



Henner

Here to care



**Responsabilité
Sociétale
de l'Entreprise**
Politique et engagements Henner

Rapport 2023 sur les années 2021/2022



NOTRE STRATÉGIE RSE

En tant qu'entreprise familiale et indépendante, nous nous inscrivons dans une trajectoire à long terme.

À ce titre, nous nous reconnaissons pleinement dans la définition de la RSE selon laquelle cette démarche volontaire promeut "un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs"*.

Chez Henner, l'attention portée à notre écosystème est au cœur de notre modèle et de nos préoccupations :

Notre métier : Courtier conseil et gestionnaire de programmes de protection sociale en France comme à l'international pour les particuliers, les entreprises de toutes tailles et les professionnels.

Notre histoire : Notre Groupe international, fondé en 1947, n'a cessé de se développer en concevant et gérant des solutions et produits innovants en assurance de personnes. Notre expertise en protection sociale nous permet aujourd'hui d'être leader en assurances santé collective en France. Nous proposons également des solutions pour la prévoyance, la retraite, l'épargne salariale et l'actionnariat salarié.

Enfin, notre ADN a toujours révélé une sensibilité Sociale et Sociétale sans que nous n'ayons jamais eu à mettre en place de démarches structurées et quantifiées.

20
Engagements

45
Initiatives

En 2022, Le Comité Exécutif de Henner a pris la décision de consolider et de structurer en un projet global, différentes initiatives préexistantes au sein de notre Groupe.

Notre ambition est de passer désormais d'une démarche RSE implicite à une politique engagée, embarquante, structurée et quantifiable.

Notre raison d'être, notre positionnement et nos valeurs inscrivent notre engagement RSE dans une suite logique.

Il nous faut dorénavant améliorer notre méthodologie et structurer nos projets autour de données objectives afin de piloter nos actions.

Notre stratégie RSE s'inscrit dans la démarche du Pacte Mondial™ des Nations Unies et de ses objectifs de Développement Durable :



* Gro Harlem Brundtland, Première ministre de Norvège (1990-1996)

** Voir pages 10-15, tableau de correspondance de nos engagements avec les principes du Pacte Mondial.

NOTRE RAISON D'ÊTRE

PROTÉGER CHACUN COMME L'UN DE NOS PROCHES

“Le Caring, c’est nous mettre à la place de nos clients et de nos assurés. Nous les protégeons comme nous le ferions pour l’un de nos proches.”

Here to care* exprime la disponibilité, l’intelligence émotionnelle et le savoir-faire reconnu de nos équipes qui guident nos clients et répondent à leurs attentes quand ils en ont besoin et où qu’ils soient.

En 2021, nous avons lancé notre nouvelle plateforme de marque : socle de notre identité.

Un travail de co-construction, mené grâce à la mise en place d’ateliers internes, a permis de faire émerger notre signature de marque : **Here to care***.

Ces 3 mots sont l’expression de notre raison d’être. Ils résument la singularité de notre histoire, la force de nos valeurs et l’expression de notre réalité opérationnelle et humaine.

Plus qu’une signature, le Caring est notre manière de penser et d’agir.

Le *Caring*, c’est aussi avoir le souci permanent de porter une attention particulière à la qualité de notre accompagnement : à nos clients, partenaires et assurés nous apportons présence, écoute et conseil motivé par leur seul intérêt.

Le *Caring* se confond avec l’ADN de Henner. Au cœur de cet ADN se trouvent des valeurs qui font ce que nous sommes. Elles sont à l’origine du lien de confiance qui nous unit à tous nos clients, nos partenaires et nos assurés.

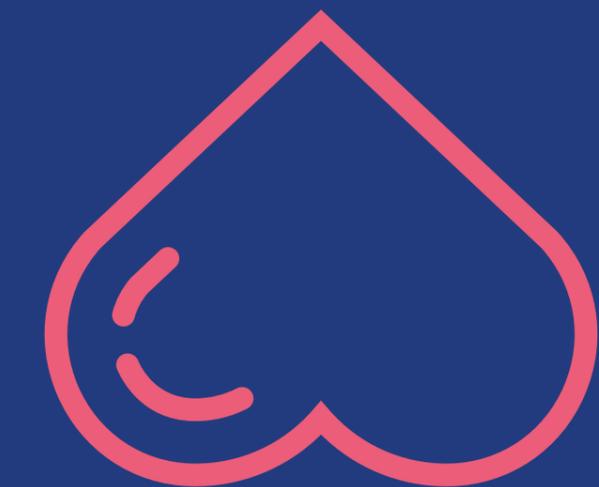
Protéger la vie parce qu’elle n’est pas toujours rose.

Henner est une entreprise indépendante qui accompagne les entreprises de toutes tailles et les particuliers en leur proposant une protection sociale adaptée. Notre valeur ajoutée ? Proposer des solutions innovantes pour simplifier leur vie. C’est pourquoi nous avons créé le tiers-payant bien avant tout le monde pour ne pas ajouter de difficultés financières lorsqu’elles peuvent être évitées.

Henner
Here to care

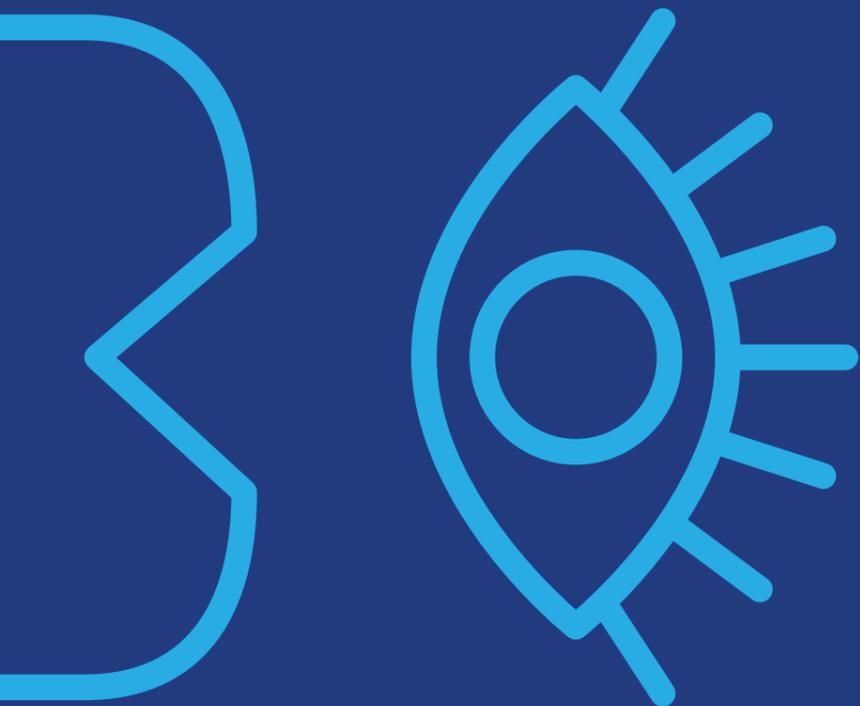
*Répondre présent à chaque moment.

NOS VALEURS



LA PRÉSENCE

Chaque jour, nous sommes aux côtés de nos clients, entreprises, organisations internationales, individuels, TNS*, partenaires, courtiers et bien entendu, nos assurés. Nous les écoutons, les accompagnons. Notre large panel d'expertises et nos différentes implantations à l'international nous offrent l'opportunité de comprendre toutes les vies et leurs particularités. Notre rôle consiste à lire entre les lignes pour mieux répondre aux besoins de tous.



LA CRÉATIVITÉ

Notre histoire s'est construite grâce à la créativité de nos équipes et c'est encore plus vrai aujourd'hui. Chez Henner, nous créons des solutions standards qui répondent bien sûr au minimum requis par la convention collective nationale mais qui proposent aussi différents niveaux de garanties pour davantage de protection. Et lorsque la solution n'existe pas ? Nous faisons du sur-mesure pour l'imaginer ! Plus la situation est particulière, plus cela nous donne l'opportunité d'innover, de faire la différence et de satisfaire nos clients.

* Travailleurs non salariés

LA BIENVEILLANCE

Tous nos clients et nos assurés ont droit à la même attention, quels que soient leur situation et leur type de contrat. Chez Henner, nous sommes là pour apporter des réponses concrètes à tous nos clients – entreprises, particuliers, TNS, partenaires et courtiers – mais aussi anticiper les besoins de nos assurés afin de leur rendre la vie plus simple. Nous sommes là où on ne nous attend pas.



L'INDÉPENDANCE

Nous sommes nés d'une aventure entrepreneuriale débutée il y a plus de 70 ans. Aujourd'hui nous sommes toujours un groupe indépendant avec de fortes valeurs. Chez Henner, c'est l'intérêt de nos clients et assurés qui nous anime. Chaque jour, nous défendons cette conviction avec la même force. Elle nous guide et irrigue chacun de nos choix, stratégiques ou opérationnels.

NOS ENGAGEMENTS

SOCIAL

- Intensifier et piloter notre politique Ressources Humaines en faveur de **l'inclusion et de la diversité**.
- Déployer des **programmes d'intégration** pour les alternants et les nouveaux recrutés.
- Diversifier nos **pratiques du recrutement**.
- Développer et diversifier nos **relations avec les écoles** et organismes de formation.
- Poursuivre le déploiement d'un **plan de formation** adapté à nos objectifs.
- Poursuivre la mise en place de notre démarche de **gestion des emplois et des compétences**.
- Rendre les managers de Henner acteurs de la **transmission et de l'animation** de notre raison d'être.
- Mesurer et piloter l'utilisation des dispositifs d'amélioration de la **qualité de vie au travail**.
- Maintenir notre index **égalité femmes-hommes** sur la France et le déployer à l'international.
- Co-construire nos manières de **collaborer demain**.

En 2022, nous avons décliné opérationnellement notre raison d'être en 20 engagements organisés autour des 4 piliers de la RSE. Ils guident nos actions pour les années à venir.

SOCIÉTAL

- Poursuivre l'écoute de nos parties prenantes pour **adapter nos produits et nos services** aux besoins actuels et futurs.
- Développer notre propre doctrine en matière **d'accueil et de qualité d'écoute** de nos clients et bénéficiaires.
- Continuer à exploiter nos différentes **mesures de la satisfaction** de nos clients bénéficiaires afin d'en déduire des plans d'actions d'amélioration.
- Accroître **notre maillage international** à travers nos réseaux de soins pour permettre à nos clients de trouver les meilleurs professionnels de santé à des coûts maîtrisés.
- Intensifier notre approche du **Patient Management**.
- S'assurer que nos **actions de sponsoring** contribuent bien à un enrichissement de nos valeurs.

CRÉATIVITÉ - BIENVEILLANCE - PRÉSENCE - INDÉPENDANCE

**Protéger
chacun comme
s'il était l'un
de nos proches**

HERE TO CARE

ENVIRONNEMENT

- Définir et structurer une **politique d'achats responsables**.
- Définir et mettre en œuvre un plan de **décarbonation de nos déplacements professionnels**.
- Réduire nos **consommations de plastiques** et de divers consommables bureautiques.
- Réduire notre **impact numérique** en impulsant une dynamique "Numérique Responsable" auprès de l'ensemble des collaborateurs et une démarche plus ciblée auprès des équipes de développeurs.

GOUVERNANCE

- Formaliser, challenger, prioriser et piloter **notre stratégie RSE**.
- Faire de notre raison d'être, le **leitmotiv de toutes nos initiatives de mécénat**.

FEUILLE DE ROUTE (1/3)

#1 PILIER SOCIAL

ENGAGEMENTS		INITIATIVES LIÉES AUX ENGAGEMENTS	
LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS	Intensifier et piloter notre politique RH en faveur de la diversité et de l'inclusion économique		<ul style="list-style-type: none"> Intensification de nos partenariats avec des organismes spécialisés dans les domaines du recrutement et du maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap ● Prolongement de l'accord handicap existant et animation du plan d'action associé ● Poursuite de nos actions en faveur de l'inclusion économique ● Maintien de notre index égalité femmes-hommes en France ● Promotion des dispositions permettant de soutenir nos collaborateurs proches aidants ● Déploiement de l'index égalité femmes-hommes à l'international ● Mise en place du dispositif "Prev & Care" pour les salariés proches aidants ●●
RECRUTEMENT ET DÉVELOPPEMENT DES TALENTS	Déployer des programmes d'intégration pour les nouveaux collaborateurs sous contrats d'apprentissage comme pour tous les nouveaux recrutés		<ul style="list-style-type: none"> Mise en place d'une enquête de satisfaction des stagiaires et alternants (Label Happy index Trainees) ● Refonte du programme d'intégration des nouveaux recrutés ●●
	Diversifier nos pratiques de recrutement sur certains métiers ou profils en particulier		<ul style="list-style-type: none"> Mise en place d'un nouveau mode de recrutement pour les métiers de la Relation Client : Les Henner Days ●●
	Développer et diversifier nos relations avec les écoles et organismes de formation en renforçant notre présence sur le terrain		<ul style="list-style-type: none"> Présence auprès des écoles et organismes de formation ●●
	Poursuivre le déploiement d'un plan de formation adapté à nos objectifs		<ul style="list-style-type: none"> Renouvellement et diversification des modalités de formation ●● Optimisation du fonctionnement de la plateforme digitale et intensification de sa promotion en interne ●● Formalisation des différentes passerelles entre les métiers permettant de visualiser les parcours possibles et les moyens pour y parvenir ●●
	Poursuivre la mise en place de notre démarche de gestion des emplois et des compétences		<ul style="list-style-type: none"> Refonte et animation du référentiel métiers ●● Mise en place d'une gouvernance du référentiel métiers ●●
COHÉRENCE ENTRE L'EXPÉRIENCE COLLABORATEURS OU CANDIDATS, ET LA RAISON D'ÊTRE	Rendre les managers de Henner pleinement acteurs de la transmission et de l'animation de notre raison d'être		<ul style="list-style-type: none"> Création et déploiement du parcours de formation Manager@Henner ●●
	Mesurer et piloter l'utilisation des dispositifs d'amélioration de la qualité de vie au travail mis à disposition des collaborateurs		<ul style="list-style-type: none"> Reprise de l'enquête QVT* (What's up) sur l'ensemble des entités ●● Mise en place d'une instance RPS (risques psychosociaux) et d'une gouvernance copilotée avec les collaborateurs ●
ÉQUIPEMENT DU POSTE DE TRAVAIL EN ACCORD AVEC LES ENGAGEMENTS SUR LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL	Adapter nos environnements de travail et nos outils à nos engagements sur la qualité de vie au travail		<ul style="list-style-type: none"> Projet FOW** Saison 1 : allocation de matériel adapté au travail hybride pour réduire nos impacts environnementaux et améliorer la QVT* ●● Co-construction du plan d'évolution de nos environnements physiques de travail (FOW Saison 2, 2023) ●● Déploiement du pilote FOW Saison 2 dans nos bureaux de Neuilly-sur-Seine en 2024 ● Formation des Managers et Collaborateurs aux nouvelles méthodes de travail en environnement hybride ●● Généralisation du projet FOW Saison 2 sur tous les sites à travers le monde en 2025 ●●

FEUILLE DE ROUTE (2/3)

#2 PILIER SOCIÉTAL

	ENGAGEMENTS	INITIATIVES LIÉES AUX ENGAGEMENTS	
RÉACTIVITÉ FACE AUX SITUATIONS D'URGENCE CLIMATIQUES, POLITIQUES OU SANITAIRES	Poursuivre l'écoute de nos parties prenantes et des signaux faibles de notre écosystème pour adapter nos produits et nos services aux besoins actuels et futurs		<ul style="list-style-type: none"> • Amplification de nos démarches d'écoute internes et externes ●●
	Développer nos propres règles en matière d'accueil et de qualité d'écoute de nos clients et bénéficiaires		<ul style="list-style-type: none"> • Mesures barométriques de la satisfaction des bénéficiaires ●● • Communication à nos clients des résultats des enquêtes et des plans d'amélioration associés ●● • Pilotage du NPS* de tous les portefeuilles à compter de 2026 ●●
	Continuer à exploiter nos différentes mesures de la satisfaction de nos clients bénéficiaires afin d'en déduire des plans d'actions d'amélioration		<ul style="list-style-type: none"> • Implémentation des nouveaux outils de relation client par les Opérations France ● • Identification de 182 chantiers d'amélioration sur le périmètre des Opérations internationales ●●
	Accroître l'expansion de nos réseaux de soins à l'international pour que nos assurés, où qu'ils se trouvent, accèdent au meilleur de la santé et à coûts maîtrisés		<ul style="list-style-type: none"> • Développement et pilotage du réseau de soins ●● • Doublement des cas suivis en patient management ●●
Nous assurer que nos actions de mécénat et sponsoring contribuent bien à un enrichissement de nos valeurs et de celles des initiatives que nous soutenons		<ul style="list-style-type: none"> • Mise en place d'un Comité interne d'évaluation des projets de mécénat et sponsoring au niveau Comex ●● 	

*Net Promoter Score ● En France ● À l'international

FEUILLE DE ROUTE (3/3)

#3 PILIER ENVIRONNEMENTAL

ENGAGEMENTS		INITIATIVES LIÉES AUX ENGAGEMENTS	
MAÎTRISE DES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX ET SOCIÉTAUX DE SON ACTIVITÉ ET DE CELLE DES FOURNISSEURS	Définir et structurer une politique d'achats responsables, et en démarrer l'application et le suivi sur les contrats à renouveler en 2022	    	<ul style="list-style-type: none"> Formalisation des nouvelles règles d'achat : privilégier les fournisseurs capables de proposer des solutions de recyclage, des produits écologiquement conçus ou des partenaires issus du secteur protégé ou adapté Intégration, à nos choix de fournitures et d'objets publicitaires, d'une réflexion systématique sur leur origine de fabrication et privilégier les fabrications locales. Éviter les fournisseurs n'offrant pas de traçabilité des matières premières et des processus de fabrication ●●
	Définir et mettre en œuvre un plan de décarbonation de nos déplacements professionnels	  	<ul style="list-style-type: none"> Transition du parc de véhicules thermiques vers l'électrique et l'hybride ● Doublement du montant et promotion du forfait mobilités durables ● Mise en place d'un service de navette par bus pour nos collaborateurs de Tunis ● Abandon du transport aérien au profit du train lorsque le trajet est inférieur à 3 heures ●●
	Réduire nos consommations de plastiques et de divers consommables bureautiques	   	<ul style="list-style-type: none"> Dématérialisation de nos cartes bénéficiaires ●● Réduction des consommables bureautiques ●●
MAÎTRISE DE NOS IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX PAR LE CONTRÔLE DE NOS DONNÉES NUMÉRIQUES	Réduire notre impact numérique en impulsant une dynamique "Numérique Responsable" auprès de l'ensemble des collaborateurs et sensibiliser plus directement les équipes de développeurs	    	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilisation des collaborateurs aux bonnes pratiques du numérique responsable : module de sensibilisation dans notre plateforme de formation, Henner Digital Learning en 2023 ●● Participation au Digital Clean up day dès 2023 ●● Réemploi, recyclage et allongement des durées de vie du matériel informatique ●●

● En France ● À l'international

#4 PILIER GOUVERNANCE

ENGAGEMENTS		INITIATIVES LIÉES AUX ENGAGEMENTS	
INTÉGRATION DE LA RSE AU PLUS HAUT NIVEAU DE L'ENTREPRISE	Formaliser, challenger, prioriser et piloter notre stratégie RSE	   	<ul style="list-style-type: none"> Nomination d'un Responsable RSE rattaché à un membre du Comité Exécutif responsable de l'accomplissement de nos engagements et de la mise en place de la gouvernance associée ●● Intégration des indicateurs RSE aux objectifs individuels des Directeurs Généraux Adjointes dès 2023 ●● Audit RSE de nos partenariats financiers et définition de nos propres critères et objectifs RSE pour les choisir ●●
COHÉRENCE DE NOS PARTENARIATS : IMAGE/VALEURS	Optimiser la cohérence de nos partenariats d'image	   	<ul style="list-style-type: none"> Mise en place d'une gouvernance dédiée ●●

● En France ● À l'international

LE CARING
S'APPLIQUE
À NOS CLIENTS
**ET AUSSI
À NOS ÉQUIPES.**

Chez Henner, l'attention portée à nos collaborateurs est un enjeu aussi fort que celui de bien servir nos clients et bénéficiaires. Cette approche qui nous singularise est un marqueur fort de notre culture d'entreprise.

ENJEU

LUTTE CONTRE
LES DISCRIMINATIONS

Une politique RH qui prend en considération le genre, l'origine ou toute autre information liée à la personne, constitue un risque sur le plan juridique mais est surtout totalement contraire aux valeurs humaines.

POLITIQUE
ET ENGAGEMENTS

Henner est un groupe indépendant et international présent sur 20 sites à travers le monde. Nous regroupons 1 650 collaborateurs représentant 70 nationalités et 26 langues parlées. **Nous sommes convaincus que la diversité est une richesse favorisant la performance économique et la performance sociale.**

NOS PRIORITÉS :

- **Intensifier nos partenariats** avec les organismes spécialisés dans les domaines du recrutement et du maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap et plus généralement des populations issues de la diversité.
- **Prolonger notre accord handicap existant.**
- **Poursuivre nos actions en faveur de l'inclusion économique.**
- **Maintenir le niveau de notre index égalité femmes-hommes** sur la France et le déployer à l'international.
- **Promouvoir nos dispositions** permettant de soutenir nos collaborateurs "Proches aidants" et **leur fournir une solution d'accompagnement adaptée.**

Actions mises en œuvre

NOTRE POLITIQUE RESSOURCES HUMAINES
EN FAVEUR DE L'INCLUSION ET DE LA DIVERSITÉ

En 2022, nous avons poursuivi notre travail sur deux thématiques : l'évolution de la perception des collaborateurs vis-à-vis des personnes en situation de handicap et la promotion du recrutement de profils plus divers en termes de parcours.

Nos actions en faveur des personnes
en situation de handicapHello
handicap

PILOTAGE DE L'ACTION HANDICAP :
nous avons constitué **une équipe dédiée pour accompagner nos collaborateurs au quotidien** et nommé un référent pour la conduite de notre plan d'action.



RECRUTEMENT ET ALTERNANCE :
nous avons **formé les managers au recrutement des personnes en situation de handicap** et participé à des forums spécialisés sur l'emploi.



**SOUS-TRAITANCE
AVEC LE SECTEUR ADAPTÉ :**
nous avons fait **appel à des prestataires (services généraux, traiteurs) du secteur protégé.**



FORMATION :
nous avons mené des **actions de sensibilisation au travail en situation de handicap** auprès des référents handicap, des managers, du Comex et des membres des instances représentatives du personnel.

Quelques actions de sensibilisation menées en 2022



Participation à la semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées.
Sous l'égide du secrétariat d'État en charge des personnes en situation de handicap, **Henner a mis en place un "DuoDay"** qui a permis d'accueillir des personnes en situation

de handicap en duo avec un collaborateur volontaire. Au programme : découverte du métier, participation active et immersion en entreprise.

Cette journée représente une opportunité de rencontre pour changer de regard et, ensemble, dépasser nos préjugés.

2021 : 2 duos formés.

2022 : 4 duos pour 9 postes ouverts au recrutement.

Nos initiatives en faveur de l'inclusion économique

Parce que nous croyons que l'une des forces du Groupe repose sur la diversité de ses profils et la richesse de ses compétences, **nous nous sommes engagés dans une diversification de nos recrutements, axée en priorité sur les compétences et la personnalité.**

- Avec l'association Nos Quartiers ont des Talents, nous avons mis en place un **programme de mentoring** permettant à de jeunes talents issus de la diversité de **bénéficier du parrainage de plusieurs membres du top management du Groupe**. Ce programme, en test en 2022, a permis à 2 jeunes de décrocher un contrat à durée indéterminée.



Nombre de contrats alternance

- Fin 2021, avec notre partenaire Mozaïk RH, **Henner a participé au 1^{er} sommet de l'inclusion économique**, en présence de Bruno Le Maire, Ministre de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique, pour témoigner de notre engagement et encourager nos parties prenantes à nous rejoindre.



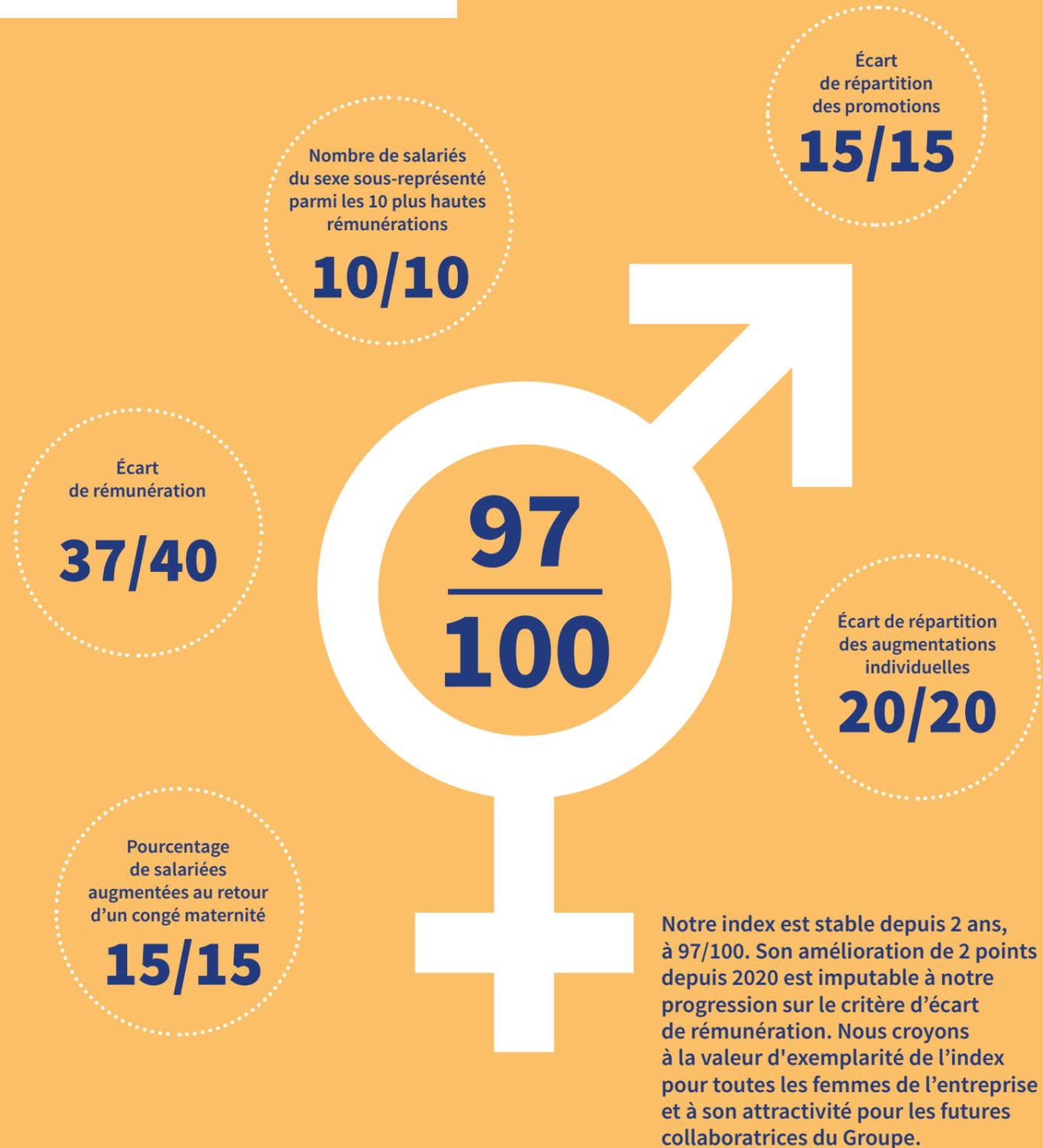
7,85 /10

Henner arrive en 7^e position* du secteur des assurances & assistance au palmarès des champions de la diversité 2022 avec une note de 7,85/10.

En 2022, une étude en ligne du magazine *Capital* a été menée auprès de plus de 25 000 salariés travaillant dans des entreprises de plus de 250 employés et représentatifs de la population active pour noter l'attitude de leur employeur en faveur de la diversité mais aussi la réputation de ses concurrents dans ce domaine. Ils ont été invités à répondre à des questions portant sur le respect de la parité, la non-discrimination des personnes selon l'âge, l'origine, l'orientation sexuelle ou bien un handicap.

*Périmètre de cette étude : 22 entreprises du secteur des assurances et assistance commercialisant leur offre en France.

Notre index égalité femmes-hommes 2022



Actions mises en œuvre

PROMOTION, SUR NOS IMPLANTATIONS FRANÇAISES, DE NOS DISPOSITIFS PERMETTANT DE SOUTENIR NOS COLLABORATEURS “PROCHES AIDANTS”.

L'enjeu de l'aidance concerne aujourd'hui plus d'un Français sur 6, et demain un sur 4. Être proche aidant c'est être soumis à une charge mentale liée, entre autres, à la gestion de diverses démarches pour l'accompagnement d'un proche fragilisé par l'âge, la maladie ou le handicap.

Conscient que les aidants sont des collaborateurs qui rencontrent des difficultés dont ils n'osent pas nécessairement parler, Henner leur propose un accompagnement spécifique :



la mise à disposition d'un *care manager* qui écoute, conseille, rassure et propose des solutions en moins de 24h puis, avec l'accord du salarié Henner, organise leur déploiement ;



le proche aidant dispose d'un jour de télétravail hebdomadaire supplémentaire ou de 3 jours de congé exceptionnel rémunéré par an.

2022



En 2022, et 4 mois après son lancement, 15 collaborateurs ont déjà pu bénéficier de ce dispositif en France. Nous en poursuivons la promotion à travers des communications régulières. Nous souhaitons pouvoir élargir cette approche au sein de nos implantations internationales, après identification des besoins locaux éventuels.

Dans ma vie, toutes mes vies comptent.
 Chez Henner, je les préserve toutes.

Je venais d'intégrer Henner lorsque mon père a été accidenté. Il a perdu temporairement sa mobilité et il vivait seul. J'en ai parlé à mon manager et à ma RH. Ensemble, nous avons trouvé une solution.

Chez Henner, *Here to care* s'applique à nos clients... et à moi.

Pour nous rejoindre, rendez-vous sur henner.com/nous-rejoindre

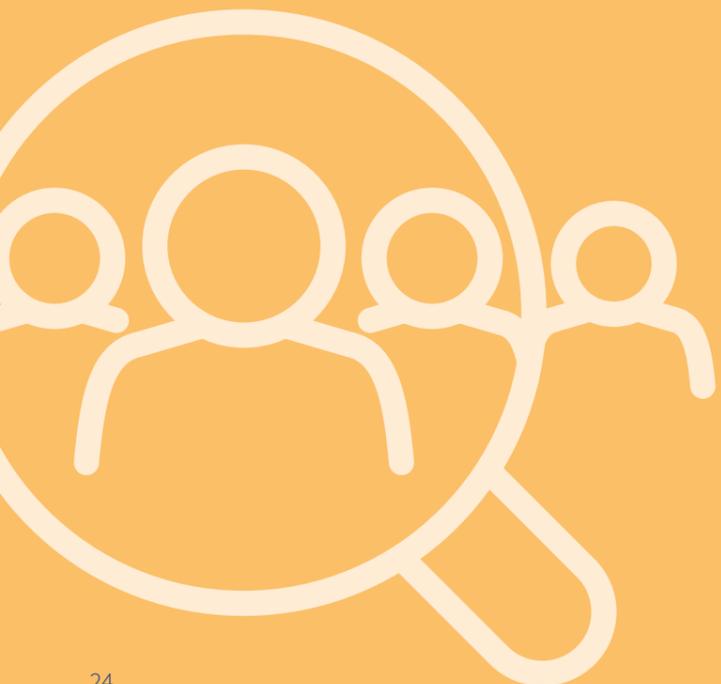
Henner
Here to care

*Here to care : Répondre présent à chaque moment

ENJEU

RECRUTEMENT ET DÉVELOPPEMENT DES TALENTS

Outre des impacts financiers, un taux élevé de turn-over a des conséquences sur la bonne organisation de l'entreprise, mais il représente également une perte de compétences pouvant engendrer une baisse de la qualité de travail. Selon son importance, il peut même nuire à l'image de l'entreprise, tant vis-à-vis du marché, que des futurs candidats.



POLITIQUE ET ENGAGEMENTS

Au-delà du niveau d'études et de l'expérience, nous avons toujours cherché à recruter des personnalités.

En 2022, nous avons lancé notre première campagne de marque employeur. Ce premier palier nous a permis d'initier et de revoir certaines de nos pratiques pour intensifier notre attractivité.

NOS PRIORITÉS :

- **Déployer des programmes d'intégration** pour les nouveaux collaborateurs sous contrats d'alternance comme pour les nouveaux recrutés.
- **Diversifier nos méthodes de recrutement** sur certains métiers ou profils.
- **Développer et diversifier nos relations avec les écoles et organismes de formation** en renforçant notre présence sur le terrain.
- **Poursuivre le déploiement d'un plan de formation** aligné avec nos objectifs.
- **Continuer la mise en place de notre démarche de gestion des emplois et des compétences.**
- **Communiquer de manière différenciante** auprès des candidats potentiels et futurs talents.

Actions mises en œuvre

AMÉLIORATION DE NOTRE POLITIQUE ENVERS LES ALTERNANTS ET LES STAGIAIRES

Nous disposons de différentes sources d'informations nous permettant d'obtenir des retours d'expérience sur nos pratiques de recrutement et d'accompagnement des collaborateurs. En 2022, nous avons pu valoriser le **label Happyindex® Trainees**.

Ce label permet aux stagiaires et alternants d'évaluer les entreprises qui les accueillent. À travers cette évaluation, les répondants restituent leur expérience : opportunités de progression professionnelle, qualité de l'environnement de travail, management, motivation, sentiment de fierté d'appartenance.

En 2023, nous visons un taux de recommandation de 90%.

Happyindex®
Note de *Trainees*
recommandation 2022

78%

Déploiement d'un programme dédié à l'intégration des collaborateurs en alternance (comme pour tous les nouveaux recrutés)



Nous sommes convaincus qu'une première expérience professionnelle réussie augmente la confiance en l'avenir. Notre ambition est de faire d'un contrat d'alternance chez Henner une expérience professionnelle décisive pour des jeunes qui partagent nos valeurs et ont envie de découvrir les métiers de l'assurance santé aussi bien en France qu'à l'international.

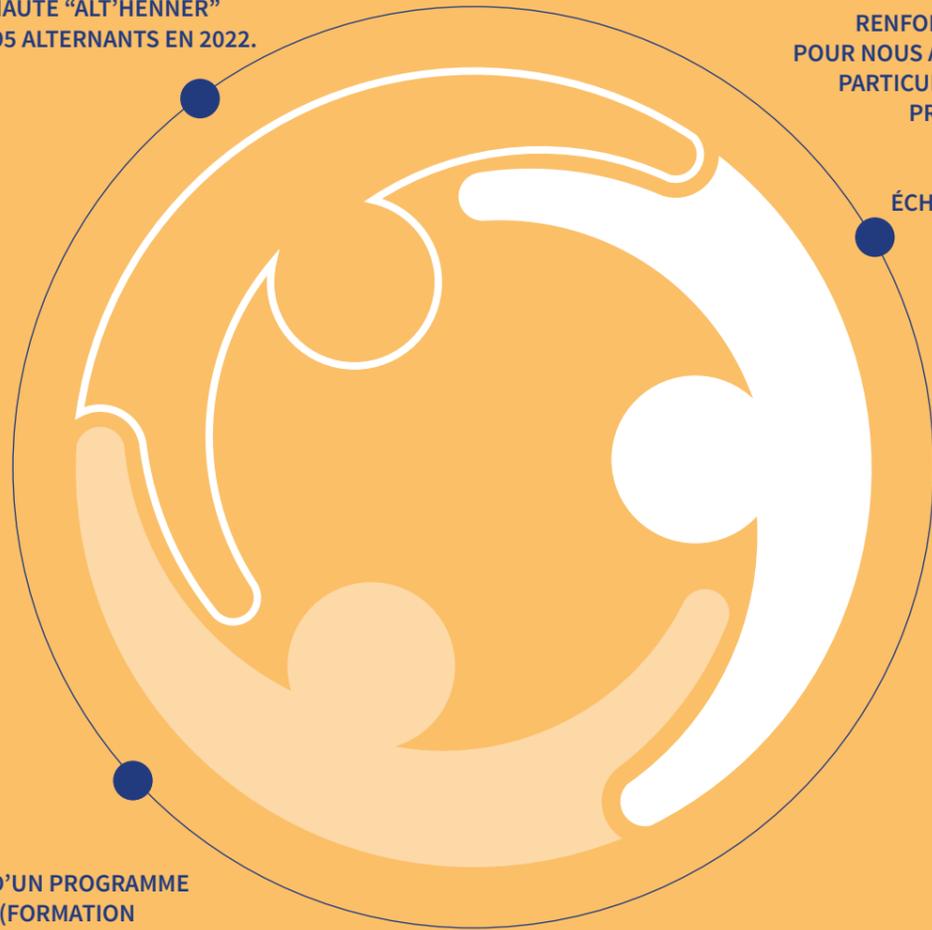


Nombre de contrats d'alternance

Le recrutement et l'accompagnement de nos stagiaires et alternants font désormais l'objet d'une organisation dédiée au sein de l'équipe Ressources Humaines.

ANIMATION, AUTOUR D'ÉVÉNEMENTS FORMELS ET INFORMELS, DE LA COMMUNAUTÉ "ALT'HENNER" REGROUPANT 95 ALTERNANTS EN 2022.

RENFORCEMENT DU TUTORAT POUR NOUS ADAPTER AUX BESOINS PARTICULIERS DES DIFFÉRENTS PROFILS D'ALTERNANTS : ATELIERS DE TRAVAIL, GUIDES, FORMATIONS, ÉCHANGES D'EXPÉRIENCE.



MISE EN PLACE D'UN PROGRAMME DE PARRAINAGE (FORMATION ET ACCOMPAGNEMENT DE PARRAINS).

En fin de contrat d'alternance, avec ou sans proposition d'embauche de notre part, plusieurs ateliers sur les techniques de recherche d'emploi permettent aux alternants de travailler la valorisation de l'expérience acquise au sein de Henner, et ainsi améliorer leur employabilité.

42% de nos alternants reçoivent de notre part une proposition d'embauche à l'issue de leur formation.

Diversification de nos pratiques de recrutement

Pour nos métiers de la relation-client, nous avons développé des modalités plus immersives permettant aux candidats de mieux appréhender la réalité de leurs futures responsabilités.

Nous avons créé en 2022, un dispositif permettant à la fois aux candidats de découvrir le Groupe et ses métiers, et aux managers d'améliorer leurs compétences en recrutement.

Une quinzaine de sessions de *job dating* d'une journée, **Henner Day**, s'est déroulée en 2022 sur plusieurs de nos implantations en France et à l'international. Ces sessions ont permis à plus de 200 candidats de participer à des entretiens, dans plus de 40% des cas ils ont reçu une proposition d'embauche.

15 = **200** = **40%**
sessions Henner Day participants ont reçu une proposition de contrat

Intensification de nos relations avec les écoles et organismes de formation et programme d'intégration des nouveaux recrutés

Depuis 2021, nous avons structuré notre approche en dédiant certains collaborateurs à la prise de parole dans les écoles. L'équipe "Relations Écoles" a mis en place un plan d'action ciblé permettant de recentrer notre présence auprès de certains établissements, liés à nos bassins d'emploi, et d'optimiser l'organisation de nos interventions.

En 2023, nous réorientons notre stratégie vis-à-vis des écoles et organismes de formation **en contractualisant des partenariats exclusifs** avec certains établissements en France, en Tunisie et au Portugal.

La qualité de l'accueil des nouveaux arrivants, toutes fonctions confondues, est déterminante pour la suite du parcours au sein de Henner. Sur la base des résultats d'une consultation interne menée auprès de nos collaborateurs, un groupe de travail "collaborateurs/RH" a co-construit **la refonte de notre démarche d'intégration.**

En 2022, nous avons donc revu nos outils et modalités d'intégration : création d'un séminaire pour les nouveaux recrutés, refonte du livret d'accueil et du kit de bienvenue, création d'un rôle de "buddy". Des modalités complémentaires comme le partage de rapports d'étonnement sont testées sur certains sites en France et à l'international.



Renforcement d'un plan de formation adapté à nos objectifs stratégiques

AXE 1



ATTIRER & FIDÉLISER NOS COLLABORATEURS

- Conception et mise à disposition de nouveaux outils (kits de bienvenue...)
- Création du cursus d'intégration NewBe@Henner et cursus d'intégration Métiers
- Mise à disposition de parcours de développement personnel individualisés

AXE 2



RENFORCER L'EXPERTISE MÉTIER DES ÉQUIPES

- Conception de parcours de formation métiers (Gestion, DSI, DDA*)
- Promotion de l'alternance
- Valorisation de l'expertise interne
- Accompagnement des démarches de conformité du Groupe

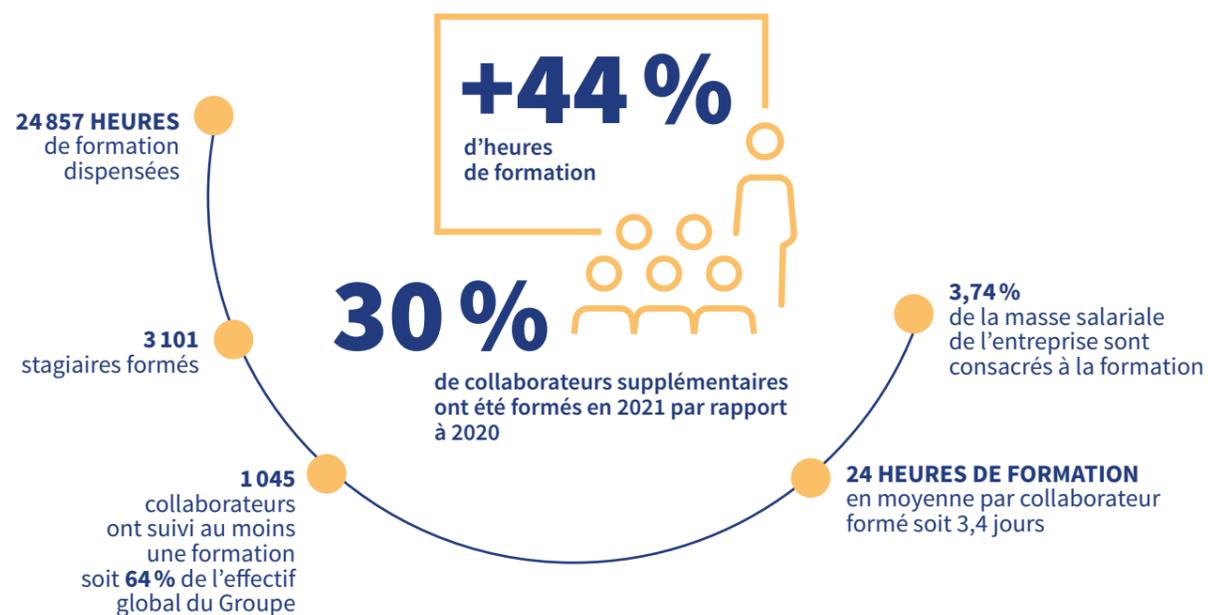
AXE 3



ACCOMPAGNER LES COLLABORATEURS DANS LA TRANSFORMATION

- Déploiement d'un cursus Manager@Henner
- Renforcement de notre niveau linguistique en Anglais
- Optimisation de l'accès aux formations de développement personnel

En 2021 **3,4** jours de formation par an ont été dispensés en moyenne par collaborateur (hors formations obligatoires)



Renouvellement et diversification des modalités de formation

Les progressions observées depuis 2019 en termes d'offre et de participation aux formations sont largement imputables à la mise en place de **Henner Digital Learning** notre plateforme de formation digitale.

Plusieurs améliorations ont été apportées à cette plateforme en 2021 :

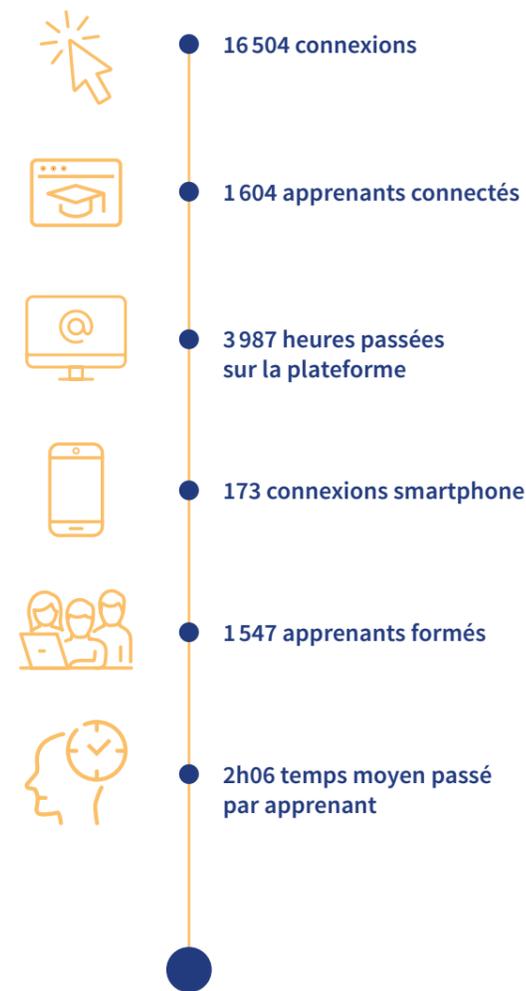
- Simplification des connexions et développement du format responsive.
- Renouvellement de l'offre de contenus : efficacité professionnelle et personnelle, management, langues, bureautique et création de nouveaux espaces dédiés (DDA*, intégration).
- Accompagnement des apprenants et promotion de la plateforme : newsletters mensuelles, organisation de Masterclass permettant de faciliter la prise en main et d'encourager les collaborateurs à son utilisation. En 2022, nous avons travaillé à la refonte du parcours apprenants pour en améliorer encore l'expérience d'utilisation.

Mise en place d'une démarche de gestion des emplois et des compétences

Chez Henner, chaque collaborateur est acteur de son évolution professionnelle et nous mettons tout en œuvre pour que celle-ci soit à la hauteur de son potentiel, de ses ambitions et de ses priorités. Nous avons mis en place **une gestion stratégique des emplois, dans l'optique d'offrir aux collaborateurs une visibilité sur les métiers, les parcours de formation et les passerelles tout au long de leur carrière.**

Pour cela, nous avons revu notre référentiel métiers en 2021, grâce à des groupes de travail internes qui ont décrit la réalité de leurs activités et de leurs différentes fonctions.

En 2023, notre objectif est de créer une gouvernance de projet et de formaliser les différentes passerelles entre les métiers afin que chacun puisse visualiser les opportunités de parcours et les moyens d'y parvenir.



TOP 3 des formations suivies (hors modules obligatoires) :

Anglais

Orthographe et syntaxe

Réussir son télétravail

*DDA : Directive sur la Distribution d'Assurance. Dans le cadre de ce règlement européen, cette directive rend obligatoire la formation continue pour les distributeurs d'assurance.

ENJEU

COHÉRENCE ENTRE L'EXPÉRIENCE COLLABORATEURS OU CANDIDAT, ET LA RAISON D'ÊTRE

Un éventuel décalage entre l'identité et les valeurs véhiculées par l'entreprise en interne tout comme à l'extérieur et la réalité vécue par les collaborateurs, ont des conséquences néfastes sur la qualité et l'organisation du travail, ainsi que sur l'image de marque.



POLITIQUE ET ENGAGEMENTS

Nous sommes un collectif animé par des valeurs de bienveillance, de présence, d'indépendance et de créativité. Ces valeurs sont ancrées dans notre culture et existent à travers nos pratiques managériales.

Notre vision, notre mission et notre culture d'entreprise se doivent d'être en accord avec la réalité. **Il est essentiel d'être sincère et aligné avec ce que nous sommes, ce que nous disons et ce que nous faisons.**

NOS PRIORITÉS :

- **Rendre les managers de Henner pleinement acteurs de la transmission et de l'animation de notre raison d'être**, en particulier grâce à un programme de formation dédié.
- **Mesurer et piloter** l'utilisation des dispositifs d'amélioration de la qualité de vie au travail mis à disposition des collaborateurs.

Actions mises en œuvre

NOTRE POLITIQUE D'ACCOMPAGNEMENT AU QUOTIDIEN

Notre objectif est d'offrir un cadre de travail dans lequel les équipes se savent entourées et prennent plaisir à collaborer.

Programme "Manager@Henner"

Les managers sont les premiers relais pour accompagner le déploiement de la stratégie de Henner. Sur la base d'une étude menée à la fois auprès de tous les managers et de leurs collaborateurs, plusieurs constats ont établi la nécessité de formaliser les attendus du rôle du manager et de les partager avec chacun.

Ce programme a pour objectif de mettre en place un modèle de leadership d'excellence, alimenté notamment par les échanges et le partage entre pairs.

Nous avons construit un projet basé sur un référentiel des rôles et responsabilités des différentes fonctions d'encadrement, repensé les rituels managériaux et décliné un parcours de formation sur le long terme. Ce parcours totalise 6 à 20 jours de formation selon les niveaux de maturité managériale.

Depuis son démarrage en 2021, **162 managers** (soit 90% d'entre eux) ont initié le parcours : **67** en 2021 et **95** en 2022 sur la brique "Fondamentaux" (en moyenne 2 à 3 jours de formation).



Notre objectif 2025

100%

**des managers intégrés
au parcours
dès leur titularisation**

Mesure et le pilotage des dispositifs d'amélioration de qualité de vie au travail

- Nous mettons à la disposition de nos collaborateurs **une large palette de produits et de services destinés à améliorer leur qualité de vie au travail.** Depuis 2017, le programme **Well Being by Henner**, composé de différents services d'accompagnement faisant également partie de l'offre commerciale proposée à nos clients, rythme l'année avec :
 - des ateliers de prévention et des interventions de professionnels de santé ;
 - un dispositif de soutien psychologique (lignes d'écoute et consultations) organisé autour de trois thématiques de prévention et de dépistage.

 **Les maladies cardiovasculaires**

 **Les troubles musculosquelettiques**

 **Les risques psychosociaux**

Au sein de chacune de nos entités en France, comme à l'étranger, plusieurs prestataires spécialisés interviennent localement dans le cadre de ce programme.

- En décembre 2021, en France, **un accord d'entreprise sur la qualité de vie au travail a été signé avec les partenaires sociaux du Groupe Henner.** Entre autres dispositions, l'accord encadre la planification des réunions et l'organisation des déplacements professionnels dans des plages horaires compatibles avec la vie personnelle des collaborateurs.



- Lancée pendant le confinement de 2020, une **plateforme de prévention** accessible à tous les collaborateurs (et assurés) donne accès à des podcasts et des vidéos de conseil en nutrition, de gestion du stress et d'activités sportives.
- Fin 2021, en France, nous avons mis en place **une commission des risques psychosociaux.** Ce groupe de travail est composé de membres de la Direction, de représentants du personnel et de la médecine du travail.
- Fin 2022, **la commission a piloté une évaluation de la qualité de vie au travail** auprès des collaborateurs du périmètre France. L'enquête *QVT What's up* sera étendue en 2023 sur l'ensemble des sites pour des résultats à paraître en 2024.

ENJEU

ÉQUIPEMENT DU POSTE DE TRAVAIL EN ACCORD AVEC LES ENGAGEMENTS SUR LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

Dans une organisation du travail alternant présentiel et distanciel, il convient de s'interroger sur les adaptations nécessaires : environnement et matériel informatique sécurisés, confort de travail et pérennité de l'activité en cas d'événements imprévus, nouvelles manières de collaborer au sein de locaux adaptés.



POLITIQUE ET ENGAGEMENTS

Les retours d'expérience partagés avec les collaborateurs en sortie de confinements ont nourri nos réflexions sur les nécessaires évolutions de nos organisations. Le télétravail a été déployé sur tous nos sites en France, comme à l'international. En 2022, nous avons conçu et commencé à mettre en œuvre la première étape d'un projet qui au-delà de l'allocation du matériel, nous ouvre la possibilité d'**inventer nos futurs modes de travail, dans une logique d'amélioration de nos impacts sociaux et environnementaux.**

NOS PRIORITÉS :

- **Améliorer la qualité de vie en télétravail**, grâce à l'allocation de matériel adapté.
- **Réduire nos impacts environnementaux** (temps hebdomadaire passé en déplacements, émissions GES* liées aux déplacements).
- **Faire évoluer nos systèmes d'information** en renforçant leur sécurité et en facilitant leur maintenance.
- **Adopter des outils qui faciliteront le travail collaboratif** et réduiront les émissions GES* imputables à nos serveurs.

*GES : gaz à effet de serre.

Action mise en œuvre

LE PROJET FUTUREOFWORK@HENNER - SAISON 1

Débutée en 2022, la saison 1 de FOW** a été développée en co-construction avec les parties prenantes internes : groupes de testeurs en charge du choix final du matériel, groupe pilote pour la validation de l'adéquation matériel/logiciels, retours d'expériences.



Notre objectif est d'équiper progressivement l'ensemble de nos collaborateurs d'ordinateurs PC portables ainsi que de matériels destinés au télétravail (écrans et claviers fixes). Les collaborateurs ont été étroitement associés au choix, au test du matériel et à l'amélioration des guides utilisateurs pour le déploiement général.



En parallèle, nous mettons en place de nouvelles modalités techniques permettant de sécuriser les accès, d'améliorer le confort des équipes en charge de la relation client et d'adopter de nouvelles habitudes de collaboration, moins consommatrices en espaces de stockage.



Au-delà de ses dimensions matérielles, le projet FutureOfWork@Henner est une opportunité d'échanger sur nos manières de collaborer, d'occuper nos espaces de travail ou sur un plan managérial, de nous interroger sur la valeur ajoutée que nous souhaitons apporter à nos différents rythmes présentiels ou distanciels. Autant de questions qui seront abordées lors des Saisons 2 et 3 de FOW**

**Future Of Work

NOUS PROTÉGEONS
NOS CLIENTS COMME
NOUS PROTÉGERIONS
NOS PROCHES.

**NOUS RÉPONDONS
PRÉSENT À CHAQUE
FOIS QU'ILS EN ONT
BESOIN.**

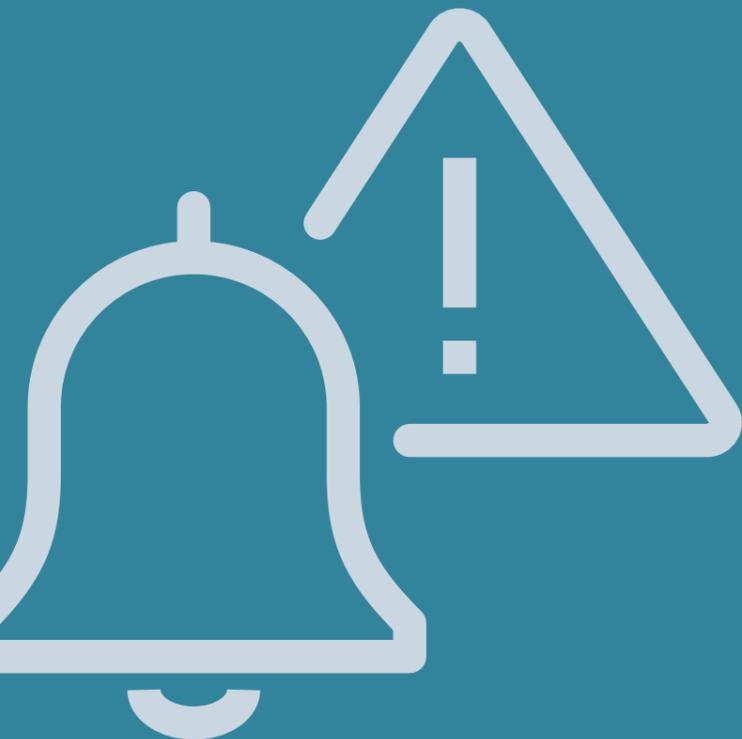
Notre expertise de la protection sociale se résume en un mot : le *Caring*.

La promesse que nous faisons à nos clients et partenaires est d'exercer nos métiers de conseil en protection sociale, de courtage et de gestion avec le souci permanent de porter une attention particulière à la qualité de notre accompagnement.

ENJEU

RÉACTIVITÉ FACE AUX SITUATIONS D'URGENCE CLIMATIQUES, POLITIQUES OU SANITAIRES

Face à la fréquence et à la gravité d'événements climatiques, politiques ou sanitaires sur le plan mondial, il convient de protéger ses clients et collaborateurs en mettant à leur disposition des services adaptés à leurs besoins (prévention, assurance santé, programmes santé mentale et bien-être au travail) quels que soient les moments ou les situations.



POLITIQUE ET ENGAGEMENTS

Nous faisons le constat que les crises récentes impactent tant les entreprises que les citoyens.

Sur notre terrain d'action, en tant qu'expert de la protection sociale, nous prenons acte de ces bouleversements et adaptons nos façons d'agir : en intégrant régulièrement nos parties prenantes en amont des projets, en systématisant les retours d'expérience, et en décloisonnant nos approches.

Co-construction, veille, accompagnement du changement dès la mise en production de nos services ; les démarches collaboratives deviennent un de nos fondamentaux dans la conduite de nos projets.

NOS PRIORITÉS :

- **Poursuivre l'écoute de nos parties prenantes** et des signaux faibles de notre écosystème pour adapter nos produits et nos services aux besoins actuels et futurs.
- **Mettre à disposition de nos clients et collaborateurs**, de programmes de prévention, d'assurance santé, de santé mentale et de bien-être au travail.

Actions mises en œuvre

Dispositifs d'écoute des parties prenantes : courtiers partenaires

L'écoute de nos parties prenantes externes est intégrée à nos process marketing et commerciaux.

En 2021 et 2022 par exemple, grâce à plusieurs groupes de travail avec nos courtiers partenaires, nous avons pu prendre en compte et étudier en profondeur les évolutions du marché de l'assurance santé collective. **L'analyse des informations recueillies a été exploitée par nos équipes marketing afin d'ajuster nos offres de produits et de services.**

Cette démarche a abouti à des évolutions majeures dans nos cahiers des charges pour systématiser la mise en place d'une nouvelle offre prévue en 2023.

Dispositifs d'écoute des parties prenantes : clients entreprises

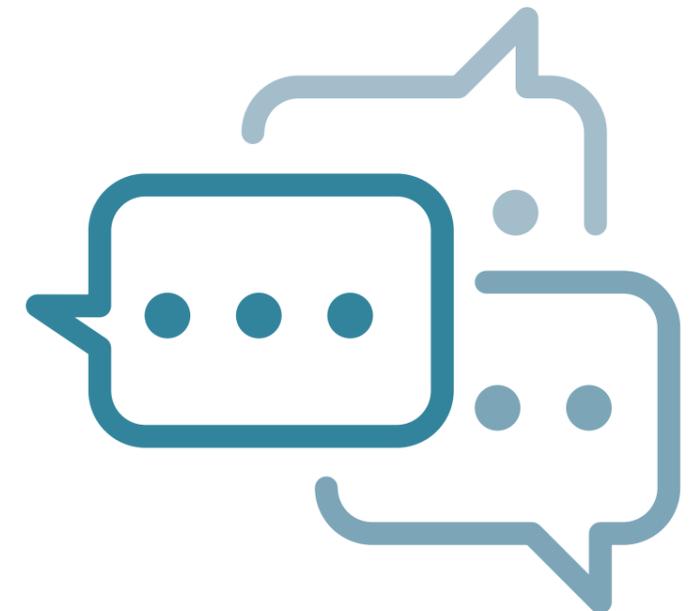
Henner Solidarité Santé

Début 2022, face à l'urgence de la situation en Ukraine, les entreprises implantées sur les zones du conflit ont dû trouver rapidement des solutions d'assurance santé pour leurs salariés contraints de fuir leur pays. Avec notre partenaire assureur, nous avons mis en place, en quelques jours, une couverture santé dédiée.

Elle a permis à une centaine de bénéficiaires d'avoir accès à la prise en charge de leurs frais médicaux et à une palette de services dont des consultations psychologiques en langue russe et ukrainienne.

Évolution des services dédiés à nos clients entreprises

Fin 2022, nous avons sollicité chez nos clients, un groupe test d'une dizaine de responsables de plans de santé pour participer à l'optimisation des fonctionnalités de notre plateforme digitale et l'amélioration du parcours utilisateur.



Dispositifs d'écoute des parties prenantes : collaborateurs Henner

Puisque l'un de nos *leitmotivs* est "Nous ne voulons pas vendre un produit que nous n'achèterions pas", nous avons adopté une démarche systématique de test d'innovation produits ou de services auprès de nos collaborateurs. Que ce soit en amont du lancement commercial à travers des démarches d'études qualitatives ou en aval grâce à la mise en place de groupes de tests. **Nous exploitons ainsi ces remontées pour optimiser nos offres et leur commercialisation.**

Un exemple de service implémenté à l'issue de ce processus : une ligne d'écoute (via un partenaire indépendant) pour répondre aux risques psychosociaux ainsi qu'un service de suivi individuel suite aux appels passés sur cette ligne.

ENJEU

PRISE EN COMPTE DES ÉVOLUTIONS DES ATTENTES CLIENTS

Dans un contexte mondial d'accroissement des dépenses de santé et d'inflation des coûts médicaux, les acteurs de la protection sociale connaissent une dynamique concurrentielle très forte et une pression soutenue de la part des clients entreprises et des particuliers. Pour continuer à répondre au mieux aux attentes des clients, et donc se développer économiquement, il convient de prendre en compte leurs retours et d'en tirer les enseignements nécessaires pour améliorer le niveau de service.



POLITIQUE ET ENGAGEMENTS

Notre vision du *Caring* engage fortement notre empathie, quels que soient les moments et les situations de vie traversées par nos interlocuteurs. Conscients de l'importance de notre rôle, il nous revient d'appréhender dans leur globalité les demandes qui nous sont adressées. Cette exigence implique une culture de l'amélioration continue que nous nous attachons à développer.

NOS PRIORITÉS :

- **Développer notre propre approche** en matière d'accueil et de qualité d'écoute de nos clients et bénéficiaires.
- **Continuer à exploiter nos différentes mesures** de la satisfaction de nos clients et bénéficiaires.
- **Poursuivre le développement de notre maillage international** à travers nos réseaux de soins afin de permettre à nos clients de trouver partout dans le monde, les meilleurs professionnels de santé au juste coût.
- **Intensifier notre approche du Patient Management** pour les assurés, et leurs familles, tout au long de leur expatriation.

Actions mises en œuvre

Qualité de notre relation client

Pour échanger avec nos assurés, nous avons fait le choix de l'humain et de la bienveillance en supprimant les scripts conversationnels et en renonçant aux serveurs vocaux interactifs.

Sur le plan de l'organisation, **chaque collaborateur dédié à la relation client gère un portefeuille dans son entièreté**, quels que soient les besoins des bénéficiaires. L'expérience partagée par nos équipes le démontre : gérer de A à Z les demandes de chaque client améliore la qualité de la prise en charge. Nous sommes convaincus que cette approche de qualité permet de valoriser la relation client autant que le collaborateur. Les clients sont véritablement écoutés et ne sont pas traités de façon anonyme.



En soutien de cette approche et grâce à des ateliers collaboratifs, nos équipes **Amélioration Continue** élaborent des recommandations et des bonnes pratiques d'entretien téléphoniques ou de rédaction d'emails.

Chantiers issus de l'écoute de nos clients

L'écoute client est à la base des démarches **d'amélioration continue**, que ce soit par le biais d'enquêtes de satisfaction annuelles, d'audits qualité ou encore, via les retours d'expérience des collaborateurs au sein des équipes en contact direct avec les clients.

Focus sur l'analyse de la relation client à l'international

-  **8 200** analyses de demandes de décomptes
-  **6 300** études d'emails
-  **1 700** analyses d'appels téléphoniques



AMÉLIORATION CONTINUE AU SERVICE DE NOS CLIENTS

Focus sur 5 thématiques principales identifiées
comme nécessitant des projets dédiés en 2021 et 2022
pour la relation client en France



Les délais de réponse
aux demandes
de remboursement
des frais de santé



La pertinence
de nos réponses
aux réclamations



La facilité d'utilisation
de nos outils digitaux



L'accès à notre
réseau de soins



La clarté des documents
nécessaires
aux demandes de prise
en charge médicale

En France, l'indice NPS et les différents audits internes nous ont permis de développer des thèmes annuels d'amélioration des services et des produits.

Les axes de travail déployés en 2021 et 2022 concernent notamment :

- L'implémentation de nouveaux outils de gestion des emails permettant la qualification automatique de l'objet des demandes et ce faisant, une accélération du traitement.
- Un accompagnement des équipes dans l'amélioration du rédactionnel des emails.
- La mise en place de nouvelles modalités d'animation des équipes au sein de nos services clients visant à améliorer la visibilité des objectifs et priorités au quotidien.



+30

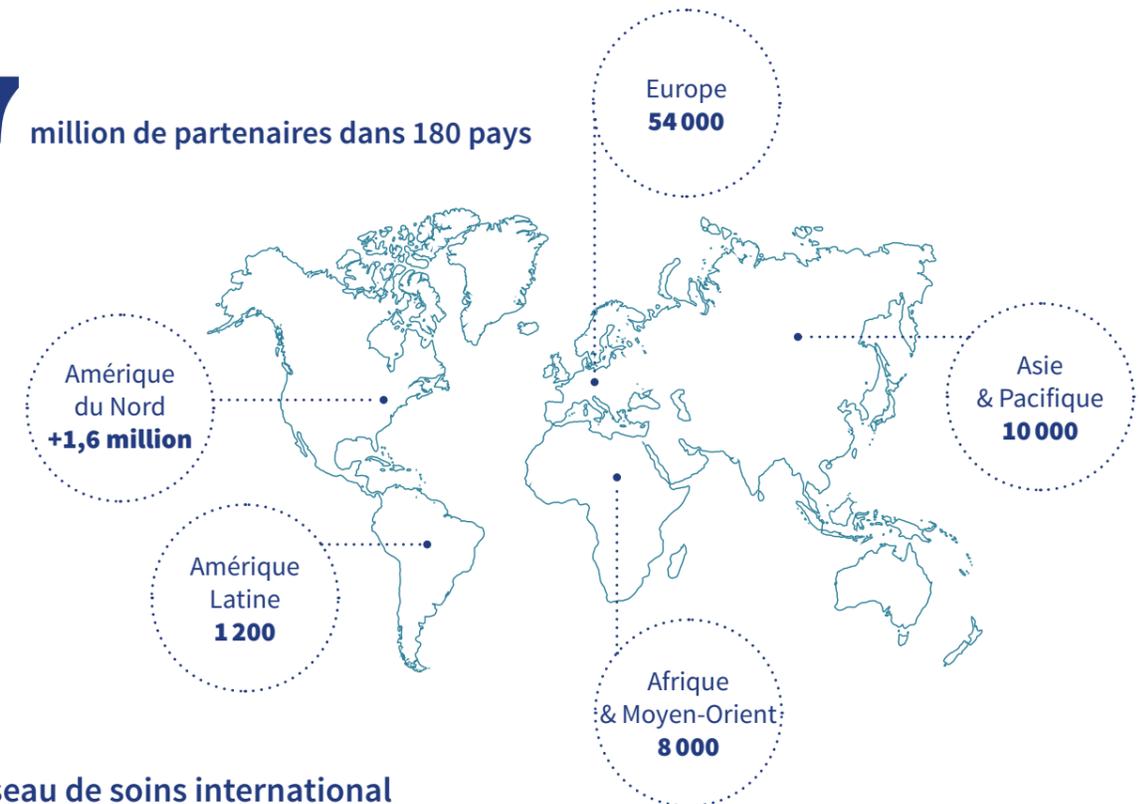
Net Promoter Score*

* Enquête annuelle réalisée par la société Moai en 2022, sur un échantillonnage de plus de 5 000 répondants (affiliés contrats collectifs et individuels).

Poursuite du maillage international de notre réseau de soins

Pour nos clients individuels vivant à l'étranger, pour les salariés d'entreprises françaises expatriés ou pour les salariés de nos entreprises clientes étrangères, **notre enjeu est de mettre à leur disposition un large réseau de partenaires de santé afin de faciliter l'accès aux soins, de bénéficier du tiers payant et de maîtriser les coûts.**

+1,7 million de partenaires dans 180 pays



Notre réseau de soins international est constitué de 3 catégories de partenaires



Les structures de soins : elles représentent 80% de nos flux avec lesquels nous avons signé un accord en direct (12 000 structures).



Les partenaires des réseaux tiers : ils sont 75 000 répartis sur des zones géographiques spécifiques selon les besoins de nos clients entreprises et organisations internationales.



Le réseau américain : il donne accès à nos assurés à 1 600 000 de partenaires de soins locaux.



Notre principal objectif est de continuer à garantir à nos assurés des prises en charge médicales de qualité, à des coûts maîtrisés grâce à des tarifs négociés et à la mise en place du tiers payant.

Entre 2021 et 2022, nous sommes passés d'un taux d'utilisation du tiers payant de 40 à 50%.



Intensification de notre approche du Patient Management

Grâce à nos services dédiés aux entreprises employant des collaborateurs en expatriation, **nous protégeons les femmes et les hommes qui vivent loin de chez eux.**

Pour ces expatriés et leurs familles, nous examinons chaque demande de prise en charge de soins médicaux avec une approche experte et bienveillante.

Si cela est nécessaire, nous prenons directement contact avec ces familles pour réexpliquer le diagnostic, confirmer ou proposer un parcours de soins plus adapté et en gérer les aspects pratiques. Pour ce faire, **notre pratique du Patient Management est structurée autour de 85 experts médicaux** (médecins, infirmières, dentistes, etc.) qui examinent annuellement 20 000 dossiers.

85



experts médicaux (médecins, infirmières, dentistes, etc.) composent notre direction médicale



150

familles expatriées font l'objet chaque année d'un suivi post-traitement



Concrètement, avec le *Patient Management*, nous confirmons les préconisations des équipes médicales locales ou trouvons un praticien spécialiste d'une pathologie lourde au sein de notre réseau international, nous pouvons également décider et organiser un rapatriement, si un établissement français est jugé plus adapté.



30% des bilans de santé de pré-expatriation ont permis, en 2021, de détecter des pathologies nécessitant des soins

Le parcours d'expatriation dont bénéficient les collaborateurs d'entreprises clientes, comporte également des check-up médicaux préalables à l'expatriation, **élargis à l'ensemble de la famille.** Selon les pays de destination et les pathologies préexistantes, cela nous permet de créer des parcours de soins détaillés en amont, **en coordination avec notre réseau médical international.**

20 000



dossiers examinés par an

Ces trois prochaines années, nous visons un nombre de cas suivis en Patient Management, multiplié par deux.

**NOUS TRAVAILLONS
CHAQUE JOUR
À LA RÉDUCTION
DES IMPACTS
ENVIRONNEMENTAUX
DE NOS ACTIVITÉS**

En tant qu'entreprise du secteur tertiaire, nous nous devons de réduire nos impacts environnementaux autant dans nos bureaux, que lors de nos déplacements sans oublier nos espaces de stockage du fait de nos activités numériques.

ENJEU

**MAÎTRISE
DES IMPACTS
ENVIRONNEMENTAUX
ET SOCIÉTAUX
DE SON ACTIVITÉ
ET DE CELLE DE
SES FOURNISSEURS**

Exprimer une politique d'achats permet d'inciter les partenaires à intégrer les enjeux environnementaux dans leurs engagements et de privilégier la contractualisation avec des organisations qui partagent les mêmes valeurs. Pour piloter cette politique, des indicateurs et outils de mesure sont nécessaires.



**POLITIQUE
ET ENGAGEMENTS**

NOS PRIORITÉS :

- **Définir et structurer une politique d'achats responsables**, et en démarrer l'application et le suivi sur les contrats à renouveler en 2022.
- **Définir un plan de décarbonation** de nos déplacements professionnels.
- **Privilégier des partenaires** proposant des solutions de recyclage, des produits conçus écologiquement et des partenaires issus du secteur protégé ou adapté.
- **Intégrer** à nos choix de fournitures et d'objets publicitaires une réflexion systématique sur leur origine de fabrication et privilégier les productions locales.
- **Éviter les fournisseurs** n'offrant pas de traçabilité des matières premières et des processus de fabrication.

Actions mises en œuvre

Formalisation de nos nouvelles règles d'achats

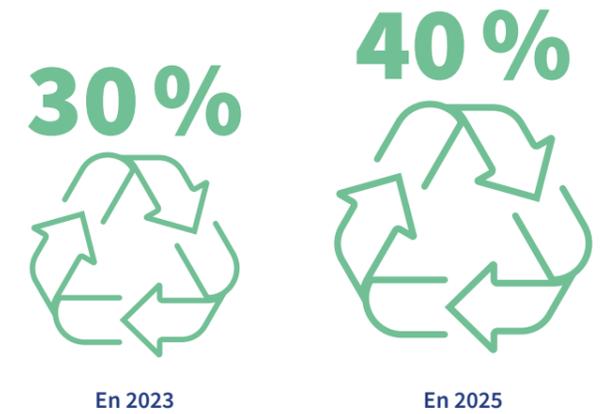
En tant qu'entreprise du secteur tertiaire, notre Groupe travaille avec de nombreux fournisseurs, partenaires, ou prestataires de services qui interviennent au quotidien au sein de nos implantations en France et à l'international.

À travers la mise en place d'une politique d'achats formalisée, nous souhaitons les impliquer dans notre démarche pour maintenir avec eux des relations équilibrées contribuant à notre performance sociale et environnementale.

Depuis fin 2022, notre politique d'achats est appliquée à tous les contrats devant être négociés dans le cadre d'un renouvellement ou d'un appel d'offres.

Recours à des partenaires capables de proposer des solutions de recyclage, des produits conçus écologiquement et des partenaires issus du secteur protégé ou adapté

Nous sommes partenaire du Réseau Gesat et nous recourons prioritairement à leurs services. En 2022, nous avons décidé de mesurer la part de ces fournisseurs au sein de nos principales activités consommatrices : la communication interne et externe, ainsi que le marketing. **Notre ambition est d'atteindre progressivement 40% de dépenses conformes à l'engagement d'ici 2025, dont 30% dès 2023.**



Évolution des dépenses conformes à l'engagement

Origine de nos fournitures et objets publicitaires

Une réflexion systématique sur leur origine de fabrication est désormais appliquée. Son but : **privilégier les fabrications locales et éviter les fournisseurs n'offrant pas de traçabilité des matières premières et des processus de fabrication.**

Pour obtenir les résultats souhaités, nous devons mener un important travail de sensibilisation auprès des donneurs d'ordres internes.

Plan de décarbonation de nos déplacements professionnels

Plusieurs initiatives existantes doivent être renforcées via un plan plus structuré, passant notamment par la fixation d'objectifs de décarbonation.

Quelques exemples de réalisations :



Au sein de nos bureaux de Tunis, nous avons mis en place un service de **navette par bus**, permettant chaque jour à 70% des collaborateurs de bénéficier d'un transport fiable et gratuit sur 4 parcours différents, et ce, 4 fois par jour, leur évitant ainsi le recours individuel à des services de taxi.



Transition du parc de véhicules thermiques vers l'électrique ou hybride : 10% du parc en 2021 avec un objectif de 20% d'ici 2024.

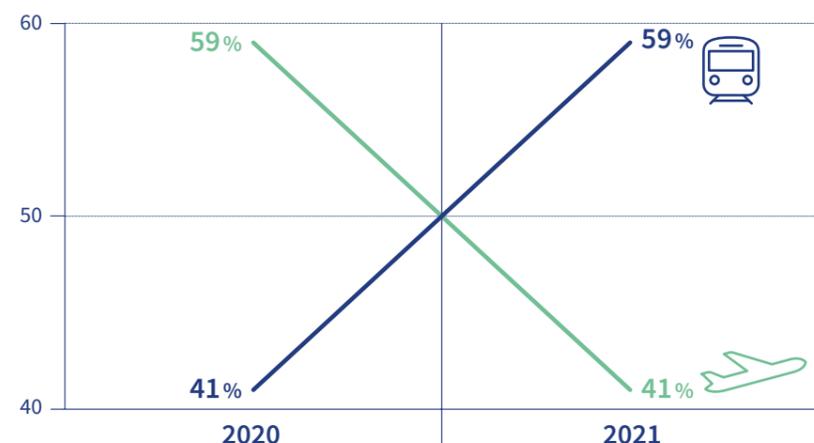


Abandon du transport aérien au profit du train pour tous les trajets inférieurs à 3h.



Nous avons mis en place le forfait mobilité durable qui permet aux collaborateurs de nos implantations françaises de bénéficier d'indemnités kilométriques s'ils utilisent le vélo pour venir travailler. Entre 2021 et 2022, le pourcentage de collaborateurs ayant sollicité cette indemnité a augmenté de 15 points.

Forte réduction de nos déplacements en avion au profit du train



Nous avons inversé la part du train et de l'avion dans nos déplacements en 2021. Cette tendance, si elle se confirme, nous encourage à encore mieux communiquer en interne sur le plan de décarbonation de nos déplacements professionnels.

Accélération de notre démarche grâce à la réduction de plus de 25% de notre parc de copieurs en 2022



92
copieurs

68
copieurs

Pour 2023, l'objectif est d'aller plus loin en termes de réduction du parc dans le cadre d'un appel d'offres global de remplacement de nos copieurs obsolètes



Poursuite de notre projet de **dématérialisation des cartes bénéficiaires**. Après 2 ans, nous sommes parvenus à un taux de dématérialisation de plus de 50%.

Parallèlement, pour les clients qui ne souhaitent pas de carte dématérialisée, nous avons lancé un chantier d'optimisation des cartes physiques, en supprimant le pelliculage plastique. Quant aux nouveaux clients, ils bénéficient systématiquement du format digital (via l'app Henner+).



Réduction des consommables

Nous avons mis en place des process d'impression permettant de limiter la consommation de papier et de toners (recto/verso par défaut, couleur suivant habilitation, libération de l'impression par badge pour limiter les impressions inutiles et tracer les consommations.)

En 3 ans, nos volumes ont été réduits de près de 50%.

Dans le cadre du plan de sobriété, différentes mesures ont été prises à l'automne 2022 en vue de réduire nos consommations électriques :



Réduction de la température au sein des locaux sur l'ensemble de nos implantations.



Fermeture deux jours par semaine de deux étages de bureaux dans nos locaux de Neuilly-sur-Seine, permettant une réduction de 20% de notre consommation énergétique entre novembre 2021 et novembre 2022.



Campagne d'affichage pour rappeler les écoresponsables.



Mise en place d'une veille prolongée sur nos ordinateurs et écrans associés visant une réduction de la consommation annuelle de 300 000 à 400 000 Kw/h (pour 1500 ordinateurs).



Fixation d'un objectif de passage d'ici 3 ans à **un éclairage LED** au sein des bureaux français, tunisiens et portugais.

ENJEU

MAÎTRISE DES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX PAR LE CONTRÔLE DES DONNÉES NUMÉRIQUES

Si le numérique représente aujourd'hui 3 à 4 % des émissions de gaz à effet de serre dans le monde, la croissance annuelle de la consommation numérique (volume de données, terminaux, etc.) est chaque année plus forte. Pour une entreprise du secteur tertiaire, cette activité pèse lourdement dans son empreinte carbone.



POLITIQUE ET ENGAGEMENTS

Nous souhaitons impulser **une dynamique "Numérique Responsable"** auprès de l'ensemble des collaborateurs et plus particulièrement auprès des équipes en charge du développement informatique.

NOS PRIORITÉS :

- **Sensibiliser les collaborateurs aux impacts environnementaux** de nos activités numériques.
- **Former les développeurs aux pratiques responsables** de conception et de codage
- **Allonger le cycle de vie** du matériel informatique.

Actions mises en œuvre

Analyse de notre maturité numérique responsable

Afin de nourrir notre réflexion et prioriser nos actions, nous avons conduit en 2022 une analyse de nos usages numériques. À l'issue de cette étude, **nous allons devoir passer de bonnes pratiques isolées et ponctuelles à une démarche construite et structurée.**

Sensibilisation des collaborateurs aux bonnes pratiques du numérique responsable

Dans le cadre de notre politique "Numérique Responsable", nous pouvons tous contribuer à la diminution des volumes stockés sur nos serveurs, en triant et nettoyant régulièrement nos boîtes mail et limiter le nombre de destinataires.



Enrichissement de notre plateforme de formation, Henner Digital Learning, avec un contenu traitant spécifiquement du numérique responsable et inscription de ce module dans notre plan de formation global.



Préparation de notre participation au Cyber World Clean up Day 2023 Événement mondial, sous la forme d'un challenge entre toutes les entreprises inscrites, qui vise à supprimer le maximum de fichiers inutiles stockés sur les serveurs.

Réemploi, recyclage et allongement des durées de vie du matériel informatique

D'après les experts, la production du matériel informatique génère l'essentiel des impacts environnementaux. Nous avons intégré la question de la durabilité de nos équipements au sein de nos projets IT.



Pour le projet **Future of Work Saison 1**, qui a pour ambition d'équiper l'ensemble des collaborateurs en ordinateurs portables, nous avons retenu un matériel certifié ecolabel TCO. Ce label garantit des produits plus respectueux tant sur le plan social qu'environnemental et ce sur l'entièreté de leur cycle de vie : approvisionnement en matières premières, fabrication, utilisation et recyclage/gestion de la fin de vie.



Pour étendre la durée d'utilisation de ces ordinateurs portables, **nous avons allongé la durée du contrat de maintenance** et négocié une option de rachat à la fin du contrat.



Pour nos matériels devenus obsolètes, nous les revendons pour un usage de seconde main. Lorsque cela n'est pas possible pour des raisons de sécurité, nous les confions à un fournisseur certifié DEEE pour revalorisation ou destruction (compensation de l'empreinte "déchets électroniques" par l'achat de certificats auprès d'un organisme spécialisé).

**NOS ENGAGEMENTS
SONT COLLECTIFS ET
CHACUN Y CONTRIBUE
INDIVIDUELLEMENT
POUR CONSTRUIRE
ENSEMBLE UN
MODÈLE D'ENTREPRISE
PROFITABLE
ET RESPONSABLE.**

L'année 2022 a été marquée par notre engagement collectif dans la structuration de notre démarche : création d'un groupe pilote, détermination de nos engagements, recensement de nos actions préexistantes, définition de nos objectifs à court et moyen terme.

Notre stratégie et la feuille de route correspondante restent à challenger et à animer. Pour ce faire, 2023 sera l'année du renforcement de notre gouvernance.

ENJEU

INTÉGRATION DE LA RSE AU PLUS HAUT NIVEAU DE L'ENTREPRISE

Parvenir à une prise en compte systématique des impacts sociaux et environnementaux des activités. Pour ce faire, il est nécessaire de renforcer la gouvernance de la politique RSE en construisant un modèle d'entreprise qui conjugue profitabilité et responsabilité.



POLITIQUE ET ENGAGEMENTS

Nos réflexions sur la RSE ont été menées en 2022 par un groupe de travail, représentatif des principales activités de l'entreprise, piloté par le Comex.

Ce collectif a poursuivi ses travaux tout au long de l'année afin de définir **comment renforcer nos impacts positifs ou atténuer nos impacts négatifs, et mesurer les progrès de nos initiatives.**

En 2023, nous avons pour objectif de renforcer la gouvernance de cette feuille de route.

NOS PRIORITÉS :

- **Structurer la gouvernance** de notre démarche.
- **Donner des objectifs RSE**, dès 2023, à chacun des membres du Comex.
- **Challenger nos partenariats financiers** et définir un objectif de placements en Investissements Socialement Responsables (ISR).

Actions mises en œuvre

Structurer l'activité

Notre collectif s'est accordé sur deux principes pour encadrer nos initiatives RSE :

- 1/ **Préserver un équilibre entre notre performance sociale et notre performance économique.**
Ce ratio est fondamental pour guider nos engagements et nos actions.
- 2/ **Renforcer la sincérité de notre démarche** en communiquant avec transparence sur nos actions RSE même si nous n'atteignons pas toujours l'objectif initialement visé.

Afin d'assurer la gouvernance de notre stratégie RSE, nous avons nommé chaque membre de notre Comex sponsor de l'un de nos engagements et lui avons désigné un correspondant dans la Direction la plus appropriée. Ils auront chacun une feuille de route avec des objectifs RSE définis, assortis de KPIs.

Nous avons aussi pris la décision de nommer un responsable RSE en 2023 afin **d'animer, de piloter et de structurer la tenue de nos engagements.**

Une gouvernance dédiée sera parallèlement mise en place en 2023 via la création d'un Comité Stratégique bi annuel.

Nous souhaitons progresser dans la factualisation de nos constats sur chacun de nos engagements, afin de mieux éclairer nos décisions.

Politique de placements

En 2022 nous avons conduit une étude interne afin de **clarifier la situation de nos partenariats financiers** en termes de responsabilité ESG*. Cette étude nous a permis de définir les règles d'investissements que nous souhaitons suivre à l'avenir.

Dans ce cadre, nous avons déterminé que 100% de nos placements devront être réalisés avec des contreparties bancaires, qui se sont engagées à atteindre la neutralité carbone telle que mentionnée dans l'accord de Paris, et qui respectent conjointement :



ENJEU

COHÉRENCE DE NOS PARTENARIATS : IMAGE/VALEURS

Le mécénat est l'occasion de partager ses valeurs et d'impliquer ses équipes. Une gouvernance de ces différentes initiatives est indispensable afin d'éviter les éventuelles incohérences d'image.



POLITIQUE ET ENGAGEMENTS

Le nom de Henner est associé à différentes causes dans le cadre de partenariats d'image. Nous devons définir une politique permettant de valider si ces partenariats sont bien en cohérence avec nos valeurs et qu'ils contribuent à les nourrir.



Actions mises en œuvre

En 2022 nous avons continué à apporter notre soutien à plusieurs causes en lien avec nos missions



La recherche médicale

Henner est mécène de l'institut de recherche IMAGINE, dédié aux maladies génétiques touchant les enfants. 900 chercheurs, médecins et personnels de santé y travaillent ensemble pour mettre au point de nouveaux traitements et améliorer la prise en charge des malades.



Henner est engagé aux côtés de l'association Lisa Forever qui soutient la recherche médicale contre le cancer des enfants et des adolescents et œuvre à l'amélioration de leur qualité de vie. Une équipe de collaborateurs, chaque année plus nombreux, participe à la course & marche solidaire qui permet de collecter des fonds pour financer les différents projets.



La prévention des maladies cardiovasculaires

Le fonds de dotation a pour missions :

- D'alerter et mobiliser toutes les énergies pour l'éducation des femmes sur leur santé cardio-vasculaire à toutes les "phases clés" de leur vie hormonale : contraception, grossesse et péri-ménopause.
- D'accélérer la prévention active en donnant accès à toutes les femmes au dépistage et aux soins cardio-vasculaires en associant l'ensemble de l'écosystème de santé.
- De former, éduquer et associer l'ensemble des professionnels de santé en leur donnant les moyens nécessaires pour une prévention performante transgénérationnelle.
- De stimuler et accélérer la recherche médicale ciblée sur les spécificités des maladies cardio-vasculaires chez la femme.

L'engagement de Henner dans la prévention médicale donne tout son sens au soutien des actions portées par Agir pour le Cœur des femmes.



La préservation des écosystèmes marins

Henner poursuit son engagement aux côtés de tēnaka, entreprise sociale et solidaire, qui restaure les écosystèmes marins et régénère l'océan – premier puits de carbone au monde – grâce à la plantation de coraux. Cette démarche participative a permis la plantation de 3 000 coraux en 2022.

Cohérence entre nos actions de sponsoring et nos valeurs

En 2022, nous avons constaté un certain manque d'alignement dans nos actions de sponsoring, ce qui pouvait engendrer un manque de lisibilité dans nos engagements et une incompréhension de la part de nos clients et partenaires.

En 2023, notre objectif est de mettre en place un comité d'évaluation des projets de sponsoring au niveau de notre Comex, afin de gagner en cohérence.



NOS CHIFFRES CLÉS

1,8 M

Professionnels
de santé dans



185

pays

2,1 M

Bénéficiaires



54 000

Entreprises clientes
de toutes tailles



70

Nationalités
au sein des équipes



Présences
dans le monde

21

80%

des entreprises du CAC 40
nous font confiance



220,5 M€

Chiffre d'affaires
global en 2022



30%

Activité à l'international



1 685

Collaborateurs

+30

Net Promoter Score*



2,1 Mds€

Primes d'assurance gérées



26

Langues parlées

CONSEIL - COURTAGE - GESTION

NOS PÔLES D'EXPERTISE

- Santé ▪ Prévoyance ▪ Garantie Obsèques ▪ Épargne salariale et retraite
- Actionariat salarié ▪ Expertise médicale et réseau de soins

* Enquête annuelle réalisée sur le périmètre Santé France par la société Moai en 2022, sur un échantillonnage de 5000 répondants (affiliés contrats collectifs et individuels).

The Henner logo consists of the word "Henner" in a white, bold, sans-serif font, centered within a white square outline on a dark blue background.

Here to care

***Here to care : Répondre présent à chaque moment**

Henner, SAS de gestion et de courtage d'assurances
Capital de 8 212 500 € - RCS Nanterre 323 377 739
TVA intracommunautaire FR 48323377739
Immatriculation ORIAS n° 07.002.039 (www.orias.fr)
Relevant du contrôle de l'ACPR (4 Place de Budapest - CS 92459
75436 Paris Cedex 09 - www.acpr.banque-france.fr)

Siège social

14 bd du Général Leclerc
92200 Neuilly-sur-Seine
France

www.henner.com

Réclamations : consulter la rubrique Réclamations
sur www.henner.com

 - Crédit photos : Gettyimages
H9220 - 09/2023

