

Mission Report 2025



CONTENT
SQUARE



Table of contents

Foreword from Jack Azoulay, Mission Committee President	2
The Contentsquare story	3
The Mission Committee	5
Mid-term objectives: 2024 progress and results	7
Accessibility & Inclusion	8
Environment	12
Digital Trust	16
Looking ahead: 2025 milestones	18
Conclusion	20
APPENDIX: Third party audit report	21



Foreword from Jack Azoulay, Mission Committee President



At a time when the relevance of non-financial performance is under increasing public scrutiny, Contentsquare remains firmly committed to its ambition of delivering both profitability and positive impact. The company believes that this dual pursuit not only aligns with long-term business performance, but is also a core driver of resilience, innovation, and value creation for all stakeholders.

This second Mission report marks the completion of the first full year as a purpose-driven company, supported by a fully operational Mission Committee. It reflects the progress achieved across the three pillars - Accessibility & Inclusion, Environment, and Digital Trust - thanks to the dedication of our teams and the strength of a shared vision.

Above all, 2024 has been a year of learning. Becoming a mission-driven company is not a fixed destination, but rather a dynamic and evolving process. This year's journey was enriched by the first external independent review, which both validated the work done and provided valuable insights for improvement. One key lesson stands out: several of the objectives set relied heavily on the timely launch of key initiatives, such as the design of the new climate and accessibility trainings, or the methodological validation of the downstream Scope 3 emissions calculations. These preliminary efforts took longer to fully activate than expected.

Despite these challenges, Contentsquare met most of its objectives. Where gaps remain, they reflect the natural growing pains of operationalizing its mission. The numerous conversations held by the Mission Committee with Contentsquare stakeholders were welcomed as opportunities for growth. Building on this experience, the company is now better positioned to define more precise and actionable goals for 2025.

Looking ahead, the Mission Committee will continue to play its role in fostering transparency, accountability, and continuous progress. We extend our sincere thanks to all those who contributed to this year's achievements—employees, leadership, partners, and community members. Your commitment remains essential as we continue to shape a more inclusive, sustainable, and trustworthy digital future.



Jack Azoulay

Former Chief of Staff, French Ministry of the Ecological Transition;
Senior Partner, Agros Wityu; President,
Contentsquare Mission Committee

The Contentsquare story

Who we are

Contentsquare is a leading Digital Experience Analytics platform that empowers businesses to understand every online interaction, and optimize the user experience across web, mobile, and app platforms.

Mission

We empower businesses to create a world where everybody gets the digital experience they love, seek and deserve — an experience that is ***accessible, inclusive, trustworthy and sustainable***.

Our social and environmental commitments:

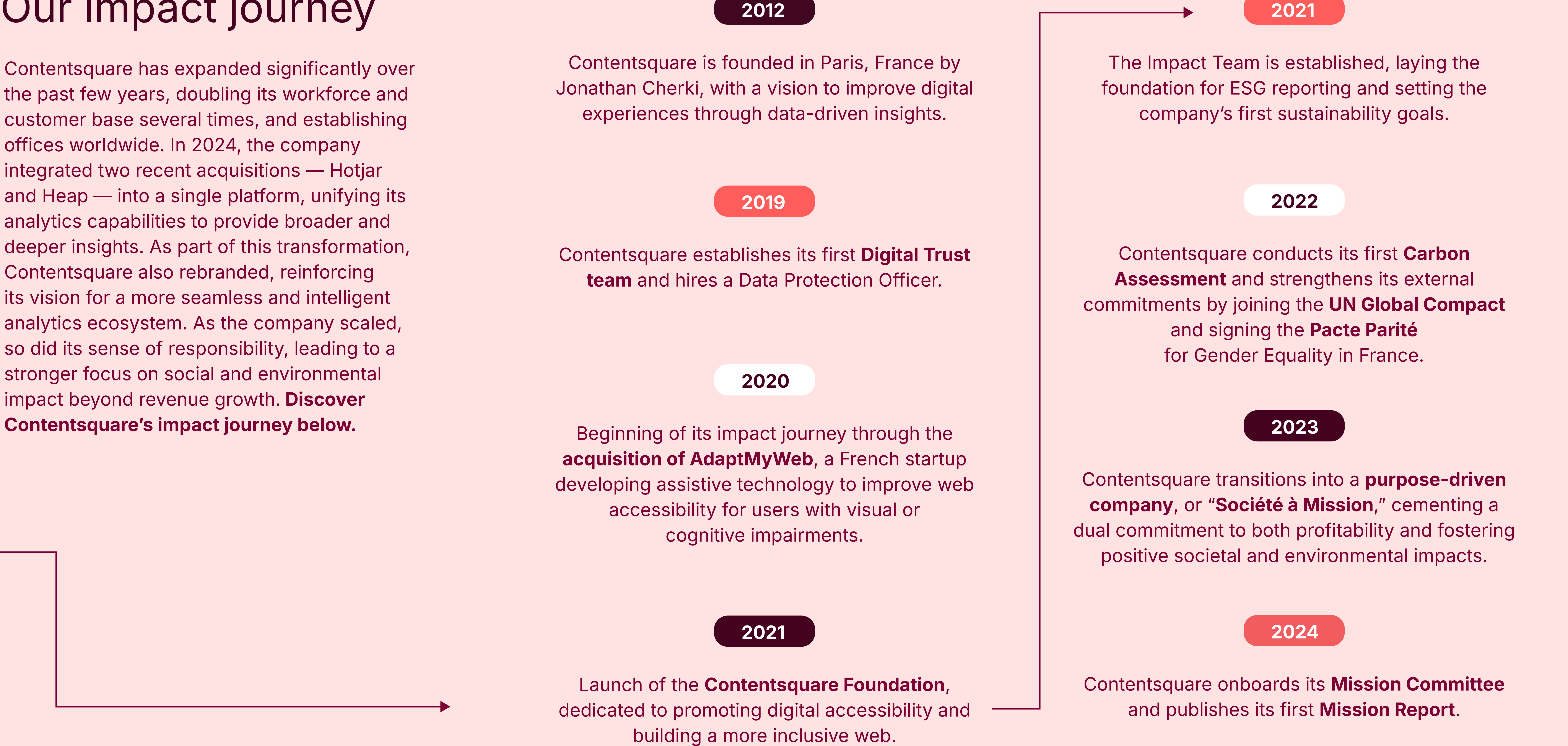
1. Enable a digital world, which is accessible and inclusive to all
2. Support the reduction of environmental impacts from digital activities.
3. Build a trusted digital world by enhancing confidentiality, privacy and protection of data on the internet

Key numbers

- 1,600 Employees representing over 80 nationalities
- 14 Offices across the world
- 3,000 Mid-market and Enterprise customers
- 1.3M Websites optimized with Contentsquare

Our impact journey

Contentsquare has expanded significantly over the past few years, doubling its workforce and customer base several times, and establishing offices worldwide. In 2024, the company integrated two recent acquisitions — Hotjar and Heap — into a single platform, unifying its analytics capabilities to provide broader and deeper insights. As part of this transformation, Contentsquare also rebranded, reinforcing its vision for a more seamless and intelligent analytics ecosystem. As the company scaled, so did its sense of responsibility, leading to a stronger focus on social and environmental impact beyond revenue growth. **Discover Contentsquare’s impact journey below.**



The Mission Committee

Contentsquare's **Mission Committee** plays a key role in steering the company towards fulfilling its dual commitment to both profitability and fostering positive societal and environmental impacts. Its primary responsibilities include:

- **Monitoring and assessing progress and effectiveness** of the initiatives and actions taken by Contentsquare to achieve its mission and commitments;
- **Providing recommendations and guidance** on how best to align with the requirements of the mission. This includes ensuring performance indicators and roadmap remain relevant and effective;
- **Producing an annual Mission Report** to track progress and communicate results on the achievement of mission objectives.

This document marks Contentsquare's **second Mission Report** and, for the first time, includes the findings of an **independent third-party audit** of the company's mission-related activities (see Page 21). As required under French law, this verification is conducted at least once every two years by an accredited independent auditor who evaluates the company's progress in meeting its mission objectives. The audit examines the relevance and effectiveness of the measures implemented, the outcomes achieved, and any external factors that may have influenced performance. By providing an external perspective, this assessment complements the Mission Committee's ongoing work in overseeing the company's social and environmental commitments.



Our mission isn't just about what we build—it's about the impact we create together. From our team to our customers and partners, we're part of a larger ecosystem with the power to drive real change. Whether it's increasing our own digital accessibility, training our workforce and student populations in the basics of inclusive design, or improving our carbon efficiency, we know progress happens when we all take responsibility. Impact is a journey, and we're in it for the long haul.



Jonathan Cherki
CEO & Founder of Contentsquare

Governance

The Mission Committee, appointed in February 2024, includes a Contentsquare Board member, an employee representative as well as four external experts. Their expertise encompasses **environmental sustainability, green IT, digital accessibility, social innovation, responsible uses, and inclusive technology.**

In the fall of 2024, we welcomed our newest member Marissa Levinson to our Mission Committee. Marissa brings valuable expertise in digital trust, which is very much aligned with Contentsquare’s commitment to enhancing confidentiality, privacy, and data protection. Marissa, currently serving as Associate General Counsel Privacy at Instacart, has over twenty years of experience in leading legal functions and driving business strategies within major corporations with a distinctive expertise in addressing complex data and privacy challenges.

For the complete bios of the Mission Committee members, please refer to the [2024 Mission Committee report](#).



Jack Azoulay
Former Chief of Staff, French Ministry of the Ecological Transition;
Senior Partner, Argos Wityu; President of the Mission Committee



Eduardo Sanchez
Contentsquare Board Member; Former CEO RichRelevance



Carole Davies Filleur
Partner and Managing Director, Archery Sustainability;
Former Managing Director, Accenture Sustainable Technology



Crosby Cromwell
Chief Growth Officer, Cephable; Former Chief Partnership Officer,
The Valuable 500



Marissa Levinson
Associate General Counsel, Privacy, Instacart



Boris Schapira
Strategic Consultant, Contentsquare

Mid-term objectives: 2024 progress and results

Contentsquare adopted a framework that defines their approach to impact across **three stages of maturity**. The first stage is corporate social responsibility, which focuses on reducing the negative impact of their activities on society and the environment. The second stage is giving back, which involves sharing part of their success with the communities where they operate. The third stage is broader impact, which seeks to create new business models that help their customers address their own sustainability challenges.

In line with its vision of creating better online experiences for all, Contentsquare channels this impact strategy into the 3 areas where it can create the greatest positive change. **Accessibility** – because inclusive analytics shape how millions of people experience the web; **digital trust** – because enhancing data privacy, security and trust – including beyond regulatory requirements, when realistically possible – is essential to customer confidence and responsible business; and **environment** – because every digital service leaves a carbon footprint that the company is equipped to help reduce.

Formalizing this ambition, Contentsquare became a **“société à mission”** under French law, embedding these social and environmental commitments into the heart of our corporate purpose ([read more about the journey here](#)).

To ensure measurable and accountable progress, Contentsquare translated its long-term commitments into **operational objectives and annual milestones**. Our three core commitments — **accessibility & inclusion, environment, and digital trust**— are supported by three interconnected focus areas that drive impact:

- **Empower our Teams:** Strengthening internal expertise and engagement through employee training, awareness programs and communities such as the Employee Resource Groups.
- **Lead by Example:** Upholding the highest ethical, social and environmental standards in our own operations.
- **Make an Impact:** Extending our efforts beyond the company to support customers, partners and communities in making digital experiences more accessible, sustainable and secure.

This following section reviews the results and progress made by Contentsquare on its concrete 2024 annual milestones, across the three commitments.

Please note: The reporting period for assessing the results of Contentsquare’s 2024 milestones cover the 2025 fiscal year (from February 1, 2024 - January 31, 2025). Throughout the report, achievement status is color-coded: green for milestones achieved, orange for those not, or partially, achieved.

Accessibility & Inclusion



Enable a digital world which is accessible and inclusive to all

	Operational objectives	2024 goal	2024 results
1.	Empower our teams Improve our team's skills through focused training, and enabling them to create an accessible and inclusive company	70% of employees have been trained in the fundamentals of accessibility	Achievement: 62% of employees trained
2.	Lead by Example Ensure we meet and remain compliant with the main accessibility standards	Contentsquare's new website meets 50% of WCAG 2.2AA accessibility criteria	Achievement: Website accessibility score increased to 69%
3.	Make an Impact Raise awareness within our ecosystem to make digital accessibility & inclusion a priority issue for policymakers, educational institutions, and the private sector	Educate 20,000 students and professionals on the importance and future of digital accessibility	Achievement: Organized conferences and deployed e-learning, potentially benefitting ~ 11,000 students and professionals

Achievements & learnings



Objective 1

In 2024, Contentsquare advanced its mission to create a more accessible and inclusive digital world by equipping employees with the knowledge and skills to drive change. As part of this effort, the Impact team developed and launched a company-wide **Impact Training Program**, featuring two key courses: **Introduction to Digital Accessibility** and **Climate at Contentsquare**. The accessibility course was centered on understanding disabilities and the importance of digital accessibility, identifying key business and social benefits, and learning how all employees can contribute to shaping more inclusive experiences in their daily roles. The training was co-created over the course of three months with support from the Impact team, Accessibility expert, and Learning & Development team. These initiatives were complemented by additional learning opportunities, such as Accessibility Fresks, and a Global Accessibility Awareness Day (GAAD) webinar.

By the end of the year, **62% of employees** who were still with the company at the end of the reporting period **had completed at least one accessibility training opportunity, just shy of the 70% milestone**. One key reason for not meeting the goal was the need to rework both the training approach and the new-hire onboarding process following the merger of the company's two recent acquisitions. This resulted in unanticipated delays in content distribution. The training underwent a comprehensive content rehaul to offer a newly consolidated, group-level perspective, and all newly integrated employees had to be prompted to complete the curriculum. Going forward, the training has been fully re-integrated into the new-hire onboarding program, with scheduled check-ins throughout the year to ensure higher completion rates.

Objective 2

The second objective, 'Lead by Example' was centered on ensuring Contentsquare's website meets key accessibility standards. In 2024, the company underwent a rebrand and launched its new website in November, prioritizing accessibility throughout the process. As part of this effort, internal audits were conducted on legacy and active websites. Contentsquare's accessibility audit revealed **69% conformity with WCAG 2.2AA criteria**, significantly exceeding the **50% target** set for the year. Looking ahead, the company aims to elevate its standards even further, striving for top-tier accessibility levels (>80-90%) over the next 3 years.



Objective 3

Beyond internal initiatives, Contentsquare worked to **advance accessibility awareness and collaboration within the broader ecosystem**. In the summer of 2024, they launched a **product discovery initiative** to identify opportunities that help their customers advance their own digital accessibility efforts. Through extensive market and user research, a key challenge was unlocked: traditional accessibility audits flag accessibility issues but fail to prioritize fixes based on user behavior and business impact. As a result, companies face long lists of remediation tasks without clear guidance on which changes will drive the greatest ROI. To address this gap, Contentsquare is exploring solutions that integrate customer metrics with accessibility data, empowering UX and UI managers to prioritize fixes that enhance both compliance and user experience. Encouraged by positive market feedback, they plan to continue this exploration in 2025.

In addition, in 2024, the Contentsquare Foundation took a major step forward in digital inclusion by establishing the **first Digital Accessibility Consortium in France** - a ground-breaking initiative. This influential network brings together over 30 high-level decision-makers and accessibility experts from the private sector, NGOs, higher education, and tech sector to drive inclusive digital practices through publications, accessibility training initiatives, and active policy engagement.



The Consortium's focus over the past year has been centered around **education** and raising awareness among public and academic authorities in France about the lack of dedicated accessibility courses for digital careers. In response, the Contentsquare Foundation took a proactive role by creating France's **first free e-learning course on Digital Accessibility** for higher education institutions – an important step toward broader integration into university curricula. Launched in November 2024, the course was developed over eight months in close collaboration with experts from the Digital Accessibility Consortium, namely Pierre Reynaud (Accessibility Referent at La Réunion University), Aurélien Levy (Accessibility Expert), Endjy Guerchet (Accessibility Referent at Bordeaux University), and Philippe Trotin (Accessibility Lead at Microsoft).

The Consortium-built training is designed for a **university student audience**. To promote enrollment in the course, the Contentsquare Foundation introduced a **voluntary commitment** for universities. Within the first two months, **eight schools signed on**, and more have pledged to follow.

In 2024, the Contentsquare Foundation additionally launched a shorter training, "Introduction to Digital Accessibility," on its **free e-learning platform**. Designed for **professionals** and **private sector partners**, the 30-minute course offers a concise but hands-on introduction to digital accessibility.

Following these launches, the Contentsquare Foundation provided learning and awareness-raising opportunities on the importance of digital accessibility via e-learnings and conferences- potentially benefitting over 11,000 individuals While this number fell short of the 20,000 target, this year was critical in establishing the necessary foundations that they will be able to build upon for a much broader distribution in 2025. Robust content was built and key relationships were established.

A core challenge faced was the lengthy school onboarding process, which can take up to six months due to necessary approvals, IT validations, and the academic calendar. This slowed the Foundation's ability to meet the target within the expected timeframe. Additionally, precise data on the number of individuals trained remains difficult to collect, as schools have varying course completion tracking systems, and attendee numbers for external conferences are often approximations. Despite this, **five schools have already formally committed to integrating the Foundation's course in their curriculum, demonstrating growing interest and commitment**. With this momentum, the Contentsquare Foundation aims to expand this initiative further during the 2025/2026 school year.



Contentsquare is at the beginning of a critical journey - they are actively setting a new standard for leadership in digital accessibility. The company moved beyond internal commitments to influencing others, shaping educational pathways, and mobilizing an entire ecosystem toward inclusive digital practices. This work is both urgent and ongoing — and the progress Contentsquare made in 2024 provides a strong foundation for the deeper, broader change still ahead. The Contentsquare Foundation is also shaping the future of inclusive digital design through thought leadership, targeted training programs, and meaningful policy advocacy. With this initiative, Contentsquare is not just participating in the accessibility movement — it's helping define it.

Crosby Cromwell

Chief Growth Officer, Cephable; Former Chief Partnership Officer, The Valuable 500

Support the reduction of environmental impacts from digital activities.

	Operational objectives	2024 goal	2024 results
1.	Empower our teams Improve our team’s skills through focused training, enabling them to improve the company’s energy & carbon efficiency in particular via good practices in digital eco-design	70% of employees have completed basic training on the environmental challenges posed by the digital world	Achievement: 70.6% of employees trained
2.	Lead by Example Implement the Company's Net-Zero roadmap in line with SBTi trajectory while increasing the carbon efficiency of the business to position Contentsquare as a leader in the SaaS industry	Contentsquare has achieved 100% of its annual Science Based carbon reduction target	Achievement: 177% of annual Science Based carbon reduction target
3.	Make an Impact Work with our customers to enrich our value proposition by enabling carbon measurement & reduction capabilities	100 customers representing at least 1% of Contentsquare revenue have received the amount of CO2 emissions of their Contentsquare usage	Achievement: 12 customers reached, representing 1.2% of revenue

Achievements & learnings

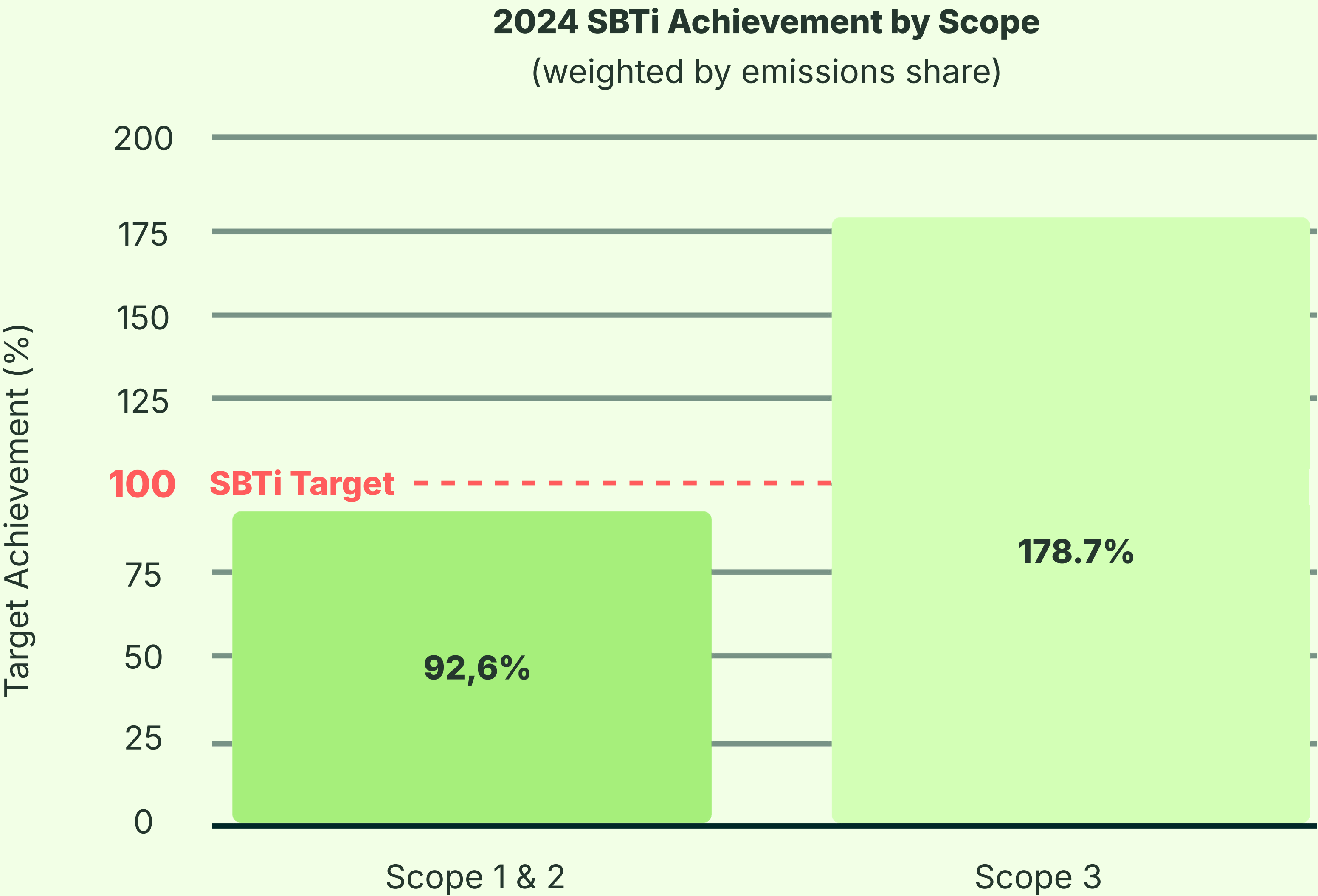
Objective 1

Over the past year, Contentsquare strengthened internal awareness and capabilities around the environmental impact of digital activities. As part of the company-wide **Impact Training Program** (highlighted in the previous section), the **Climate at Contentsquare** course was launched, providing employees with essential knowledge on sustainability in the digital sector. This training was supplemented by interactive learning initiatives such as the Climate Fresk, a dedicated Carbon Assessment Info Session, and an Earth Day webinar. By the end of the reporting period, **70.6% of employees**, who were still with the company at the end of the reporting period, had completed the environmental training surpassing the 70% milestone set for 2024. The climate training was introduced in two separate campaigns throughout the year, which helped boost participation and contributed to exceeding the target. These efforts underscore the effectiveness of the company’s training strategy and reflect the growing interest in environmental sustainability across the organization.

Objective 2

In 2024, Contentsquare surpassed **100% of its annual Science-Based Targets initiative (SBTi) carbon reduction objectives**, marking a significant step toward its Net-Zero goals and reaffirming its commitment to measurable climate action. The company reported total greenhouse gas (GHG) emissions of **13,056 tCO₂e**, reflecting a typical emissions profile for digital service providers: over **98% of emissions from indirect (Scope 3) sources** and less than **2% from direct (Scopes 1 & 2) emissions**.

For Scopes 1 & 2, Contentsquare achieved a final emission level of 262.6 tCO₂e, just short of its 2024 target of 243 tCO₂e, representing **92.6%** of the goal. **For Scope 3**, the company significantly exceeded its annual intensity reduction target of -8.3% (measured in tCO₂e per million dollars of added value), achieving 47 tCO₂e per M\$, far below the target of 84 tCO₂e per M\$, equating to **178.7%** of the target. These results contribute to an **overall weighted achievement rate of 177%**, clearly exceeding the 2024 Science-Based target.



A primary driver behind these results was the significant consolidation across the company's operations during the year, notably through the integration of recently acquired entities such as Heap. This consolidation led to meaningful efficiencies and emission reductions across key areas including cloud services, digital marketing, software & IT, and events. To align its operations with its environmental commitments, Contentsquare also introduced new internal policies with a stronger sustainability focus, including updated guidelines for eco-friendly event planning, sustainable travel policy, and sustainable IT practices, such as extending the lifespan of IT equipment from 3 to 5 years (with exceptions for tech teams).



In 2024, Contentsquare achieved very tangible results on three complementary ambitious objectives related to its environmental impact: an objective of training Contentsquare teams on environmental challenges and IT eco-design principles, an objective related to its carbon footprint according to SBTi, and an objective to equip clients with the means to control their own impact through environmental labels. By doing so, Contentsquare is proving that they consider environmental objectives not as “a cherry on top of the cake”, but rather as new ways to innovate, at the core of their employee work practices and at the core of the relationship with their clients. Although the journey still has many steps ahead, Contentsquare shows an engagement fully in line with the decision to become a mission-driven company.

Carole Davies Filleur
Partner and Managing Director, Archery Sustainability; Former Managing Director, Accenture Sustainable Technology

Objective 3:

Beyond internal efforts, Contentsquare expanded its impact by engaging clients and industry leaders in the dialogue around digital sustainability. To support customers in understanding and reducing their environmental footprint, the company designed a robust methodology to measure downstream Scope 3 emissions —representing the CO₂ generated by clients' use of Contentsquare services. This approach calculates emissions based on four different emission inputs: customer data storage on Contentsquare's cloud (storage), customer queries on the platform (compute), the downloading of the Contentsquare tag by end users, and proportional allocation of Contentsquare's overall carbon footprint, relative to each customer's share of total revenues. This comprehensive KPI, developed using Contentsquare's 2023 revenue and emissions data, then applying this kg/CO₂k euros ratio to the amount of the 2023 customer contract, offers customers actionable insights to guide their sustainability efforts.

In 2024, **Contentsquare delivered reports presenting this carbon indicator** and its calculation method **to 12 customers** who specifically requested them. Based on physical data of cloud resource usage, the approach developed by Contentsquare leads to a much more accurate result than a monetary approach, based on emissions factors that are poorly representative of optimized SaaS services. The results presented to customers were on average five times lower than those derived from monetary calculations. Contentsquare's initial intention was to communicate this carbon indicator to all of its customers. However, prior validation of the methodology by an independent third party was required.

Given the complexity of measuring greenhouse gas (GHG) emissions from cloud services, the methodological review took several months. In the fall of 2024, the decision was made to base this communication on the more up-to-date **2024 carbon assessment** (rather than the 2023 evaluations), ensuring the data provided would be as relevant and usable as possible. Due to the deliberate decision to have the company's methodology certified by a 3rd party, Contentsquare was unable to reach the 2024 objective of equipping 100 customers with tools to address digital sustainability. Nonetheless, the **ten customers who benefited from the service usage carbon indicator reports represent more than 1.2% of Contentsquare's total revenue in 2024.** .

Beyond the service usage carbon indicator, Contentsquare has launched several initiatives about digital sustainability that have reached numerous customers.

For Earth Day, Contentsquare hosted a **webinar on integrating digital sustainability into private sector strategies**, which was attended by clients outreached via the company's newsletter. The company also took part in **two industry events on Green IT**, engaging 60 professionals, and contributing to the conversation through a **Technology Magazine article** authored by the VP of Impact, reaching **98,000+ readers**. Through these combined efforts, Contentsquare continues to help both its internal teams and external stakeholders adopt more environmentally responsible digital practices.

In addition to these awareness-raising initiatives, **Contentsquare has invested significantly in a product discovery program focused on creating new impact features**. This three-stage process first focused on customer interviews to identify their sustainability pain points, followed by a solutioning stage to identify the best Contentsquare solution options to address these issues, and finally a prototyping phase to test the chosen solutions in real-life conditions and adapt them where necessary.

From this work, a **new use case has been created to measure user engagement with environmental labels**. Initial results are promising, particularly for electronics and household appliances retailers. Research by the impact and professional services teams has revealed strong correlations between prominent environmental labels and conversion rates. For example, certain product categories from a major retailer's sustainable selection saw conversion rate increases of more than two points compared to similar products without such labels. New customer tests will be conducted in 2025, with the goal of officially marketing this use case by the end of the year.



Contentsquare has dedicated substantial resources to its Product Discovery process, focusing on the development of new impact features. This initiative engaged both external consultants and cross-functional teams throughout the second half of 2024. Our extensive analyses with customers have shown the significance of targeted eco-labels and pro-environment campaigns. These findings not only validate our intuition that people genuinely care about environmental sustainability but also empower our customers to defend and promote more durable products and services within their own markets. The process is continuing in 2025, with new customer testing in different sectors, with the goal of fully integrating these features into the Contentsquare product catalog.

Boris Schapira
Strategic Consultant, Contentsquare

Foster a trusted digital world by enhancing confidentiality, privacy, and protection of data across the Internet

	Operational objectives	2024 goal	2024 results
1.	Empower our teams Maintain a high level of awareness through focused trainings and embed data security and privacy at the heart of all our internal processes	90% of employees have received ISO compliance training	Achievement: 98% of employees trained
2.	Lead by Example Ensure alignment with key digital security and privacy standards across our global operations. Foster strong relationships with regulators to stay at the forefront of emerging security & privacy best practices	Internal data audit completed to support group level ISO 27701 certification in 2025	Achievement: Internal data audit completed
3.	Make an Impact Forge strong partnerships with our customers to uphold high standards of security and privacy for end users	90% of data subject requests (DSRs) submitted to the Privacy Team responded to within a 30 day period	Achievement: 99% of DSRs responded to within 30 days

Achievements & learnings

Objective 1

In 2024, Contentsquare reinforced its commitment to **data security, privacy, and trust** by strengthening internal knowledge and awareness across the organization. Through its annual **company-wide employee training**, they ensured that these principles remained integral to its internal processes. By the end of reporting period, **98% of employees** had completed ISO compliance training, successfully meeting the established milestone. This reinforces Contentsquare’s commitment to upholding the highest standards of data protection.



Objective 2

To ensure consistent **data privacy standards** across the organization, Contentsquare conducted a **comprehensive internal audit** in 2024. This process prepared the company for the external audit required to obtain **group-level ISO 27001, 27701, 27017 and 27018 certifications in 2025**, while also extending Contentsquare’s **privacy expectations and best practices to newly acquired subsidiaries** Hotjar and Heap. The internal audit covered all personal data processing activities across the group, both as a controller and processor, including products, relevant systems and vendors, and found **no major non-conformities**. By bringing newly acquired subsidiaries into alignment with the company’s rigorous data privacy and security standards, Contentsquare reinforced a consistent, high-level approach to data protection—ensuring a strong foundation for certification and maintaining the highest standards for its clients’ data.

Objective 3:

Contentsquare continued to enhance its customer support to provide high-quality data privacy services. The biggest focus over the past year was the **integration of new subsidiaries** into the company's Data Subject Rights (DSRs) management tool and streamlining the process for handling privacy-related requests – ensuring that best practices are leveraged across the group. By the end of 2024, the company had **successfully addressed 99% of DSRs submitted through the DSRs portal within the 30-day timeframe**, surpassing its **90% target**. The majority of these requests originated from the United States, France, Germany, and the UK, highlighting the growing importance of regional engagement on privacy topics.

Through these initiatives, Contentsquare continues to strengthen its position as a trusted digital partner, ensuring that data protection, privacy, and trust – beyond mere compliance – remain core pillars of its operations.



Digital trust is the foundation of how Contentsquare continues to deliver value. As a Mission Committee member, I am impressed by how Contentsquare is operationalizing its commitment to building digital trust. With key and measurable achievements, such as hitting training milestones, completing its ISO audit preparation and surpassing customer data subject request response rates, Contentsquare ensures both internal excellence and the ability to support clients in meeting their own digital trust obligations. This not only fosters deeper partnerships and greater end-user confidence but also unlocks the full potential of data – allowing Contentsquare to continue developing cutting-edge solutions that deliver meaningful outcomes for its customers while creating a more resilient and trusted digital ecosystem.

Marissa Levinson
Associate General Counsel, Privacy, Instacart

Looking ahead: 2025 milestones

	Accessibility	Climate	Digital Trust
Empower our teams	80% of employees receive foundational trainings 10 developers and designers complete certified digital accessibility training, dempnstrating proficiency in accessible coding and/or inclusive design principles	80% of employees receive foundational trainings 80% of EMEA CSMs working on target verticals receive this pitch for environmental use case	90% of employees receive ISO compliance trainings
Lead by Example	Achieve 80% of WCAG 2.2 AA criteria met for CS website At least 30 design system components reviewed for conformance with WCAG crieteria	Achieve 100% of annual SBTi Scopes 1 & 2 carbon reduction target Achieve 100% of annual SBTi Scope 3 carbon reduction target	Obtain ISO 27701 certification at group level Enable data protection protocols for reviewing LLMs
Make an Impact	Secure commitment from at least 10 universities to integrate the Contentsquare Foundation's digital accessibility course into their curriculum - Potentially benefiting 20,000 students Complete Proof of Concept (PoC) on accessibility solutions	100% of enterprise customers receive their carbon KPIs At least 50 customers pitched on the new environmental use case	Launch production-grade detection for one high-risk PII type in session replay data

Building on the momentum from 2024, Contentsquare’s impact strategy is structured for **continuous growth**, with each initiative serving as a stepping stone toward lasting impact. While the company is still progressing toward its operational goals, every lesson learned and milestone achieved over the past year informs the path forward for 2025. As such, the 2025 goals focus on expanding and deepening efforts across the three layers of impact: **empowering teams, leading by example, and making an impact**.

In 2025, Contentsquare aims to expand its internal **accessibility** efforts by increasing the proportion of employees receiving foundational training while also introducing more advanced programs for developers and designers. Under the “Lead by Example” pillar, the company will work to improve website accessibility in line with industry-leading standards and begin applying the same rigor to its digital platform. To “Make an Impact” beyond internal operations, Contentsquare will leverage the accessibility learning modules launched in 2024 by focusing on widespread adoption among schools and businesses in the broader ecosystem.

Contentsquare also intends to explore new ways of supporting customers in their accessibility journeys, whether by harnessing its analytics capabilities or forming strategic partnerships.

On the **environmental** front, Contentsquare’s first priority is to continue strengthening internal expertise. More employees will receive the introductory climate training, while those most directly involved—such as sales teams working on promoting environmental use cases – will gain specialized skills. As part of the commitment to “Lead by Example,” Contentsquare will continue meeting its ambitious Science-Based Targets initiative (SBTi) trajectory annually, keeping it on track for Net-Zero goals.

Under “Make an Impact,” Contentsquare plans to build on the carbon KPI methodology introduced in 2024 by implementing a carbon calculator for all customers. Another focus area is helping clients distributing eco-labeled products better understand how users interact with these labels—an insight uncovered in 2024 that the company aims to bring to market this year. Finally, in terms of digital trust, Contentsquare will aim to near completion of its group-level ISO 27701 certification, which remains a priority within the “Lead by Example” pillar.

The company also plans to incorporate robust **digital trust** best practices as it integrates artificial intelligence into its platform and operations. The advancement of AI governance will naturally extend benefits to customers and partners, reinforcing trust in the broader digital ecosystem.



As a board member on the Mission Committee, I’m impressed by the depth of expertise each member brings in sustainability, accessibility, and privacy. This collective knowledge highlights how integrating these principles into our product offerings can unlock new business opportunities and strengthen customer loyalty. By deriving impact-driven insights from our existing solutions, we’re positioning Contentsquare for both ethical leadership and sustained, competitive growth.

Eduardo Sanchez

Contentsquare Board Member; Former CEO, RichRelevance

Conclusion

We conclude this second report recognizing the progress made, the lessons learned, and the strong foundation established for future success. Our first full year of working toward our operational objectives has demonstrated the impact of structured commitments and collaboration across Accessibility & Inclusion, Environment, and Digital Trust.

While not all milestones were met, key achievements—including expanded accessibility training, strengthened digital sustainability initiatives, and enhanced privacy measures—mark significant strides forward. These efforts reflect the dedication of Contentsquare’s teams, as well as the company’s commitment to integrating purpose-driven objectives into its operations.

As we look to the future, the foundations laid in 2024 position us well to accelerate our progress toward the company’s mission-driven and sustainability goals. The Mission Committee will continue to serve as a constructive partner in this journey—monitoring outcomes, providing guidance, and championing long-term impact. We thank all those who have actively engaged with and supported this work. Your collaboration is instrumental as we translate purpose into action and move forward with clarity, ambition, and shared responsibility.



KPMG S.A.
Tour Eqho
2 avenue Gambetta
CS 60055
92066 Paris la Défense Cedex



Content Square S.A.S.

Rapport du commissaire aux comptes, désigné organisme tiers indépendant, sur l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux

**Période allant du 1
er février 2024 au 31 janvier 2025
Content Square S.A.S.
7 rue de Madrid
75008 Paris France**



KPMG S.A.
Tour Eqho
2 avenue Gambetta
CS 60055
92066 Paris la Défense Cedex

Content Square S.A.S.

7 rue de Madrid
75008 Paris France

Rapport du commissaire aux comptes, désigné organisme tiers indépendant, sur l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux

Période allant du 1^{er} février 2024 au 31 janvier 2025

A l'Assemblée générale,

En notre qualité de commissaire aux comptes de votre société (ci-après « entité »), désigné comme organisme tiers indépendant (« tierce partie »), accrédité par le COFRAC (Accréditation Cofrac Validation/Vérification, n°3-1884 rév2, portée disponible sur le site www.cofrac.fr), nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur les informations historiques liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux que votre entité s'est fixés sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission telles que présentées dans le rapport du comité de mission et relatives à la période allant du 1^{er} février 2024 au 31 janvier 2025, joint au rapport de gestion en application des dispositions de l'article L. 210-10 du code de commerce.

Conclusion

Les objectifs sociaux et environnementaux ont été déclinés en objectifs opérationnels associés à des trajectoires 2024.

Nos travaux nous ont permis de vérifier l'atteinte des objectifs pour l'exercice 2024.

L'indicateur « Améliorer les compétences de nos équipes grâce à des formations ciblées et leur permettre de créer une entreprise accessible et inclusive », Content Square n'a pas respecté la trajectoire fixée (62% personnes sensibilisées par rapport à un objectif de 70%) bien que des moyens aient été mis en œuvre au cours de l'exercice pour atteindre l'objectif.

L'indicateur « Sensibiliser notre écosystème pour faire de l'accessibilité et de l'inclusion numériques une priorité pour les décideurs politiques, les établissements d'enseignement et le secteur privé », Content Square n'a pas respecté la trajectoire fixée (11 152 par rapport à un objectif de 20 000) bien que des moyens aient été mis en œuvre au cours de l'exercice pour atteindre l'objectif.

L'indicateur « Travailler avec nos clients pour enrichir notre proposition de valeur en permettant des capacités de mesure et de réduction du carbone », Content Square n'a que partiellement respecté la trajectoire fixée (12 client sensibilisés représentant 1,2% des revenus par rapport à un objectif de 100 clients représentant au moins 1% des revenus) bien que des moyens aient été mis en œuvre au cours de l'exercice pour atteindre l'objectif.



En raison des faits décrits ci-dessus, nous n'avons pas été en mesure de collecter les éléments suffisants et appropriés pour émettre une conclusion sur le respect par l'entité des objectifs sociaux et environnementaux « Promouvoir un monde numérique accessible et inclusif pour tous » et « Participer à la réduction des impacts environnementaux des activités numériques » retenus en application du 2° de l'article L. 210-10 du code de commerce et inscrits dans ses statuts, qu'elle s'est donné pour mission de poursuivre, en cohérence avec sa raison d'être et son activité.

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux », et des éléments que nous avons collectés, nous n'avons par ailleurs pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause, pour l'objectif « Contribuer à la construction d'un monde numérique de confiance en améliorant la confidentialité, le respect de la vie privée et la protection des données sur internet » sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission et à la fin de la période couverte par notre vérification :

- le fait que l'entité ait atteint les objectifs opérationnels qu'elle a définis présentés en annexe du présent rapport et sous-tendant les objectifs sociaux et environnementaux précités,
- le fait que l'entité ait mobilisé les moyens adéquats et cohérents au regard de ses ressources et du plan d'action défini par la direction, et que
- par conséquent, la société Content Square respecte l'objectif social qu'elle s'est donné pour mission de poursuivre, en cohérence avec sa raison d'être et son activité au regard de ces enjeux sociaux et environnementaux.

Commentaires

Sans remettre en cause la conclusion exprimée ci-dessus, nous formulons les commentaires suivants:

La démarche mise en œuvre témoigne d'une volonté de structuration et d'amélioration. A ce titre:

- La redéfinition de certains objectifs semble nécessaire afin de mieux adresser les enjeux systémiques de la mission;
- Des améliorations pourraient être apportées notamment par le renforcement des contrôles internes portés sur les indicateurs suivis dans le cadre de la mission.

Préparation des informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux

L'absence de cadre de référence généralement accepté et communément utilisé ou de pratiques établies sur lesquels s'appuyer pour évaluer et mesurer les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux permet d'utiliser des techniques de mesure différentes, mais acceptables, pouvant affecter la comparabilité entre les entités et dans le temps.

Par conséquent, les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux doivent être lues et comprises en se référant aux procédures de l'entité, (ci-après le « Référentiel ») dont les éléments significatifs sont présentés dans le (rapport du comité de mission (ou disponible sur le site internet ou sur demande au siège de l'entité).

Limites inhérentes à la préparation des informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux

Comme indiqué dans le rapport du comité de mission, les informations peuvent être sujettes à une incertitude inhérente à l'état des connaissances scientifiques ou économiques et à la qualité des données externes utilisées. Certaines informations présentées sont sensibles aux choix méthodologiques, hypothèses et/ou estimations retenues pour leur établissement.

Responsabilité de l'entité

Il appartient à la direction :

- de constituer un comité de mission chargé d'établir annuellement un rapport en application des dispositions de l'article L. 210-10 du code de commerce;
- de sélectionner ou d'établir des critères et procédures appropriés pour élaborer le Référentiel de l'entité;
- de concevoir, mettre en œuvre et maintenir un contrôle interne sur les informations pertinentes pour la préparation du rapport du comité de mission ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'elle estime nécessaire à l'établissement des informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux et comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs;
- d'établir les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux conformément au Référentiel et mises à disposition du comité de mission.

Il appartient au comité de mission d'établir son rapport en s'appuyant sur les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux transmises par l'entité et en procédant à toute vérification qu'il juge opportune.

Ce rapport est joint au rapport de gestion du Conseil d'administration.

Responsabilité du commissaire aux comptes désigné organisme tiers indépendant

En application des dispositions de l'article R. 210-21 du code de commerce, il nous appartient, sur la base de nos travaux, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur le respect par l'entité des objectifs sociaux et environnementaux qu'elle s'est fixés sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission.

Comme il nous appartient de formuler une conclusion indépendante sur les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux, nous ne sommes pas autorisés à être impliqués dans la préparation desdites informations, car cela pourrait compromettre notre indépendance.

Dispositions réglementaires et doctrine professionnelle applicable

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions de l'article R. 210-21 du code de commerce, à la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention, notamment l'avis technique de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes, Intervention du commissaire aux comptes – Intervention de l'OTI – Sociétés à mission¹ complété de nos procédures propres, figurant en annexe du présent rapport, tenant lieu de programme de vérification et à la norme internationale ISAE 3000 (révisée)².

Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 821-28 du code de commerce et le code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes. 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 textes légaux et réglementaires applicables, des règles déontologiques et de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention.

Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de deux personnes et se sont déroulés entre février 2025 et juillet 2025 sur une durée totale d'intervention d'environ deux 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 notamment mené une dizaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation des informations historiques liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux.

Nature et étendue des travaux

Nous avons planifié et effectué nos travaux en prenant en compte le risque d'anomalies significatives sur les informations relatives à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux que l'entité se donne pour mission de poursuivre sur l e périmètre concerné par la qualité de société à mission.

Nous estimons que les procédures que nous avons menées en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée.

1 Avis Technique - Intervention du commissaire aux comptes - Intervention de l'OTI - Version de Juin 2024

2 ISAE 3000 (révisée) - Mission d'assurance autres que les audits et examens limités de l'information financière historique



Nous avons pris connaissance des activités de l'entité sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission, de la formulation de sa raison d'être ainsi que ses enjeux sociaux et environnementaux.

Nos travaux ont porté sur:

- d'une part, la cohérence d'ensemble de la raison d'être et des objectifs sociaux et environnementaux retenus en application du 2° de l'article L. 210-10 du code de commerce et inscrits dans ses statuts;
- d'autre part, l'exécution de ces objectifs.

Concernant la cohérence d'ensemble de la raison d'être et des objectifs sociaux et environnementaux de l'entité, nous l'avons appréciée au regard, d'une part, de son activité et, d'autre part, des objectifs opérationnels qu'elle a retenus:

- Cohérence de la raison d'être et des objectifs sociaux et environnementaux retenus au regard de l'activité de l'entité
- Nous avons conduit des entretiens destinés à apprécier l'engagement de la direction et des membres de la gouvernance au regard des attentes des principales parties prenantes internes ou externes concernées par l'activité de l'entité.
- Nous avons apprécié les processus mis en place pour structurer et formaliser cette démarche en nous appuyant sur :

- les informations disponibles dans l'entité (par exemple, comptes rendus ou support des réunions avec des parties prenantes internes ou externes);
 - la feuille de route de société à mission et le dernier rapport du comité de mission;
 - le cas échéant, ses publications (par exemple, rapport de gestion sur le site internet);
- Nous avons apprécié si les objectifs sociaux et environnementaux sont cohérents avec la raison d'être, s'ils constituent des leviers pour l'accomplir ou des engagements sur la façon de l'accomplir;
- Nous avons apprécié si la raison d'être et les objectifs sociaux et environnementaux retenus
- sont explicites et permettent à un lecteur qui ne connaît pas l'entreprise d'identifier son activité;
 - permettent de comprendre la contribution de l'entreprise à la Société et si l'entreprise est en capacité de maîtriser et d'agir sur ses enjeux sociaux et environnementaux;
 - sont spécifiques à l'entreprise, au regard de ceux des autres sociétés à mission du même secteur;

- sont alignés avec le modèle d’affaire de l’entité ; nous avons vérifié notamment que le chiffre d’affaires de l’entité n’est pas déconnecté de sa raison d’être et des objectifs sociaux et environnementaux retenus et que l’évolution du chiffre d’affaires n’est pas potentiellement sans rapport, voire partiellement contradictoire, avec sa raison d’être et les objectifs sociaux et environnementaux retenus;
- sont exprimés avec des termes précis en lien avec l’activité de l’entreprise et non uniquement avec des termes génériques tels que durable, responsable, soutenable.
- Cohérence et articulation de la raison d’être et des objectifs sociaux et environnementaux au regard des objectifs opérationnels retenus

Nous avons apprécié si:

- les objectifs opérationnels contribuent au respect de l’objectif social ou environnemental et/ou de l’engagement correspondant et s’ils sont indispensables pour les respecter;
- l’atteinte des objectifs opérationnels apporte une preuve convaincante du respect de l’objectif social ou environnemental et/ou de l’engagement correspondant;
- les objectifs opérationnels sont vérifiables et si les mesures retenues sont cohérentes avec eux.

Nous avons ainsi apprécié, compte tenu de l’activité de l’entité, la cohérence entre:

- les informations collectées;
- la raison d’être; et

- les objectifs sociaux et environnementaux formulés dans les statuts.

Concernant l’exécution des objectifs sociaux et environnementaux, nous avons vérifié l’existence éventuelle d’objectifs opérationnels et d’indicateurs clés de suivi et de mesures de leur atteinte par l’entité à la fin de la période couverte par la vérification, nous avons apprécié si l’entité a mobilisé les moyens adéquats et cohérents au regard de ses ressources et du plan d’action défini et si les objectifs opérationnels sont en ligne avec les valeurs attendues des trajectoires définies par l’entité sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission tel que décrit dans le rapport de comité de mission et atteints.

Pour ce faire, nous avons réalisé les diligences suivantes:

- Prise de connaissance:
 - nous avons pris connaissance des documents établis par l’entité pour rendre compte de l’exercice de sa mission, notamment les dispositions précisant les objectifs opérationnels et les modalités de suivi qui y sont associées, ainsi que le rapport du comité de mission;
 - nous avons échangé avec le comité de mission sur son appréciation de l’exécution des objectifs sociaux et environnementaux et, le cas échéant, avec les parties prenantes pour les objectifs qui les concernent. Par ailleurs, nous avons revu l’analyse présentée dans le rapport du comité de mission, les résultats atteints à échéance des objectifs opérationnels en regard de leurs trajectoires définies, afin d’apprécier le respect des objectifs sociaux et environnementaux. Nous avons également pris connaissance de la manière dont le comité de mission a rendu compte de ces résultats ;

- Analyse des moyens et ressources mobilisés :
 - par entretien avec notamment l'organe de direction de l'entité, nous avons apprécié les moyens financiers et non financiers mis en œuvre pour le respect des objectifs sociaux et environnementaux ;
 - nous avons apprécié, au regard de l'évolution des affaires sur la période, l'adéquation des moyens et ressources mis en œuvre et de ceux visant spécifiquement à l'atteinte des objectifs opérationnels par rapport à leurs trajectoires;
- Sincérité des indicateurs de performance :
 - nous avons vérifié la présence dans le rapport du comité de mission d'indicateurs de performance cohérents avec les objectifs opérationnels, définis le cas échéant, permettant de rendre compte de l'atteinte des objectifs opérationnels et de l'avancement sur les trajectoires définies ;
 - nous avons apprécié la sincérité de l'ensemble de ces indicateurs, et notamment nous avons :
 - apprécié le caractère approprié du Référentiel de l'entité au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible ;
 - vérifié que les indicateurs couvrent l'ensemble du périmètre concerné par la qualité de société à mission;
 - pris connaissance des procédures de contrôle interne mises en place par l'entité et apprécié le processus de collecte visant à la sincérité de ces indicateurs;
 - mis en œuvre des contrôles et des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions;
 - apprécié la cohérence d'ensemble du rapport du comité de mission au regard de notre connaissance de l'entité et du périmètre concerné par la qualité de société à mission.
- Non-respect d'un ou de plusieurs objectifs sociaux et environnementaux

Dans le cas où un ou des objectifs sociaux et environnementaux ne sont pas respectés, nous avons pris connaissance des raisons le justifiant, présentées dans le rapport du comité de mission. Au regard du contexte de l'entité, nous avons apprécié si ces raisons sont liées à des circonstances exceptionnelles, extérieures à l'entité, ne pouvant pas être anticipées au moment où les objectifs opérationnels ont été définis.

Les procédures mises en œuvre dans le cadre d'une assurance modérée sont moins étendues que celles requises pour une assurance raisonnable effectuée selon la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

Paris la Défense, le 3 juillet 2025
KPMG S.A.



Eric Lefebvre
Associé Audit



Fanny
Houlliot

Signature
numérique de
Fanny Houlliot
Date : 2025.07.03
16:09:33 +02'00'

Fanny Houlliot
Expert ESG

Content Square S.A.S.

Rapport du commissaire aux comptes, désigné organisme tiers indépendant, sur l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux
Période allant du 1er février 2024 au 31 janvier 2025

Manuel des procédures – Centre d’Excellence ESG
Partie III - Procédure SAM - Version simplifiée
Janvier 2025 – Version 3

Ce document est une version simplifiée du Manuel des procédures du Centre d’Excellence ESG de KPMG (Partie III). L’objet de cette procédure SAM est de décrire l’approche méthodologique retenue dans le cadre des missions de vérification des Sociétés à Mission (SAM).

Le programme de vérification applicable à ces missions de vérification SAM est composé de l’avis technique émis par la Compagnie Nationale des Commissaires aux Comptes relatif à cette intervention (« Avis Technique – Société à Mission : Intervention du Commissaire aux comptes – Intervention de l’OTI 3»), complété des procédures propres de KPMG (Manuel des procédures, Parties I, II et III) et en particulier la procédure SAM (Partie III)⁴ dont le présent document est une synthèse.

Cette version simplifiée est disponible, pour toute partie prenante, sur simple demande (par courrier postal ou par mail) au siège de KPMG AVISORY auprès du Centre d’Excellence ESG.

1 Critères de compétences spécifiques de l’équipe de vérification et de l’organisme

Les auditeurs intervenant sur les missions de vérification SAM doivent remplir les critères de compétences suivants:

- Connaissance de la réglementation relative à la SAM et sa vérification⁵
- Connaissance des méthodes de vérification KPMG pour les données extra-financières et la SAM, et en particulier : revue de la cohérence du modèle de mission, revue de l’adéquation des moyens alloués, revue de l’exécution des objectifs, appréciation des circonstances extérieures, utilisation de l’arbre de décision concernant la formulation des conclusions sur le respect des objectifs statutaires, analyse des procédures de reporting, analyse des risques liés au reporting extrafinancier, mise en place d’un plan d’échantillonnage, etc.
- Compétences analytiques : revues de cohérence des données, revues analytiques, etc.
- Connaissance du domaine RSE : cadres de références nationaux et internationaux généralistes (ex. CSRD, ISO 26000, Objectifs de Développement Durable, etc.) et spécifiques (ex. Accords de Paris, SBTi, CSDDD, etc.)

3 AT CNCC SAM Version 21 juin 2024 disponible au lien suivant : [Avis Technique - Intervention du commissaire aux comptes - Intervention de l’OTI - Sociétés à mission - Juin 2024 | Documentation | CNCC](#)

4 Le manuel des procédures est composé des documents suivants :

- Partie I : Procédure générale version 14 de septembre 2024
- Partie II : Procédure DPEF version 13 de septembre 2024
- Partie III : Procédure SAM version 4 de septembre 2024

5 Loi Pacte du 22 mai 2029 ; Décret n°2020-01 du 2 janvier 2021 relatif aux sociétés à mission ; code de commerce relatif aux obligations afférentes à la vérification SAM ; norme ISO 17029

Les auditeurs intervenant sur les missions de vérification SAM doivent avoir suivi au préalable un processus de qualification, comprenant une formation à la vérification des informations extrafinancières et aux exigences spécifiques de vérification relatives à la SAM, une période de travail sous le tutorat d'un vérificateur expérimenté, et une période d'observation à l'issue de laquelle est évaluée leur aptitude à mener des missions de vérification en autonomie. Cette qualification est renouvelée de manière périodique à travers un processus de surveillance, qui impose un contrôle au moins tous les quatre ans de l'aptitude de l'auditeur. Le processus est allégé pour les personnes qualifiées à réaliser des missions d'audit DPEF en autonomie.

2 Activités de recueil de preuve dans le cadre de la vérification

On rappelle que le processus de vérification suit les étapes suivantes:

- 1 Pré-engagement
- 2 Engagement
- 3 Planification
- 4 Exécution de la vérification
- 5 Revue
- 6 Délivrance de l'avis de vérification

Les activités de recueil de preuves sont réalisées principalement aux étapes suivantes, et selon les modalités décrites ci-dessous.

Revue des données au niveau des sites

Les travaux réalisés au niveau des sites comprennent des entretiens avec les contributeurs des indicateurs clés, la revue des données sur base documentaire, éventuellement une visite du site, et la synthèse orale de nos observations. Un programme de travail peut être transmis au site en amont de notre intervention, afin de préciser notamment le périmètre des travaux de vérification.

Nos travaux de vérification consistent à revoir:

- l'organisation du reporting, les rôles et responsabilités et les outils utilisés,
- la correcte application des définitions de l'entité,
- le dispositif de contrôle interne sur les données,
- la justification des variations des données par rapport à l'exercice précédent,
- la vérification arithmétique des calculs des indicateurs,
- la pertinence et la fiabilité des éventuelles méthodes alternatives d'estimation,
- la revue de pièces justificatives par échantillonnage.

Content Square S.A.S.

Rapport du commissaire aux comptes, désigné organisme tiers indépendant, sur l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux

Période allant du 1er février 2024 au 31 janvier 2025

La stratégie d'échantillonnage est définie notamment en fonction du niveau de risque évalué au niveau du Groupe et du site, et du niveau d'assurance visé (modéré ou raisonnable). En cas d'erreur détectée sur l'échantillon vérifié, des tests peuvent être réalisés sur un second échantillon. Au cours de ces entretiens, nous pouvons être amenés à demander des copies de certains documents.

A l'issue de notre intervention, nous communiquons au client un résumé de nos constats, par exemple sous forme de compte-rendu. Les anomalies, limitations ou incertitudes relevées à la suite des interventions sont suivies afin d'évaluer leur impact sur la fiabilité des données publiées.

Revue des informations qualitatives

La cohérence des assertions qualitatives considérées comme significatives par l'équipe de vérification est revue sur la base de collecte de pièces justificatives ou d'entretiens avec les responsables en charge de ces informations.

Content Square S.A.S.

Rapport du commissaire aux comptes, désigné organisme tiers indépendant, sur l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux

Période allant du 1er février 2024 au 31 janvier 2025



3 Décision et avis motivé

Le rapport de l'OTI comprend un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance quant au respect ou non des objectifs sociaux et environnementaux que l'entité s'est fixés.

Les avis OTI sont rédigés sur la base des modèles établis par la CNCC dans l'avis technique SAM, et sont revus à chaque mise à jour de cet avis technique. Ils incluent les informations clés requises par la norme ISO 17029 (notamment celles figurant au point 9.7 « Délivrance de l'avis de validation/vérification »), et autres informations standards. L'avis de l'OTI peut comporter une conclusion favorable (respect de l'ensemble des objectifs sociaux et environnementaux), une conclusion défavorable (non-respect d'un ou plusieurs objectifs sociaux et environnementaux) ou une impossibilité de conclure. Si les résultats de la vérification donnent lieu à une conclusion autre que favorable ou si l'organisme ne délivre pas de rapport OTI, le Groupe en est informé le plus tôt possible.

Le dossier est soumis aux associé(s) signataire(s) pour revue avant signature de l'avis OTI. Lors de la revue, le(s) associé(s) signataire(s) s'assure(nt) notamment que la conclusion est pertinente au regard des objectifs d'audit poursuivis et qu'elle justifie l'opinion émise par KPMG.

L'OTI pourra être amené à procéder à des travaux et investigations complémentaires en cas de faits découverts après la délivrance de l'avis, si ces faits étaient susceptibles de remettre en cause la validité de nos conclusions.