ans d'accompagnement et d'évaluation des projets, la Fondation Up en a établi une évaluation-bilan. Celle-ci permet de compiler les données d'impact social et de mieux visualiser l'évolution et les résultats de chaque projet.

Engager les salariés au service des territoires et de l'intérêt général

Au-delà de l'aide financière, le groupe Up propose diverses opportunités d'engagement solidaires, auprès des structures partenaires soutenues. Elles permettent de donner du sens et de partager les valeurs de l'entreprise. L'objectif est notamment de faire progresser le nombre de salariés qui s'engagent chaque année.

Source d'enrichissement de l'identité du Groupe, son mécénat complète ses actions sociétales (*sponsoring*, aide d'urgence et partenariats en lien avec l'intérêt général) qui contribuent directement à son développement économique et à sa notoriété.

LES FORMES DE SOLIDARITÉ AU SEIN DU GROUPE UP

MÉCÉNAT *Impulse*

Redonner du pouvoir d'agir aux invisibles. Engagement sur 3 ans au minimum, sans visée commerciale ni contrepartie, pour soutenir des actions menées dans 4 domaines : l'alimentation, le logement, la santé, l'éducation/culture.

MÉCÉNAT *hors Impulse*

Soutien ponctuel accordé sans contrepartie à des organisations d'intérêt général pour répondre, par exemple, à des situations d'urgence, des événements climatiques, un soutien auprès d'une population ou une cause spécifique.

ACTIONS *sociétales*

Partenariats, actions de *sponsoring* conventionnés entre le groupe Up et des acteurs du champ de la solidarité (associations, fondations, ...) avec recherche d'une contrepartie directe à l'action menée (image, notoriété, intérêt commercial, par exemple).

RÉSULTATS

En 2021, l'enveloppe globale consacrée à la mise en œuvre d'actions de solidarité au sein du Groupe est de 565 672 euros. Ces actions de soutien auprès de la Société civile se concrétisent au travers des projets mécénat, principalement pilotés par la Fondation Up, des soutiens ponctuels dans le cadre d'aide d'urgence par exemple, ou encore via des actions de *sponsoring*.

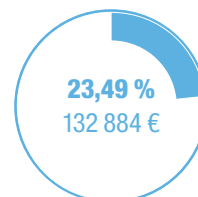
En 2021, ce sont 29 projets que la Fondation d'entreprise Up a accompagné. Six nouveaux projets de mécénat ont vu le jour, en France, en Italie, et en Roumanie, ce qui permet de maintenir la progression du mécénat Up dans les territoires.

L'année 2022 à venir verra la fin du plan pluriannuel de la Fondation 2017-2022, avec l'émergence de l'évaluation de l'impact social de son action à cinq ans.

En 2021, 128 actions de sensibilisation à l'engagement sociétal ont été proposées aux salariés du Groupe, sous différentes formes : missions solidaires auprès d'associations, arrondi sur salaire, ateliers, webinaires, conférences...



RÉPARTITION DES SUBVENTIONS PAR TYPE D'ACTIONS (2021)



MÉCÉNAT
HORS IMPULSE



MÉCÉNAT
IMPULSE



ACTIONS
SOCIÉTALES



NOMBRE DE SALARIÉS SENSIBILISÉS À L'ENGAGEMENT SOCIÉTAL, CUMULÉS PAR ANNÉE



FAITS MARQUANTS

SUR LE TERRAIN DE LA SOLIDARITÉ

Tout au long de l'année, les salariés Up sont invités à se mobiliser auprès des partenaires de la Fondation, en utilisant leur congé solidaire, mis à disposition, en France, par la coopérative Up – qui permet de réaliser une mission bénévole courte. 149 salariés Up se sont ainsi engagés en France en 2021 pour réaliser quatorze missions solidaires soit un taux d'engagement doublé en un an, lié au contexte de la reprise en présentiel.



« J'ai savouré l'opportunité que Up m'offre de bénéficier d'une journée d'engagement sociétal. Cela donne du sens aux valeurs que l'on met chaque jour en avant auprès de nos clients. En plus de faire la connaissance d'autres collaborateurs de l'entreprise, c'était aussi l'occasion de vivre une expérience pleine de cœur, de solidarité et d'humanisme. [...] C'est génial d'avoir participé à l'amélioration de l'habitat de ces mères et enfants, d'avoir entendu leurs parcours. [...] Il y a des sourires qu'on n'oublie pas et qui n'ont pas de prix. »

Élisa Brassset,
Commerciale Up, bénévole sur une mission auprès d'Emmaüs Solidarité.



UN ABRI POUR TOUTES

Le groupe Up a soutenu financièrement la Fondation des femmes dès son lancement en 2016. Ce soutien s'est poursuivi jusqu'en 2021 sur le projet « Un abri pour toutes » qui visait à améliorer les conditions d'accueil des femmes dans les centres d'hébergement d'urgence mixtes. La Fondation Up a soutenu ce projet de recherche à hauteur de 60 000 euros. Les résultats ont été présentés fin 2021 avec une série de recommandations et d'outils concrets pour améliorer la prise en charge de femmes dans ces centres.



L'ARRONDI SUR SALAIRE AU SEIN DU GROUPE

Dispositif simple et souple, l'arrondi sur salaire permet aux salariés Up de soutenir financièrement l'association de leur choix en arrondissant, chaque mois, son salaire à l'euro inférieur. En 2021, cinq pays du groupe Up – Espagne, France, Italie, République tchèque et Slovaquie – proposent l'arrondi sur salaire à leurs collaborateurs. Au total, ce sont 53 802 euros qui ont ainsi été collectés en trois ans (2019, 2020, 2021) par une moyenne annuelle de 536 salariés.



LUTTER CONTRE LA PRÉCARITÉ ET LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Le groupe Up s'engage contre la précarité et le gaspillage alimentaire et en faveur de l'émergence de modèles alimentaires durables. Cet enjeu s'inscrit dans le prolongement de son cœur de métier du groupe Up : rendre accessible une alimentation de qualité au plus grand nombre.

À travers les projets qu'elle soutient, la Fondation Up s'attache à aller au-delà des seules problématiques de nutrition et à provoquer une prise de conscience pour bâtir une culture de l'alimentation saine, équilibrée et durable :

- Les Anges Jardins en France ;
- La Tablée des chefs en France ;
- l'écolieu Lascoste en France ;
- Vagus en Slovaquie ;
- Friends of Good – Amigos do Bem au Brésil.

En effet, au-delà de la lutte contre la précarité alimentaire, ces projets innovants sur le plan social contribuent également à l'émergence de modèles alimentaires plus responsables favorisant l'autonomie des populations et luttant contre le gaspillage alimentaire. Ces projets à fort ancrage territorial mêlent donc engagement environnemental, social, culturel et pédagogique.

Les acteurs des structures accompagnées mettent ainsi en avant la multiplicité de leurs objectifs comme facteur clé de leur réussite et favorisent un projet qualitatif, en défendant le principe que le soutien apporté dans le domaine de l'alimentation doit être digne, utile et durable, au lieu d'apporter uniquement une assistance alimentaire quantitative de courte durée.

« Au-delà du soutien financier de la Fondation Up qui a permis à l'association Chemins d'Enfance de concevoir de nouveaux jeux éducatifs, son approche entrepreneuriale a également été une source d'inspiration pour notre association afin d'essaimer sur le long terme les projets que nous mettons en œuvre. Nous avons pris conscience de la nécessité de rapprocher le monde de l'entreprise et celui des associations. La sensibilisation des salariés est indispensable pour façonner un monde où les citoyens retrouvent leur pouvoir d'agir. »

Julie Dutertre,
Responsable opérationnelle et pédagogique, Chemins d'Enfances.



« Grâce à Up, j'ai pu accompagner quelques heures la grande collecte des Banques alimentaires, structure partenaire du Groupe. Étant plutôt du genre à dissocier ma vie professionnelle de ma vie privée, je ne pensais pas trouver auprès de mon employeur la possibilité de m'engager à travers des actions d'utilité sociale. Si je n'avais pas eu cette facilité d'accès à des propositions de missions solidaires et citoyennes, plusieurs fois par an, mes envies de m'engager ne se seraient jamais concrétisées. »

Clément Bernard,
Business Developer, bénévole lors de la collecte nationale des Banques alimentaires.

CO-CONSTRUIRE AVEC NOS FOURNISSEURS ET PARTENAIRES

CONTEXTE

Pour Up, être un acteur économique différent et engagé implique d'acheter autrement. Afin d'être en cohérence avec sa stratégie et de construire des relations durables avec ses fournisseurs, Up a mis en place une démarche d'achats responsables.

Cette démarche s'appuie sur la mise en œuvre de relations et de coopérations avec ses fournisseurs pour une maîtrise bilatérale des enjeux du développement durable et une maîtrise des risques dans le processus d'achats.

Au-delà des critères dits « standards » (qualité, coûts, délais), un achat responsable intègre les dimensions sociale, sociétale et environnementale dans les étapes du processus d'achat, notamment à travers le choix des fournisseurs, des produits et des services.



POLITIQUE

Pour contribuer à la performance globale du groupe Up, les achats responsables accordent autant d'importance aux notions d'engagement de responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE) qu'aux notions de création de valeur partagée et de coût global.

Depuis notre adhésion au Pacte mondial des Nations unies en 2006, le cadre juridique et normatif a beaucoup évolué ces dernières années en matière d'achats responsables. Une norme internationale (ISO 20400) et trois lois françaises, ayant un impact pour le groupe Up, redéfinissent de nouvelles bases pour la mise en pratique des achats responsables : la loi sur le devoir de vigilance, la loi Sapin II, et dernièrement la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire.

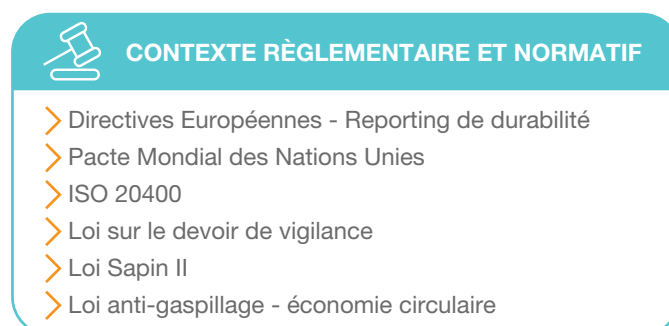
La politique achats responsables a été révisée afin de les prendre en compte et de poursuivre les efforts engagés depuis 2015 dans la construction de relations durables avec nos fournisseurs.

Cette mise à jour permet de :

- intégrer les enjeux environnementaux du Groupe et faire le lien avec ses préoccupations économiques ;
- anticiper et répondre aux nouveaux référentiels et réglementations environnementaux ;
- présenter des plans et moyens d'action concrets pour établir une démarche d'achats responsables ;
- démontrer sa différence auprès de ses parties prenantes externes et de développer des relations gagnant-gagnant avec ses fournisseurs.

Cette politique s'articule autour de deux objectifs :

1. se différencier en achetant autrement ;
2. créer de nouveaux partenariats et synergies avec nos fournisseurs.



CONSTRUIRE DES RELATIONS DURABLES AVEC NOS FOURNISSEURS À TRAVERS NOTRE DÉMARCHE D'ACHATS RESPONSABLES

1. SE DIFFÉRENCIER EN ACHETANT AUTREMENT

CARTOGRAPHIER ACHATS ET FOURNISSEURS

- > Cartographie achats
- > Cartographie fournisseurs

INTÉGRER DES CRITÈRES RSE

- > Critères RSE
(Fiches actions 2020)

FORMER ET SENSIBILISER

- > Formation acheteurs
- > Sensibilisation collaborateurs

2. CRÉER DE NOUVEAUX PARTENARIATS ET SYNERGIES AVEC NOS FOURNISSEURS

EVALUER LA DÉMARCHE RSE

- > Evaluation RSE des fournisseurs
- > Evaluation RSE des filiales
- > Documents AR

DÉVELOPPER UNE RELATION GAGNANT-GAGNANT

- > Délai comptable règlement fournisseurs
- > Projets coconstruits avec les fournisseurs responsables

CADRER LA DÉMARCHE D'ACHATS

- > Teams DCD Sustainable
- > Purchasing, Environment

RÉSULTATS*

En 2021, deux outils pédagogiques (fiches-actions) sur la cartographie des achats et fournisseurs ont été réalisés et seront mis à disposition des principales filiales tout début 2022 via l'espace collaboratif dédié afin qu'elles puissent se les approprier et faire progresser leurs pratiques habituelles.

Ces cartographies servent à segmenter le portefeuille de fournisseurs et d'achats par catégories. Elles permettent de réaliser l'analyse des dépenses, d'identifier les enjeux et de faire ressortir les catégories sur lesquelles les filiales souhaitent prioriser leurs actions.

En 2021, 53 % des filiales du périmètre ont réalisé au moins l'une de ces cartographies, soit 8 filiales : Alios, Up Day, Kalidéa, Monizze, Tombou, Coopérative Up, Up Brasil, et Up Slovensko. L'enjeu, pour toutes les filiales principales du groupe Up, sera de réaliser, d'ici trois ans, l'une ou l'autre de ces cartographies.

Le Groupe a également mis en place des indicateurs de suivi des trois engagements qu'il a pris au sein de sa charte des achats responsables :

- **mettre la RSE au cœur des relations acheteurs-fournisseurs :**

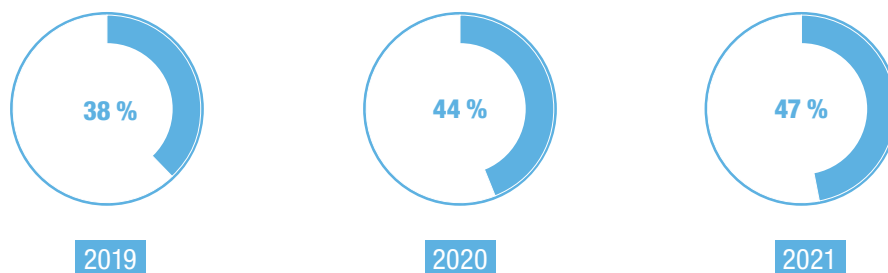
9 filiales sur 15 communiquent une charte achats responsables ou des documents équivalents à leurs fournisseurs : Coopérative Up, Kalidea, Up Ceska Republika, Up Day, Up Multinet, Up Romania, Up Sí Vale, Up Slovensko et Up Spain ;

- **respecter toutes les parties prenantes impliquées dans la chaîne de valeur :** en 2021, la Coopérative Up, Kalidéa, Tombou, Up Day, Up Romania et Up Slovensko ont évalué leurs fournisseurs avec des critères RSE, ce qui représente 164 fournisseurs, soit 3,98 % des fournisseurs du Groupe ;
- **œuvrer à la préservation du bien commun pour les générations futures :** 153 fournisseurs issus du secteur protégé, adapté et d'insertion représentent 3,71 % des fournisseurs.

Plus de la moitié des filiales du périmètre réalise des achats avec des critères environnementaux*.

En 2021, 47 % des filiales du périmètre intègrent au moins un critère RSE dans la sélection de leurs achats ou de leurs fournisseurs, soit 7 filiales : CEV, Coopérative Up, Kalidea, Up Day, Up Spain, Up Slovensko et Up Romania.

✓ PART DES FILIALES AYANT AU MOINS UN CRITÈRE RSE DANS LA SÉLECTION DE LEURS ACHATS OU DE LEURS FOURNISSEURS



* Tous les calculs présentés ci-dessous portent sur les filiales principales uniquement.

FAITS MARQUANTS

INTÉGRATION DE LA RSE DANS LES ACHATS

VERS DES ACHATS PLUS SOLIDAIRES

Dans le cadre de la politique d'achats responsables et de sa déclinaison sur la maison mère, un bilan concernant les achats solidaires a été mené en 2021. Un catalogue de fournisseurs du secteur du handicap (ESAT, EA, TIH*) a donc été créé pour les recenser dans treize catégories d'achats. Le catalogue a été construit en référençant chaque prestataire selon différents critères comme la capacité à intervenir sur nos différents sites en France, le chiffre d'affaires, la date de création, les références clients. Ce sont des fournisseurs à valeur ajoutée pour Up.

* Établissement ou services d'aide par le travail, entreprise adaptée, travailleur indépendant handicapé.



UP SÍ VALE FORME SES ACHETEURS AUX ACHATS RESPONSABLES

Partant d'une recommandation d'EcoVadis sur la formation des acheteurs aux enjeux RSE, Up Sí Vale a entrepris de former cinq de ses collaborateurs, dont trois acheteurs, aux achats responsables en 2021. Cette formation a porté sur les thématiques suivantes : durabilité systématique, économie circulaire, résilience, code de déontologie, cartographie des achats. En complément de cette formation, un état des lieux a été réalisé par un expert externe et des recommandations ont été proposées pour mettre en œuvre des pratiques responsables dans les achats.

LES COOPÉRATIVES RÉSISTENT À LA CRISE !

Malgré la crise économique et sanitaire, le développement des sociétés coopératives ne s'est pas démenti ces deux dernières années en France et à l'international. Les actions qu'elles ont su déployer durant cette crise ont pu démontrer le potentiel et la résilience de ce modèle économique plus durable et plus inclusif. Cela représente 3 millions de coopératives dans le monde et 10 % de la population active mondiale. Les 300 premières coopératives génèrent 2,14 milliards de dollars de chiffre d'affaires*.

À l'heure où les structures de l'ESS doivent être de plus en plus intégrées aux marchés publics et appels d'offres, faire appel aux coopératives répond à leurs critères de sélection RSE.

* Sources : www.monitor.coop et www.ica.coop

« Dans un contexte réglementaire et économique affectant de plus en plus les pratiques d'achats, il était nécessaire de mettre à jour notre politique d'achats responsables. Au-delà des engagements et des principes définis par le Groupe, elle précise de façon plus concrète les plans et moyens d'action servant à établir une démarche responsable et à construire des relations durables avec les fournisseurs, quels que soient les pays d'implantation. Elle a été diffusée en interne début 2022. »

Cécile L'Hopital, Responsable des engagements environnement et achats responsables, groupe Up.

OFFRES CO-CONSTRUITES AVEC LES FOURNISSEURS

CO-CONSTRUIRE NOS OFFRES AVEC NOS FOURNISSEURS

Le groupe Up fait évoluer son processus de développement pour concevoir de nouveaux produits et services en impliquant davantage les fournisseurs dans la conception et l'industrialisation de son offre. Cette relation mutuellement bénéfique permet de codévelopper des solutions pertinentes, compétitives et porteuses de sens.

Ce dialogue est source d'innovation, génère une relation gagnant-gagnant et de la création de valeur partagée pour les deux parties.



UP DAY REJOINT IMPRONTA ETICA

Up Day, en Italie, a rejoint l'association Impronta Etica, créée pour la promotion et le développement de la responsabilité sociétale des entreprises. Cette association, qui a fêté ses vingt ans d'existence en 2021, valorise les institutions et les entreprises qui assument, volontairement et publiquement, leur responsabilité sociétale. Up Day est d'autant plus impliqué qu'il participe au comité exécutif de l'association.



S'ALLIER POUR AGIR AU PLUS PRÈS DES BESOINS

« Accélérer le développement de nos offres en privilégiant les partenariats et les alliances » est l'un des enjeux du cadre stratégique du groupe Up. Les offres, lancées en 2021, sont autant d'illustrations récentes de cette stratégie d'alliance avec des starts-up.

En France :

- Betterway : solution favorisant la mobilité durable ;
- HopHopFood : solution luttant contre le gaspillage et la précarité alimentaire ;
- Toutes mes aides : solution facilitant les démarches pour faire valoir les droits des salariés ;
- Wittyfit : solution mesurant la satisfaction des salariés au travail.

En Belgique :

- C.tec : solution de leasing de vélo pour les PME.

En Espagne :

- Hastee : solution d'accès immédiat aux revenus du travail par des avances sur salaire.

En République tchèque :

- Up Plná Pěňěžka : solution permettant d'obtenir des réductions lors du paiement d'achats avec les solutions Up.



« Avec le pass mobilité durable, Betterway a pour mission de rendre la mobilité accessible à tous. Chaque jour, nous faisons en sorte que chacun puisse choisir la solution de mobilité durable qui lui convienne le mieux. Travailler avec le groupe Up nous permet de bénéficier de la puissance d'un groupe international et ainsi de proposer notre expertise au plus grand nombre d'organisations sur le territoire français. »

Denis Saada,
Président de Betterway.

PROGRAMME

ENVIRONNEMENTAL



PROTÉGER ENSEMBLE NOTRE ENVIRONNEMENT

CONTEXTE

Le réchauffement climatique est une problématique globale à laquelle il est urgent de répondre collectivement. Face à ce défi majeur, Up s'engage de manière volontariste et responsable. En adhérant au Pacte mondial des Nations unies, en plaçant la lutte contre le réchauffement climatique dans sa stratégie, en encourageant ses filiales à mener des actions de fond et en valorisant les initiatives engagées de ses collaborateurs, Up participe activement, à son échelle, à l'émergence d'un monde meilleur pour les générations futures.

Depuis l'accord de Paris sur le climat en 2015, le cadre juridique et de reporting extra-financier a également beaucoup évolué. Le projet de directive européenne sur la CSRD en 2021 (Corporate Sustainability Reporting Directive) et deux lois françaises (la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire en 2020 et la loi climat et résilience en 2021), ayant un impact pour le groupe Up, redéfinissent de nouvelles bases pour la mise en œuvre de sa politique environnementale et de son reporting de « durabilité ».



POLITIQUE

Initiée en 2018, la politique environnementale a donc, logiquement, été révisée en 2021 afin de prendre en compte ces évolutions réglementaires et de poursuivre les efforts déjà engagés vers une diminution des impacts des activités du groupe Up, en les priorisant en fonction de leurs poids les plus significatifs.

Grâce aux mesures de l'empreinte carbone des activités du Groupe réalisées ces dernières années, il a été possible d'identifier les postes émetteurs majeurs, c'est-à-dire là où les impacts sont les plus significatifs face aux enjeux environnementaux et notamment de changement climatique.

À partir de ce constat, le Groupe a redéfini ses objectifs environnementaux, choisi et hiérarchisé des plans d'actions et des moyens adaptés à ses activités pour y répondre, ainsi que des indicateurs de pilotage.

Cette nouvelle version vise à rendre concrets ces objectifs, à aider les Directions à décliner leurs actions environnementales et à permettre d'apporter les preuves de leurs engagements.

Up se fixe ainsi deux objectifs ambitieux, cohérents avec le principe d'une économie durable, pour contribuer chaque jour à préserver la planète au bénéfice des générations futures :

1. **lutter contre le réchauffement climatique ;**
2. **lutter contre la dégradation des milieux.**



CONTEXTE RÉGLEMENTAIRE ET NORMATIF

- > Directives Européennes - Reporting de durabilité
- > Accord de Paris
- > ISO 14 001
- > Loi anti-gaspillage - économie circulaire
- > Loi climat et résilience



CLIENTS / PARTENAIRES

- > DPEF
- > COP Advanced Global Compact
- > Ecovadis
- > Appels d'offres



POLITIQUE ENVIRONNEMENTALE

1. LUTTER CONTRE LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE

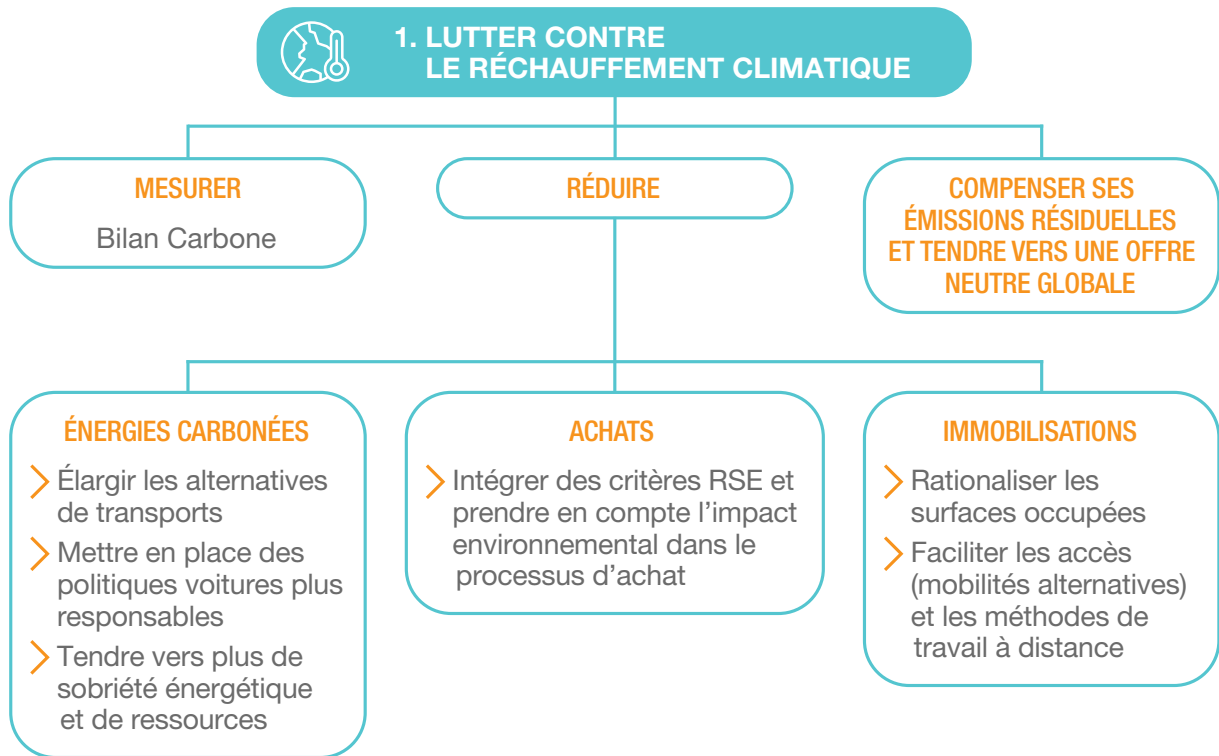
- > Mesurer
- > Réduire
- > Compenser/neutraliser

2. LUTTER CONTRE LA DÉGRADATION DES MILIEUX

- > Matières premières durables
- > Emballages & transports durables
- > Recyclage produits
- > Offres responsables
- > Impliquer les collaborateurs

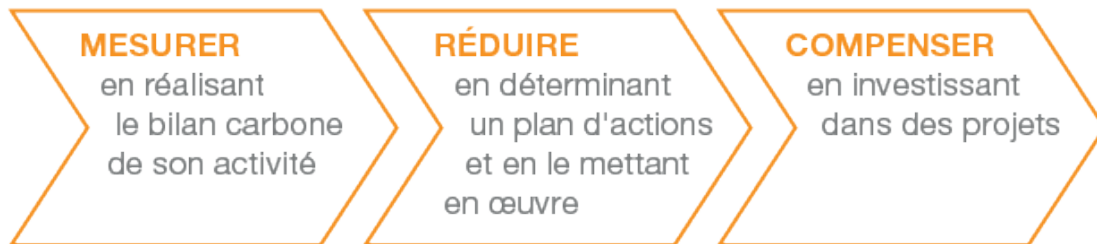
OBJECTIFS ET PLAN D'ACTION

PROTÉGER ENSEMBLE NOTRE ENVIRONNEMENT



RÉSULTATS

LUTTER CONTRE LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE



Le groupe Up poursuit la mesure de son empreinte carbone. Jusqu'à présent cet exercice annuel était imposé aux sociétés françaises compensant leurs émissions carbone résiduelles et était volontaire pour les autres.

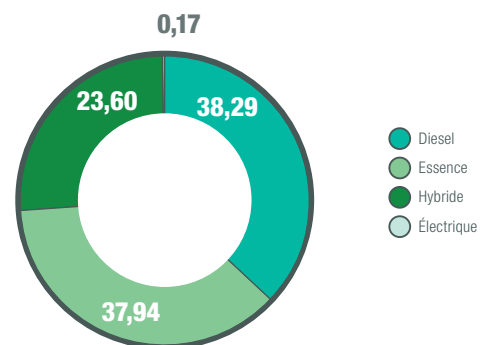
En 2021, 60% des filiales principales ont réalisé leur bilan carbone sur leurs émissions 2020 : Alios, CEV, Coopérative Up, Kalidéa, Up Ceska Republika, Up Day, Up Multinet, Up Si Vale, et Up Slovensko, ainsi qu'une filiale secondaire : Up Givve.

À partir de 2022, avec la refonte du questionnaire de collecte rassemblant les données environnementales et celles du bilan carbone sur les quatre postes les plus émissifs (déplacements, énergies, achats et immobilisations), **l'ensemble des sociétés principales vont réaliser leur bilan carbone.**

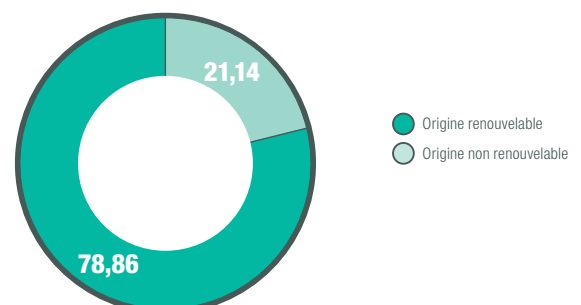
Grâce à cette mesure annuelle, des plans d'actions vont être mis en place pour réduire au maximum la source des émissions de gaz à effet de serre sur ces quatre postes prioritaires.

En 2021, pour la quatrième année consécutive, Up en France a opté pour la neutralité carbone. Les principales sociétés françaises compensent volontairement leurs émissions carbone résiduelles en finançant trois projets à forts bénéfices sociaux, environnementaux et certifiés par des standards reconnus internationalement.

DÉPLACEMENTS : RÉPARTITION DES VÉHICULES PAR MOTORISATION (EN %)

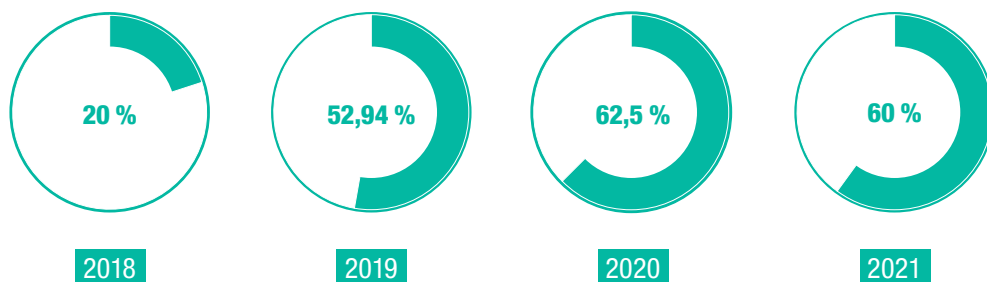


ÉNERGIES PART DES ÉNERGIES RENOUVELABLES ET DE RÉCUPÉRATION DANS LA CONSOMMATION D'ÉNERGIE DE L'ENSEMBLE DES SITES (EN %)



ACHATS

PART DES FILIALES RÉALISANT DES ACHATS AVEC DES CRITÈRES ENVIRONNEMENTAUX* (AR)



* Achats avec des critères environnementaux : produits ou services achetés avec des critères environnementaux tels que : Certifiés, labellisés, siglés ou composés d'une part de matières recyclées / recyclables / biosourcées / renouvelables / locales / traçables ; dont le temps d'utilisation ou la durée de vie sont allongés ; utilisant une partie de matières/énergies en moins. Exemples : papiers, cartons et emballages ; fournitures ; matériels informatiques, téléphonie et serveurs ; produits d'entretien et nettoyage ; mobilier ; déplacements, voyages, événements ; transports...

LUTTER CONTRE LA DÉGRADATION DES MILIEUX

En tant qu'émetteur de produits et services, le groupe Up maîtrise l'impact de son activité sur l'ensemble de sa chaîne d'approvisionnement. Il sensibilise et mobilise ses collaborateurs autour d'actions locales ou internationales pour la protection de l'environnement.

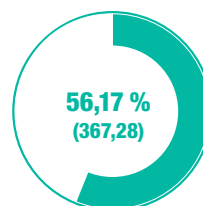
À travers l'approvisionnement de ses matières premières, le Groupe recherche l'usage de solutions ou de matériaux plus durables. Il commence à intégrer le Green IT (ou numérique durable) dans ses pratiques métiers et ses offres digitales. De la même façon, il mène des actions de réduction et d'utilisation de matière recyclable pour ses emballages, et choisit des fournisseurs de livraison environnementalement engagés.

Le Groupe commercialise des titres papiers, majoritairement fabriqués à partir de matières durables, et des titres carte essentiellement fabriqués à partir de PVC. Un certain nombre de filiales ont mis en place des solutions de récupération et de recyclage de leurs titres en fin de vie, et organisé la collecte et le recyclage des produits commercialisés.

De plus en plus, le Groupe développe des offres à vocation sociale/sociétale/environnementale, dont les impacts sont valorisables auprès de leurs clients.

Pour faire évoluer les comportements individuels, le Groupe informe et sensibilise ses salariés et mobilise le plus grand nombre à travers des actions transverses et des événements annuels. En 2021, 73 % des filiales principales ont sensibilisé leurs salariés : Bonus Systems Polska, Coopérative Up, Up Ceska Republika, Up Day, Up Monizze, Up Romania, Up Sí Vale, Up Slovensko, Up Spain et Tombou.

MATIÈRES PREMIÈRES PART DU PAPIER PRODUCTION ISSUE DE FORÊTS GÉRÉES DURABLEMENT EN 2021



Autres forêts :
43,83 % (286,59)

RECYCLAGE PRODUITS

47 %

DES SOCIÉTÉS
COMMERCIALISANT
DES TITRES PAPIER
ont mis en place une
solution de recyclage de
leurs produits.

20 %

DES SOCIÉTÉS
COMMERCIALISANT
DES TITRES CARTE
ont mis en place une
solution de recyclage de
leurs produits.

✓ PRODUITS ET SERVICES DURABLES NOMBRE DE PRODUITS OU SERVICES À VOCATION ENVIRONNEMENTALE

7 produits à vocation environnementale* : Up Day (et sa solution antigaspillage alimentaire LastMinuteSottoCasa), la Coopérative Up (et son offre sur mesure Adéquation et son offre mobilité Betterway), Up Monizze (et sa solution Écochèque), Bonus Systems Polska (et son offre EKOnto Podarunkowe), Up Romania (et son offre Eco-voucher) et enfin Up Spain (et son offre Up Transporte).



* Produits à vocation environnementale : solutions proposées à nos clients dont l'utilisation, par le bénéficiaire final, favorise un usage, un comportement, un achat de produits ou services, plus respectueux de l'environnement.

FAITS MARQUANTS

AGIR EN ENGAGEANT DES ACTIONS DE FOND

MOINS DE PLASTIQUE

Réduire le plastique pour mieux protéger l'environnement. Chez Up Givve, filiale allemande, jusqu'à 20 % de plastique recyclé compose les cartes et leur production consomme de l'énergie verte. Chez Alios, en France, il a été mis en place un système de recyclage qui a permis de collecter près de 33 000 cartes au siège social, depuis 2020. Nous contribuons ainsi à réduire le plastique et à protéger notre environnement.



« Nous avons mis en place deux systèmes de récupération des cartes plastiques en fin de vie auprès des clients et bénéficiaires. Les clients en France peuvent glisser jusqu'à trois cartes, qu'elles soient à puce ou à piste, dans une enveloppe et de nous l'adresser gratuitement : depuis le début de l'année 2021, 5 620 cartes des salariés de Up ont été récupérées dans un bac de collecte situé à l'atrium. »

Intissar Le Goubin,
Responsable qualité / sécurité PCI, Alios.

UN PARTENARIAT POUR UNE MOBILITÉ DURABLE

Parce que la pandémie a aussi bouleversé la mobilité des salariés, la filiale Up Monizze s'est associée au leader du marché de la location leasing de vélo, C.tec, pour proposer une solution pour les PME. Avec cette solution, la filiale Up en Belgique sensibilise ses clients à un mode de transport alternatif plus respectueux de l'environnement. Un partenariat gagnant-gagnant pour tous : les partenaires, les clients et les bénéficiaires... et surtout la planète !



AGIR EN ENCOURAGEANT LES INITIATIVES ENGAGÉES ET EN SENSIBILISANT LES COLLABORATEURS

TRIER, RECYCLER, DONNER

Pour la quatrième année consécutive, c'est près de 200 collaborateurs Up qui ont participé au World Cleanup Day dans dix pays. Du Brésil à la Grèce en passant par l'Allemagne, ce sont plus de 4 121 kilos de déchets qui ont été collectés et recyclés. Cette année, quatre pays ont invité leurs collaborateurs à un nettoyage numérique de leurs données ce qui a permis de supprimer 442 gigabits de données. En France, comme en Roumanie, cette mobilisation a dépassé l'événement annuel en donnant vie à des projets d'économie circulaire, qui invitaient les salariés à trier, recycler et offrir une seconde vie à leurs matériels de bureaux et informatiques, au profit d'associations.



BOUGER DURABLE AVEC UP

Dans le cadre de la Semaine européenne de la mobilité en 2021, Up a fait le choix de sensibiliser ses salariés aux dix gestes simples pour une conduite responsable : entretien du véhicule, régulation de la vitesse, conditions de circulation, gestion de la climatisation, autant de bonnes pratiques à rappeler pour inciter à des modes de déplacements plus respectueux de l'environnement.



LE TEMPS DE LA NATURE

La Journée mondiale de l'environnement, célébrée tous les ans le 5 juin, est un des principaux événements par lesquels les Nations unies sensibilisent l'opinion mondiale aux problèmes environnementaux, suscitent l'attention et l'action politiques. Lors de cette journée, en 2021, Up a sensibilisé ses salariés aux bonnes pratiques pour réduire la consommation énergétique et prendre conscience de l'impact environnemental de ses activités quotidiennes sur la planète. À travers cette communication, Up incite ses salariés au changement de façon positive et progressive vers un monde plus juste et responsable.

« Alors que 30 % de l'impact carbone des entreprises est lié aux déplacements de leurs salariés et que la mobilité est devenue un objet de négociation sociale obligatoire, la solution de carte de paiement dédiée à la mobilité des salariés, conçue avec Betterway, est très pertinente. Nous sommes ravis d'apporter à nos clients une solution qui facilite la mobilité durable des salariés et des agents de la fonction publique ! »

Julien Anglade, Directeur général Up France.

UP ROMANIA AGIT POUR LA REFORESTATION

Depuis deux ans, Up en Roumanie soutient l'association Se Poate qui œuvre pour la plantation de 30 000 arbres. En 2021, plusieurs collaborateurs de Up ont participé bénévolement à cet effort collectif, pour offrir à la communauté locale un environnement plus sain.





SIÈGE SOCIAL GROUPE UP

27-29 avenue des Louvresses
92230 Gennevilliers - France

UP.COOP