

4 RESPONSABILITE SOCIALE DE L'ENTREPRISE

En tant qu'acteur majeur des médias en France, NRJ GROUP est conscient de l'influence qu'il exerce sur ses parties prenantes et sur la société dans son ensemble. Cette influence lui confère une responsabilité particulière, d'une part à travers les émissions de radio et de télévision qui sont un miroir mais aussi un vecteur des évolutions sociales, d'autre part à travers la gestion exemplaire de ses activités et la transparence sur ses impacts environnementaux et sociaux.

Pour la première fois cette année, un chapitre de ce rapport est consacré à la Responsabilité Sociale et Environnementale (RSE). Il répond certes à une obligation réglementaire puisque le décret d'application de l'article 225 de la loi Grenelle II, publié en avril 2012, impose aux sociétés cotées la publication et la vérification de leurs données extra-financières mais, au-delà de cette contrainte, il tenait à cœur au Groupe de mettre à profit cet exercice pour initier une démarche de progrès, en termes de reporting mais aussi de mise en place de bonnes pratiques.

L'activité du Groupe étant avant tout immatérielle et culturelle, l'impact sociétal est le fil conducteur de son engagement et apparaît donc au premier plan du rapport. En effet, à travers ses médias, le Groupe peut exprimer et diffuser ses valeurs auprès d'un large public. La prise en compte de la diversité culturelle est une donnée très importante pour le Groupe tant au niveau des contenus audiovisuels que des publics auxquels il s'adresse. Cela se traduit notamment par un engagement transversal et reconnu en faveur de la parité et d'une meilleure représentation de la femme dans les médias.

Par ailleurs, les collaborateurs du Groupe le font jour après jour avancer et motivent la mise en place d'une politique sociale responsable. L'ambition du Groupe est de placer l'éthique au cœur de la gestion des ressources humaines afin de fidéliser ses talents et de leur permettre de s'épanouir dans un environnement professionnel motivant et enrichissant, à l'écoute des individus. Ici encore, le Groupe souhaite notamment promouvoir avec force l'égalité entre les hommes et les femmes, à tous les niveaux de l'entreprise.

Enfin, si l'activité du Groupe a par nature un impact environnemental limité, il n'en reste pas moins essentiel de progresser dans la mesure et la maîtrise de cet enjeu. NRJ GROUP veut améliorer son fonctionnement quotidien afin de mieux préserver la planète, qu'il s'agisse des consommations d'eau et d'énergie ou encore de la gestion des déchets. Le Groupe est par ailleurs attentif à l'activité de diffusion de sa filiale towerCast SAS et s'attache au plus grand respect de la réglementation sur les ondes magnétiques, l'intégration des antennes dans le territoire ou encore le dialogue avec les riverains.

Ce chapitre sur la RSE est donc un premier pas qui a le mérite de souligner à la fois les efforts et les marges de progrès du Groupe.

4.1 LE GROUPE ET SES PARTIES PRENANTES

NRJ GROUP fonde le développement de ses activités sur un ensemble de valeurs et de principes éthiques auxquels les dirigeants et les salariés se réfèrent et doivent se conformer en toutes circonstances. NRJ GROUP est également, du fait de son statut de société dont les titres sont admis aux négociations sur un marché réglementé, soucieux du respect des règles de bonne gouvernance des sociétés cotées.

La responsabilité du Groupe se traduit également dans toutes ses formes d'interactions avec la société : le public, en premier lieu, qui est directement touché par les programmes et les messages diffusés sur les antennes de radio et les chaînes de télévision, mais aussi les instances de régulation qui exercent une influence majeure sur les contenus en fixant un certain nombre de règles déontologiques. Afin d'entretenir un dialogue constructif sur les grands enjeux sociétaux, NRJ GROUP développe autant que possible des relations de confiance, transparentes et équilibrées, avec l'ensemble de ses interlocuteurs. Ses actions volontaires auprès du secteur associatif et de son public en région témoignent concrètement de cet engagement.

4.1.1 GOUVERNANCE D'ENTREPRISE ET REFERENTIELS INTERNES

Le rapport du Président sur le gouvernement d'entreprise reproduit en article 5.4 du présent document de référence présente de façon globale la gouvernance d'entreprise du Groupe. Certains points repris ci-dessous méritent d'être soulignés car ils reflètent l'importance qu'accorde le Groupe au respect de valeurs et principes fondamentaux.

Conseil d'administration

Depuis son changement de mode de gouvernance (adoption de la forme de gouvernance à Conseil d'administration en 2008) le Groupe respecte la parité au sein de son Conseil d'administration puisque celui-ci comporte trois hommes et trois femmes. Le principe de représentation équilibrée des hommes et des femmes est donc parfaitement respecté et va même au-delà des obligations légales.

Par ailleurs, le Conseil d'administration est, conformément au code AFEP/MEDEF, composé d'un tiers de membres indépendants dont les critères d'indépendance sont revus annuellement en Conseil et le règlement intérieur du Conseil comporte des règles de gestion des conflits d'intérêts allant jusqu'à la démission de l'administrateur concerné dans certains cas.

Enfin, le Groupe s'est naturellement doté d'un Comité des nominations et des rémunérations et d'un Comité d'audit.

Référentiels internes

La charte éthique est le cadre de référence du Groupe qui formalise les valeurs et principes éthiques fondamentaux auxquels les dirigeants et salariés doivent se référer et se conformer en toutes circonstances. En vigueur au sein du Groupe en France depuis 2007, la charte éthique a fait l'objet de révisions dont la dernière date du 17 décembre 2012.

Le respect de la personne, la rigueur, la performance économique, la recherche de l'excellence, la confiance, l'équité, l'honnêteté, la transparence et l'intégrité sont les valeurs essentielles du Groupe dans lesquelles se recon-

naît chaque individu au sein du Groupe. Ces valeurs se traduisent dans des principes d'action professionnelle et de comportement individuel. Dans le cadre de cette charte, les administrateurs indépendants exercent le rôle de Déontologue chargé de traiter de toute question de conflit d'intérêt potentiel d'un collaborateur du Groupe.

Par ailleurs, une note sur la prévention des manquements et délits d'initiés rappelle aux collaborateurs du Groupe leurs devoirs légaux et réglementaires en matière d'achat et de vente d'actions NRJ GROUPE et rappelle les obligations légales qui s'imposent aux collaborateurs du Groupe en possession d'une information privilégiée.

4.1.2 PARTIES PRENANTES EXTERNES

Le tableau ci-dessous présente les principales parties prenantes* du Groupe et résume leur rôle, les enjeux et les modalités d'échanges avec chacune d'entre elles.

Parties prenantes	Rôle/ Enjeux	Supports du dialogue
Instances de régulation (CSA, ARPP, ANFR, ARCEP)	Les instances de régulation définissent le cadre réglementaire dans lequel s'inscrit l'activité du Groupe. Les conventions ou autres documents signés avec ces instances orientent fortement son activité	Signature de conventions, de chartes ; procédures d'information convenues à un rythme périodique ou ponctuellement à la demande du CSA
Public	Les auditeurs et les téléspectateurs représentent le public du Groupe. Ils sont directement impactés par les choix de programmation et les messages diffusés à l'antenne	Prises de parole à l'antenne ; réponses individualisées aux emails ; sites internet des chaînes ; rencontres sur le terrain ; tournées
Annonceurs	La publicité constitue l'essentiel du chiffre d'affaires du Groupe. Le choix des annonceurs et des publicités diffusées influence les comportements du public	Echanges ; rencontres
Fournisseurs et prestataires	L'activité du Groupe requiert un grand nombre d'achats, y compris des prestations de services liées aux émissions (ex : animation)	Charte éthique et directive achat
Secteur associatif	Ancré en région et présent à l'échelle nationale et internationale, le Groupe s'engage auprès du secteur associatif afin de partager ses valeurs et de soutenir certaines causes sociétales	Actions ponctuelles, interventions dans les programmes audiovisuels

* les parties prenantes internes (collaborateurs, actionnaires...) sont évoquées dans d'autres parties du document de référence

4.1.3 RESPECT DES OBLIGATIONS ET DES RECOMMANDATIONS DU CSA

En tant qu'éditeur de contenus audiovisuels, le Groupe évolue dans un environnement réglementaire très structuré. Une convention est signée par chaque service de radio et de télévision avec le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA).

Le Groupe veille à respecter scrupuleusement l'ensemble des obligations générales et déontologiques figurant dans ses conventions radio et télévision, notamment :

- ◆ assurer le pluralisme de l'expression des courants de pensée et d'opinion,
- ◆ favoriser la représentation de la diversité,
- ◆ ne pas porter atteinte à la dignité de la personne humaine,
- ◆ assurer la protection de l'enfance et de l'adolescence,
- ◆ assurer l'accessibilité des programmes aux personnes sourdes et malentendantes,

- ◆ diffuser un quota significatif d'œuvres européennes et d'expression originale française.

En ce qui concerne les chaînes de télévision du Groupe : Un comité d'éthique et de visionnage contrôle les programmes acquis ou préenregistrés au regard des obligations du CSA et établit les recommandations de classification et de programmation appropriées. Il est composé du directeur de l'antenne, du directeur de l'information, du directeur des acquisitions, du responsable de l'antenne et de la programmation, ainsi que de trois personnes extérieures à la chaîne.

En ce qui concerne les antennes radios du Groupe, les contenus pré-enregistrés font l'objet d'une écoute préalable des directeurs d'antenne.

Le rapport annuel sur les conditions d'exécution des obligations et engagements de chaque service de télévision et radio est adressé au CSA à partir du mois de mars de chaque année. Les faits marquants et données présentés ci-dessous sont ainsi relatifs à l'année 2011.

4.1.3.1 DIVERSITE DES ORIGINES A L'ANTENNE

NRJ GROUP promeut avec force et constance le principe de diversité des origines et des cultures de la communauté nationale. Cette représentation s'exprime de multiples façons, au travers de thèmes d'émissions et de reportages, des présentateurs et animateurs, des acteurs de fictions, des participants et intervenants dans les magazines et les divertissements, ou encore au travers du public des émissions de plateau et radios. Des résultats significatifs ont été obtenus en 2011 :

- ◆ 31% de la programmation de la chaîne NRJ HITS représentait directement des « minorités visibles »,
- ◆ 32% des présentateurs de la chaîne NRJ 12 sont considérés comme issus de la diversité,
- ◆ Le magazine le plus regardé de NRJ 12, « Tellement Vrai », expose la diversité au sein de la majorité de ses programmes. La chaîne s'est engagée à sensibiliser tous ses collaborateurs à travers la diffusion d'une note thématique et d'une réunion plénière sur le sujet,
- ◆ Sur NRJ PARIS, 30% des émissions de « Paris C'est Fou » ont invité des intervenants représentant la diversité de la société française (origines, CSP).

4.1.3.2 ACCES DES PROGRAMMES AUX PERSONNES SOURDES ET MALENTENDANTES

Les chaînes du Groupe ont spontanément signé des avenants aux conventions conclues avec le CSA afin de relever leur niveau d'exigence en termes d'accessibilité de leurs programmes aux personnes sourdes et malentendantes :

- ◆ Le taux de programmes sous-titrés de la chaîne NRJ PARIS a atteint 16,5% du volume total soit un chiffre 3 fois supérieur à l'obligation conventionnelle,
- ◆ Pour NRJ 12, le volume diffusé avec la fonction sous-titrage a atteint 30% du volume total diffusé en 2011, soit un volume conforme à l'obligation conventionnelle (avenant du 25 février 2010),
- ◆ Pour aller plus loin, NRJ 12 a diffusé pour la première fois en décembre 2012 un film en audio-description. Ce procédé est destiné à rendre des œuvres audiovisuelles accessibles aux aveugles et aux malvoyants grâce à une voix off. Pour renforcer ce dispositif, CHERIE 25 s'est fixé pour sa part un objectif annuel de douze programmes audio-décrits à horizon 2015.

4.1.3.3 DIFFUSION D'ŒUVRES AUDIOVISUELLES / D'ŒUVRES MUSICALES D'EXPRESSION FRANÇAISE

En application de leur convention avec le CSA, les services de télévision du Groupe sont tenus de réserver, dans le total du temps annuellement consacré à la diffusion et rediffusion d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques, au moins 60% à la diffusion d'œuvres européennes et 40% à la diffusion d'œuvres d'expression originale française (EOF).

Principaux résultats en 2011 :

Chaînes de télévision	Volume horaire annuel	Dont œuvres européennes	Dont EOF
NRJ PARIS	3 751	93,0%	74,0%
NRJ 12	8 760	63,4%	53,6%
NRJ HITS	8 167	60,0%	42,5%

Les services radios du Groupe sont également tenus de respecter, conformément à l'article 3-2 de leur convention signée avec le CSA, les dispositions relatives à la diffusion de chansons d'expression françaises. Aucune antenne du Groupe n'a été sanctionnée par le CSA au titre de l'exercice 2012.

4.1.3.4 PROTECTION DE L'ENFANCE ET DE L'ADOLESCENCE

Les adolescents constituent une part importante du public des antennes du Groupe. Depuis quelques années, des dispositifs adéquats ont été mis en place permettant de garantir la protection de cette catégorie sensible. Ainsi, un studio de montage réalise les coupes nécessaires et prudentes dans les programmes jugés « litigieux » par le comité d'éthique et de visionnage.

En 2012, l'ensemble des chaînes du Groupe s'est conformé à ses obligations et aux recommandations du CSA en respectant la classification des programmes et en leur appliquant la signalétique correspondante selon les modalités définies.

La campagne du CSA d'information et de sensibilisation du public sur le dispositif de protection de l'enfance et de l'adolescence à la télévision a été largement portée par le Groupe avec 131 diffusions entre les mois de novembre et décembre 2011.

4.1.4 RELATIONS AVEC LES AUDITEURS ET LES TELESPECTATEURS

4.1.4.1 SENSIBILISATION A TRAVERS LES PROGRAMMES

Les chaînes et les radios du Groupe ne sont pas intrinsèquement destinées à l'information. Néanmoins, au sein de certaines émissions et reportages, le Groupe s'efforce de partager sa vision et de sensibiliser son public aux enjeux de société, notamment la parité et le handicap, et ce au-delà des obligations fixées par le CSA.

Parité homme/femme

NRJ GROUP s'engage profondément depuis plusieurs années en faveur d'une juste représentation des femmes dans les médias. Cela se traduit de manière transversale dans les ressources humaines mais aussi dans les programmes et les actions auprès du public :

- ◆ NRJ GROUP a défendu avec ferveur et obtenu un canal de TNT gratuit pour une chaîne principalement destinée au public féminin, CHERIE 25. Dès son lancement, la chaîne a souhaité donner la parole à des femmes d'exception, connues ou anonymes. Elle a mis en lumière, avec impertinence et humour, des sujets de société importants pour les femmes. Par ailleurs, il convient de noter que le comité éditorial et la Direction des programmes de CHERIE 25 sont représentés à 100% par des femmes ;
- ◆ Pour CHERIE 25, Chekeba HACHEMI, Présidente de l'association « Afghanistan libre » et militante de la cause féminine, s'est par exemple investie dans une série de documentaires incarnés, où elle part à la rencontre des femmes d'ailleurs (Tunisie, Canada, Inde).
- ◆ De manière délibérée, NRJ GROUP a participé en 2012 à une commission de l'image de la femme dans les médias. Issu de comptages réalisés pendant plusieurs mois, le rapport met en avant le nombre de femmes parmi les experts présentés sur chaque chaîne et radio du Groupe. Malgré des lignes éditoriales très hétérogènes, donnant une place plus ou moins forte à l'intervention d'experts, les résultats sont très positifs et fluctuent autour de 50% (40% pour RIRE & CHANSONS, 53% pour NOSTALGIE, 52% pour CHERIE FM). Les chaînes NRJ 12 et NRJ PARIS peuvent se féliciter quant à elles de donner la parole à des expertes dans 75% des interventions.

Par ailleurs, dans les contrats qui le lient aux producteurs d'émissions, NRJ GROUP peut exiger la parité lors de la validation des profils des intervenants sur les plateaux du Groupe.

Enfin, le Groupe met en place des partenariats dont l'objet est de promouvoir les femmes : l'antenne CHERIE FM a été partenaire du rallye des princesses et du rallye des gazelles et partenaire avec la chaîne NRJ PARIS du Trofemina, évènement visant à récompenser des femmes de talent innovatrices et porteuses d'une certaine réussite dans leur métier.

Handicap

L'émission « Tellement Vrai », magazine de société de la chaîne NRJ 12, présente des histoires et des destins proches des enjeux actuels de société. Ce programme met en avant toute forme de diversité et de discrimination liée au handicap: la trisomie, la paralysie, les maladies génétiques rares (Cutix Lata), la paraplégie, le handicap mental, l'autisme... En dressant le portrait de ces femmes et de ces hommes, la chaîne souhaite traiter le handicap dans une approche positive, favorisant sa compréhension et sa banalisation aux yeux du grand public.

4.1.4.2 PROMOTION DE L'ACTIVITE PHYSIQUE ET D'UNE ALIMENTATION SAINE

Conscient du rôle qu'il peut jouer pour prévenir des comportements nutritionnels déséquilibrés, le Groupe a signé en 2009, parmi d'autres producteurs audiovisuels et annonceurs, une charte « alimentaire » proposée par le CSA et visant à promouvoir une alimentation et une activité physique favorables à la santé dans les programmes et les publicités diffusées à la télévision. Selon les termes

de cette charte dont le CSA est chargé de la mise en œuvre, les chaînes de télévision s'engagent à :

- ◆ accorder des tarifs préférentiels à l'Institut National de Prévention et d'Education pour la Santé (INPES) pour la diffusion des campagnes collectives véhiculant ses messages sanitaires,
- ◆ diffuser et mettre à la disposition du jeune public des programmes sur l'alimentation et l'activité physique.

Sur les chaînes NRJ 12, NRJ HITS et NRJ PARIS, cet engagement s'est traduit en 2012 par la diffusion de programmes de sensibilisation à destination du grand public : « Et toi, tu manges quoi ? » ; « Trop la pêche » ; « Une famille au Top » et plusieurs épisodes thématiques de « Tellement Vrai », dont « Mon alimentation est un problème ». L'ensemble de ces émissions représente un total d'environ 125 heures de programme autour de la thématique de l'alimentation.

4.1.4.3 PROXIMITE AVEC LE TERRITOIRE ET LE PUBLIC EN REGION

Diffusées sur l'ensemble du territoire, les antennes et les chaînes du Groupe possèdent une forte visibilité et développent des initiatives afin de se rapprocher du public.

- Des programmations régionales :

Trois antennes radios du Groupe ont un décrochage local dans plus de 60 villes en France, ce qui permet d'adapter les contenus diffusés aux spécificités régionales.

Chaque jour, plusieurs heures de programmation diffèrent ainsi selon les régions et contribuent à la promotion de l'identité culturelle locale.

- Des actions sur le terrain :

Au cours de l'exercice 2012, différentes actions ont été déployées sur le territoire parmi lesquelles :

She Can DJ

L'antenne NRJ a mis en place à partir de juin 2012 un jeu concours gratuit et sans obligation d'achat dénommé « SHE CAN DJ », dont le but est de découvrir et faire découvrir les meilleures DJs féminines de France. La candidate gagnante s'est vue proposer un contrat chez Music France, major n°1 dans le monde sur la Dance Music mais s'est également vue proposer de devenir la « DJ résidente » d'une radio nationale où elle pourra ainsi diffuser l'un de ses mix. A travers cette action, l'antenne NRJ contribue positivement à l'insertion professionnelle de publics en difficulté tout en montrant sa proximité avec l'ensemble du territoire.

NRJ@School

Le projet NRJ@School a été initié il y a plusieurs années par l'antenne NRJ. Il visait initialement à détecter et former les animateurs de demain grâce à une formation en alternance délivrée par la NRJ School et l'INA et sanctionnée par un diplôme. Le principe a évolué et donne désormais l'opportunité à des élèves (collégiens et lycéens) de créer un groupe via la page Facebook officielle de NRJ et d'appeler un maximum d'amis à le rejoindre afin de gagner une rencontre avec un artiste de renom.

Chaque opération dure environ 20 jours et mobilise plus de 60 000 participants sur l'ensemble du territoire. Le Groupe et les artistes concernés peuvent ainsi se rapprocher de leur public, notamment dans des zones jugées sensibles.

NRJ Music Tour

Le NRJ Music Tour est une série de concerts gratuits organisés par l'antenne NRJ en région. Ces concerts en plein air regroupent des artistes de la chanson française et internationale et donnent l'opportunité au Groupe d'aller à la rencontre de ses auditeurs et de l'ensemble de son public en région.

4.1.5 RELATIONS AVEC LES ANNONCEURS

La durée du temps publicitaire des différentes antennes est régie par les conventions conclues avec le CSA et le contenu est géré par les annonceurs qui achètent de l'espace publicitaire au Groupe pour la diffusion de leurs campagnes.

Même si le Groupe n'est pas impliqué directement dans la réalisation du contenu publicitaire, le Groupe possède un système de validation interne afin de s'assurer que les messages respectent ses valeurs ainsi que le cadre réglementaire. Les publicités télévisuelles sont ensuite soumises à l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP) pour une validation définitive, ce qui amène le Groupe à entretenir des liens étroits avec cet organisme.

Le Groupe profite par ailleurs de sa visibilité médiatique pour véhiculer des valeurs sociales et citoyennes auprès de ses auditeurs et téléspectateurs. Cet engagement se traduit par des campagnes gracieuses en faveur d'associations reconnues d'utilité publique.

En 2012, cet espace publicitaire gratuit aura permis de donner de la visibilité aux actions et initiatives menées par des associations et fondations parmi lesquelles Action contre la faim, les Restos du Cœur, la Croix Rouge Française, Solidarité Sida, SOS Village d'Enfants, UNICEF France... Au total, ce sont près de 100 associations qui ont bénéficié du soutien du Groupe l'année dernière.

4.1.6 RELATIONS AVEC LES FOURNISSEURS

La relation du Groupe avec ses fournisseurs est régie par des documents cadres internes : la directive achats et la charte éthique du Groupe. Ces deux documents traduisent les valeurs et les principes éthiques auxquels les dirigeants et les salariés se conforment dans toutes leurs démarches d'achats et dans leurs relations avec les fournisseurs. Si le Groupe n'intègre pas explicitement d'exigences sociales ou environnementales dans le choix des fournisseurs, il reste toutefois attentif à valoriser leurs engagements pour un prix et une qualité similaires.

ATF Gaia

NRJ GROUP a choisi l'ATF Gaïa pour la revalorisation et le recyclage de ses équipements informatiques et électroniques. L'ATF Gaïa emploie 80% de travailleurs handicapés et est partenaire depuis 10 ans du Centre de Réa-

daptation Professionnelle et Fonctionnelle de Nanteau (77) qui mène avec les collectivités territoriales de Seine-et-Marne une démarche innovante pour améliorer l'accès à l'emploi des personnes handicapées (transports et logements adaptés). En s'associant avec l'ATF Gaïa, le Groupe contribue donc à l'insertion des travailleurs handicapés.

Bilan du partenariat :

CARACTERISTIQUES	2012	2011
Reprises	185 €	23 979 €
Enlèvements	1 pour 389 kg	21 pour 11 T
Prestations	13 446 €	0 €

Sous-traitance

Dans le cadre d'appel à des sociétés extérieures pour couvrir des besoins dans des domaines d'activités ciblés, le Groupe demande à chacun de ses prestataires, par le biais d'obligations fixées dans leur contrat, de respecter l'ensemble des dispositions légales et réglementaires en vigueur, notamment en matière sociale et environnementale.

NRJ GROUP veille par ailleurs aux engagements sociaux des producteurs et notamment au respect des obligations fixées dans les conventions conclues avec le CSA. Le producteur s'engage ainsi à veiller au respect de la personne humaine, à l'égalité entre les hommes et les femmes, à la protection de l'enfance et de l'adolescence et à interdire tout propos à caractère injurieux, ordurier, diffamatoire, violent, raciste, pornographique ou de nature à porter atteinte à la dignité humaine.

4.1.7 MECENAT

Depuis des années, NRJ GROUP s'implique dans des grands combats de société en soutenant le monde associatif. Cet engagement se traduit par ses différentes activités médiatiques mais aussi, par l'implication directe des collaborateurs dans des actions bénévoles.

4.1.7.1 ACTIVITE DE LA FONDATION

Le Groupe soutient la Fondation NRJ, créée en 1999 par Jean-Paul BAUDECROUX, via une contribution financière annuelle versée par la société NRJ MUSIC SARL et reposant sur un pourcentage des ventes de compilations NRJ MUSIC AWARDS. La Fondation NRJ a pour objet de faire avancer la recherche médicale en neurosciences. Elle remet chaque année un Grand prix scientifique de 100 000 € destiné à récompenser et encourager des travaux scientifiques menés par une personne physique ou un groupe de personnes, dans le cadre d'une institution publique ou privée. Au-delà de son Prix scientifique annuel, la Fondation NRJ attribue chaque année à de jeunes équipes françaises trois subventions de 40 000 euros chacune.

Depuis sa création il y a treize ans, la Fondation NRJ a attribué plus de 4 millions d'euros de subventions à plus de 80 chercheurs, professeurs, docteurs, directeurs de recherches et leurs équipes en neurosciences dans des domaines aussi variés que la mémoire, la sclérose en plaque, les pathologies de l'œil, la dépression chez les jeunes, l'épilepsie chez l'enfant ou les cellules souches neuronales.

En 2012, c'est Isabelle ARNULF, pour ses recherches sur les troubles comportementaux pendant le sommeil paradoxal, et Medhi TAFTI, professeur au centre intégratif génomique de l'Université de Lausanne, qui ont été récompensés. Le Prix scientifique 2013 sera attribué sur le thème « Génétique des maladies neuro-dégénératives » et les subventions le seront à de jeunes équipes françaises sur le thème « Traitement des AVC » (accidents vasculaires cérébraux).

4.1.7.2 ENGAGEMENT ASSOCIATIF

Au cours de l'année 2012, il a notamment été réalisé les actions suivantes :

Sidaction

En supplément des actions menées par ses chaînes de télévision, NRJ GROUP s'associe au Sidaction à travers une journée de mobilisation sur le temps de travail des collaborateurs de l'UES Boileau. Cette journée, initiée en 2011, s'est renouvelée le 30 mars 2012 et a permis à des salariés du Groupe de soutenir les bénévoles du Sidaction lors de leur mobilisation contre le sida.

Institut Curie

Dans le cadre d'Octobre Rose, opération nationale de sensibilisation à la lutte contre le cancer du sein, le Groupe s'est associé à l'opération « des femmes donnent aux femmes » de l'Institut Curie. Le Disque d'Or remis par NRJ est venu enrichir les nombreux dons mis aux enchères à la maison de ventes AUDAP & MIRABAUD et à Drouot. Les fonds collectés lors de cette vente caritative ont été reversés à l'Institut Curie, fondation reconnue d'utilité publique et premier centre français de recherche sur le cancer. Ils permettront de financer d'importants programmes de recherche sur la maladie.

Flamme Marie-Claire

En 2012, le Groupe a de nouveau été partenaire radio exclusif (notamment CHERIE FM) de l'opération « La Flamme Marie-Claire » qui s'est déroulée du 12 mai au 30 juin 2012. La vente de bougies La Flamme Marie-Claire participe au financement de programmes pour la scolarisation des petites filles dans le monde et pour le soutien scolaire en France. L'intégralité des bénéfices issus de la vente des bougies a été reversée aux associations Toutes à l'Ecole, La Chaîne de l'espoir et l'AFEV (Association de la Fondation Etudiante pour la Ville).

Pasteurdon

NRJ 12 et NRJ PARIS, dans un souci éthique et humaniste, se sont engagées aux côtés de l'Institut Pasteur en soutenant l'opération Pasteurdon. Par la diffusion de programmes courts expliquant des travaux de recherche de l'Institut Pasteur (autisme, maladie d'Alzheimer, cancers de l'estomac, maladies émergentes, génétique humaine, diarrhées chez les enfants des pays du sud etc...) NRJ 12 et NRJ PARIS contribuent à mieux faire connaître les recherches de l'Institut Pasteur et la lutte contre les maladies infectieuses.

4.2 LES COLLABORATEURS

Les collaborateurs sont la clé de voûte de la réussite du Groupe. C'est pourquoi la Direction des Ressources Humaines s'efforce de promouvoir leur épanouissement dans toutes les dimensions de leur vie professionnelle.

L'année 2012 a été marquée par la signature d'un accord de trois ans relatif à la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC) au sein de l'Unité Economique et Sociale (UES) Boileau qui renforce notamment le plan de formation et les actions en faveur des seniors. La parité reste par ailleurs le fer de lance de la politique RH du Groupe. Un accord sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes a été signé pour chacune des deux UES et une commission a été constituée afin de réaliser un suivi sur le sujet. Enfin, l'épargne salariale a été au cœur des négociations sur l'année 2012 avec la signature d'un nouvel accord de participation applicable aux deux UES, la mise en place d'un Plan d'épargne également applicable aux deux UES et la signature d'un accord d'intéressement au sein de l'UES Boileau. L'ensemble de ces accords est venu étoffer la responsabilité sociale du Groupe afin d'attirer toujours plus de talents et de fidéliser ceux qui contribuent jour après jour aux performances du Groupe.

Les informations ci-dessous concernent uniquement les activités du Groupe en France, sauf précision.

4.2.1 EFFECTIF ET EMPLOIS

4.2.1.1 EFFECTIF TOTAL PAR ZONE GEOGRAPHIQUE

Au 31 décembre 2012, le Groupe compte 1 784 collaborateurs.

EFFECTIF TOTAL	FRANCE	INTERNATIONAL (Allemagne, Autriche, Belgique, Suisse, Suède, Norvège, Finlande)
1 784	1 448*	336

* Cet effectif ne comprend pas les intermittents du spectacle

L'effectif du Groupe en France s'élève à 1 448 collaborateurs, répartis entre les UES Boileau et Régions, respectivement à hauteur de 800 et 648 collaborateurs.

L'UES Régions, via les sites de diffusion et les stations locales, participe de manière active à la création d'emplois sur l'ensemble du territoire.

4.2.1.2 REPARTITION DES SALAIRES PAR ACTIVITE ET CSP

ACTIVITES	2012	2011
Régies publicitaires	590	572
Antennes radio	398	399
Fonctions support administratives et financières	210	222
Diffusion	149	136
Antennes télévision	76	70
Internet	25	26
Total	1 448*	1 425

* Cet effectif ne comprend pas les intermittents du spectacle

L'effectif total du Groupe en France a augmenté de 1,6 % entre 2011 et 2012 malgré le contexte économique défavorable.

Les principales évolutions concernent :

- ◆ L'embauche de 242 collaborateurs en Contrat à Durée Indéterminée (CDI),
- ◆ L'embauche de 50 collaborateurs en Contrat à Durée Déterminée (CDD),
- ◆ Le licenciement de 39 personnes.

A l'instar de 2011, le Groupe profite toujours de sa forte notoriété et d'une image de marque attractive pour assurer un recrutement qualitatif et stable (majoritairement des cadres en CDI).

REPARTITION DE L'EFFECTIF PAR CSP	2012	2011
CADRE	809	780
EMPLOYE	378	402
TAM	261	243
Total	1448	1425

4.2.2 ORGANISATION DU TRAVAIL ET ABSENTEISME

4.2.2.1 HEURES SUPPLEMENTAIRES

Le nombre total d'heures supplémentaires payées en 2012 s'élève à 3 788.

4.2.2.2 ORGANISATION DU TEMPS DE TRAVAIL

Organisation générale

Depuis le 1^{er} janvier 2001, le Groupe applique deux accords sur l'aménagement et la réduction du temps de travail, dont l'un est propre à l'UES Boileau et l'autre à l'UES Régions. Ce dernier accord a été modifié par un avenant signé le 12 novembre 2007.

Le temps de travail des collaborateurs du Groupe est organisé de la manière suivante :

- ◆ **Le personnel qui n'est pas soumis à une convention de forfait en jours** travaille, en principe, 39 heures par semaine et bénéficie de 22 jours de RTT par an. Toutefois, des modalités spécifiques d'aménagement du temps de travail propres à certaines catégories de salariés ont été mises en place en raison des contraintes particulières liées à leur activité. A titre d'exemple, les journalistes travaillent 37 heures par semaine et bénéficient de 11 jours de RTT par an.
- ◆ **Le personnel soumis à une convention de forfait en jours** travaille 217 jours par an et bénéficie en moyenne de 11 jours de repos par an.
- ◆ **Le personnel cadre dirigeant** n'est pas soumis aux dispositions légales et conventionnelles en matière de durée du travail, conformément à la réglementation en vigueur. Il bénéficie forfaitairement de 5 jours de repos supplémentaires par an.

Durée de temps de travail

Le Groupe, soucieux de maintenir un équilibre entre vie professionnelle et vie familiale, accède dans sa grande majorité aux demandes formulées par les salariés qui souhaitent travailler à temps partiel. Au 31 décembre 2012, 114 collaborateurs étaient occupés à temps partiel, dont 85 femmes et 29 hommes.

4.2.2.3 ABSENTEISME ET MOTIFS

MOTIFS	2012	2011
Nombre de jours d'absence pour maladie	9 343	11 402
Nombre de jours d'absence pour maternité ou paternité	6 207	6 969
Nombre de jours d'absence pour congés exceptionnels	1 064	1 211
Nombre de jours d'absence non payés	1 586	665
Nombre de jours d'absence pour accident de travail ou de trajet	185	431
Nombre total de jours d'absence	18 385	20 678

4.2.3 REMUNERATIONS

4.2.3.1 REMUNERATIONS ET EVOLUTION DES REMUNERATIONS

La politique de rémunération du Groupe s'inscrit dans une démarche globale qui vise à concilier les paramètres suivants :

- ◆ l'évolution de la rémunération des collaborateurs présents et leur fidélisation,
- ◆ la captation de nouveaux talents,
- ◆ la volonté de privilégier la mobilité interne,
- ◆ la nécessaire maîtrise de la masse salariale.

Un Comité des Ressources Humaines composé du Directeur Délégué à la Direction Générale, du Directeur Délégué Finances et Activités Internationales et du Directeur des Ressources Humaines se réunit chaque semaine et veille, aux côtés des managers, à l'atteinte de ces objectifs.

Les augmentations de salaires et le versement de primes ou de bonus exceptionnels sont fondés sur la performance individuelle et la reconnaissance du mérite. Les rémunérations variables sont déterminées au vu des résultats collectifs et/ou individuels des collaborateurs. Les critères d'attribution sont qualitatifs et/ou quantitatifs et définis contractuellement.

4.2.3.2 CHARGES SOCIALES

CHARGES SOCIALES (en euros)	2012	2011
Cotisations salariales	12 536 701	12 357 842
Cotisations patronales	28 888 891	29 085 220
Total	41 425 592	41 443 062

4.2.3.3 INTERESSEMENT, PARTICIPATION ET PLAN D'EPARGNE SALARIALE

Une participation aux résultats du Groupe est versée depuis 1994 conformément à l'accord de participation en vigueur. Le montant de la réserve spéciale de participation est déterminé conformément à la formule légale.

Le montant de la réserve spéciale de participation s'est élevé en 2012 à 4 236 milliers d'euros.

Un plan d'épargne a été mis en place en décembre 2012, pour une durée indéterminée, au sein des sociétés composant les UES Boileau et Régions. Un accord d'intéressement a par ailleurs été signé en juin 2012 pour une durée de trois exercices pour les salariés de l'UES Boileau.

4.2.3.4 OPTIONS ACCORDEES AUX SALARIES

Trois plans d'options d'achat d'actions ont été mis en place par le Conseil d'administration conformément à l'autorisation qui lui a été conférée par l'Assemblée Générale du 27 juin 2008. Deux plans ont été mis en place par décision du Conseil d'administration du 15 septembre 2008 (plans n°1 et 2) et un plan par décision du Conseil d'administration du 14 septembre 2009 (plan n°3). Le plan n°1 est devenu caduc au cours de l'exercice 2009 à la suite du départ du Groupe du seul bénéficiaire.

Historique des attributions d'options d'achats d'actions

Informations sur les options d'achat d'actions		
	Plan n°2	Plan n°3
Date de l'Assemblée Générale	27 juin 2008	27 juin 2008
Date du Conseil d'administration	15 septembre 2008	14 septembre 2009
Nombre total d'actions attribuées initialement :		
(i) dont nombre d'actions pouvant être achetées par		
- des mandataires sociaux (Maryam SALEHI, administrateur)	906 000	200 000
- dix premiers attributaires salariés	400 000	
	506 000	200 000
(ii) dont nombre attribué		
- sans condition de performance	303 000	80 000
- avec conditions de performance	603 000	120 000
Point de départ d'exercice des options :		
- Options sans condition de performance	16/09/2012	
- Options avec conditions de performance	A l'expiration d'un délai de 20 jours de bourse après publication des résultats 2011, soit le 17 avril 2012	
Date d'expiration	2 ans à compter du point de départ d'exercice	2 ans à compter du point de départ d'exercice
Prix d'exercice initial	8,25 €	8,25 €
Prix d'exercice au 31 décembre 2012 ⁽ⁱ⁾	7,31 €	7,31 €
Modalités d'exercice		
- sans condition de performance	303 000 options exerçables à compter du point de départ d'exercice	80 000 options exerçables à compter du point de départ d'exercice
- avec conditions de performance	603 000 options exerçables en cas de réalisation de conditions liées au ROC 2009, 2010 et 2011 (ii)	120 000 options exerçables en cas de réalisation de conditions liées au ROC 2009, 2010 et 2011 (iii)
Nombre d'actions achetées	Néant	Néant
Nombre cumulé d'options d'achat actions annulées ou caduques ^(iv)	24 000	Néant
Options d'achat d'actions en circulation au début de l'exercice		
	882 000	200 000
Ajustement réalisé en application de l'article R 225-140 du Code de Commerce		
	113 437	25 721
Options d'achat d'actions restantes en fin d'exercice :		
	995 437	225 721
Dont :		
- sans condition de performance	341 974	90 289
- avec condition de performance	653 463	135 432
Valeur des actions retenue comme assiette de la contribution sociale de 1%		
	1,56 €	1,01 €

⁽ⁱ⁾ Prix d'exercice au 31 décembre 2012

Une distribution de dividendes par prélèvement sur la prime d'émission ayant été effectuée en mai 2012, le prix de levée des options d'achats d'actions au titre de chacun de deux plans en cours a été ramené de 7,71 € (prix de levée au 31 décembre 2011) à 7,31 €.

Il est rappelé que les deux précédentes distributions exceptionnelles effectuées en mai 2010 et en mai 2011 ont eu pour conséquence de ramener le prix de levée respectivement :

- de 8,25 € à 7,99 €,
- puis de 7,99 € à 7,71 €.

⁽ⁱⁱ⁾ Plan n°2 : conditions de performance

- 201 000 options exerçables si le Résultat Opérationnel Courant (ROC) 2009 est = ou > au ROC 2009 budgété,
- 201 000 options exerçables si le ROC 2010 est = ou > au ROC 2010 budgété,
- 201 000 options exerçables si le ROC 2011 est = ou > au ROC 2011 budgété.

Soit au total 603 000 options exerçables.

Les conditions de performance relatives au plan n°2 telles que rappelées ci-dessus ont toutes été atteintes.

⁽ⁱⁱⁱ⁾ Plan n°3 : conditions de performance

- 40 000 options exerçables si le Résultat Opérationnel Courant (ROC) 2009 est = ou > au ROC 2009 budgété,
- 40 000 options exerçables si le ROC 2010 est = ou > au ROC 2010 budgété,
- 40 000 options exerçables si le ROC 2011 est = ou > au ROC 2011 budgété.

Soit au total 120 000 options exerçables.

Les conditions de performance relatives au plan n°3 telles que rappelées ci-dessus ont toutes été atteintes.

^(iv) Des options sont caduques à la suite du départ d'un bénéficiaire du Groupe (options qui n'avaient pas fait l'objet d'un ajustement)

Informations sur les options d'achat d'actions

Options de souscription ou d'achat d'actions consenties aux dix premiers salariés non mandataires sociaux attributaires et options levées par ces derniers	Nombre total d'options attribuées / d'actions souscrites ou achetées	Prix moyen pondéré
Options consenties, durant l'exercice par NRJ GROUP et toute société comprise dans le périmètre d'attribution des options, aux dix salariés de NRJ GROUP et de toute société comprise dans ce périmètre, dont le nombre d'options ainsi consenties est le plus élevé (information globale)	0	-
Options détenues sur NRJ GROUP et les sociétés visées précédemment, levées, durant l'exercice, par les dix salariés de NRJ GROUP et de ces sociétés, dont le nombre d'options ainsi achetées ou souscrites est le plus élevé (information globale)	0	-

4.2.4 RELATIONS COLLECTIVES

4.2.4.1 RELATIONS PROFESSIONNELLES

La Direction des Ressources Humaines veille tout particulièrement à la qualité du dialogue social au sein du Groupe. Cette exigence s'est notamment manifestée par l'organisation de nombreuses réunions avec les institutions représentatives du personnel au sein de l'UES Boileau et de l'UES Régions au cours de l'année 2012.

En outre, l'année 2012 a été marquée par l'organisation d'élections professionnelles au sein de l'UES Régions.

Institutions représentatives du personnel au sein des UES Régions et Boileau (au 31/12/2012) :

RELATIONS PROFESSIONNELLES	
Nombre de délégués du personnel (titulaires)	17
Nombre de membres au sein des CE (titulaires)	13
Nombre de membres au sein des CHSCT	12
Nombre de délégués syndicaux	6

Aussi, et conformément à la réglementation en vigueur, les institutions représentatives du personnel concernées sont convoquées à chaque réunion du Conseil d'Administration et à l'ensemble des Assemblées Générales.

Enfin, le paysage syndical au sein du Groupe est diversifié : FO, la CFDT, la CGT, le SNJ-FO, le SNRT-CGT, la CFE-CGC et/ou le SNJ sont les organisations syndicales présentes au sein de l'UES Boileau et de l'UES Régions.

4.2.4.2 BILAN DES ACCORDS COLLECTIFS

L'année 2012 a notamment été marquée par les actions suivantes avec les partenaires sociaux :

- ◆ L'élaboration d'un plan d'action ayant pour objet la prévention de la pénibilité, signé le 31 janvier au sein de l'UES Régions et le 21 septembre au sein de l'UES Boileau.
- ◆ L'élaboration d'un plan d'action ayant pour objet le maintien dans l'emploi des seniors, signé le 31 janvier au sein de l'UES Boileau.
- ◆ La négociation et la conclusion d'un accord collectif d'entreprise ayant pour objet l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes signé le 30 janvier au sein de l'UES Boileau et le 31 janvier au sein de l'UES Régions.

- ◆ La négociation et la conclusion d'un accord collectif d'entreprise ayant pour objet la Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences signé le 4 juillet au sein de l'UES Boileau.
- ◆ La négociation et la conclusion d'un accord collectif d'entreprise ayant pour objet l'intéressement des salariés signé le 29 juin au sein de l'UES Boileau.
- ◆ La négociation et la conclusion d'un accord collectif d'entreprise ayant pour objet les droits d'auteur des journalistes signé le 20 septembre au sein de l'UES Boileau.
- ◆ La négociation et la conclusion d'un accord collectif d'entreprise relatif au périmètre de l'UES Boileau et à son extension à la société CHERIE HD signé le 23 octobre au sein de l'UES Boileau.
- ◆ La négociation et la conclusion d'un accord de participation consolidé au sein des sociétés du Groupe NRJ signé le 6 décembre au sein de l'UES Boileau et le 7 décembre au sein de l'UES Régions.
- ◆ La négociation et la conclusion d'un Plan d'épargne au sein des sociétés du Groupe signé le 7 décembre au sein des UES Boileau et Régions.

Par ailleurs, les autres accords collectifs d'entreprise et plans d'action en vigueur en 2012 au sein du Groupe sont les suivants :

Plan d'action

- ◆ Plan d'action ayant pour objet le maintien dans l'emploi des seniors au sein de l'UES Régions signé le 27 décembre 2011.

Protocole d'accord sur la réduction du temps de travail

- ◆ Protocole d'accord sur la réduction du temps de travail au sein de l'UES Boileau signé le 29 décembre 2000.
- ◆ Protocole d'accord sur la réduction du temps de travail au sein de l'UES NRJ Province (dénommée depuis l'UES Régions) signé le 29 décembre 2000 et son avenant en date du 12 novembre 2007

Participation

- ◆ Accord de participation des salariés aux résultats du Groupe signé le 27 mai 1993 et ses avenants.

Moyens syndicaux

- ◆ Accord d'entreprise sur les moyens syndicaux accordés aux organisations syndicales au sein des sociétés composant l'UES Régions signé le 14 novembre 2007 et son avenant en date du 10 décembre 2007.

Travail de nuit

- ◆ Accord relatif au travail de nuit signé le 9 juillet 2010 au sein de l'UES Régions et son avenant en date du 30 septembre 2010.

Droits d'auteur

- ◆ Accord relatif aux droits d'auteur des journalistes signé le 30 septembre 2010 au sein de l'UES Régions.

4.2.4.3 ŒUVRES SOCIALES

Le Groupe met en place différentes mesures sociales destinées à améliorer, dans la mesure du possible, le bien-être de ses collaborateurs. A ce titre, les salariés bénéficient d'un système de garantie des frais de santé qui assure un bon niveau de remboursement des frais médicaux. Il est à noter que le Groupe finance pour moitié la cotisation au titre du régime de base.

Par ailleurs et à titre d'exemple, le Groupe maintient la rémunération des femmes enceintes ayant au moins un an d'ancienneté pendant toute la durée de leur congé de maternité.

Enfin, dans le cadre du 1% logement, les collaborateurs du Groupe peuvent bénéficier de logements à loyer réduit. En outre, le Groupe propose à ses collaborateurs l'ensemble des mesures existantes au titre de ce dispositif.

4.2.6 FORMATION

NRJ GROUP est conscient que la formation de ses collaborateurs est un outil essentiel qui contribue notamment à sa performance et à sa pérennité. C'est la raison pour laquelle il accorde une place importante à l'acquisition, au maintien et au développement des connaissances, de savoir-faire et savoir-être. Des indicateurs de suivi, repris dans le tableau ci-dessous, ont été mis en place depuis plusieurs années :

FORMATION	2012	2011
Montant consacré à la formation (en euros)	1 444 870	1 373 655
% de la masse salariale consacré à la formation	2,34%	2,23%
Nombre de salariés formés*	711 soit 50% de l'effectif total	631 soit 44,3 % de l'effectif total
Nombre d'actions de formation	975	906
Nombre d'heures de formation	12 284	12 607
Nombre de collaborateurs ayant bénéficié d'un Droit Individuel à la Formation (DIF)	134	190

* Chaque salarié n'est compté qu'une seule fois même s'il a bénéficié de plusieurs actions de formation

Afin de mener sa politique de formation, la Direction des Ressources Humaines met en place, par le biais du site intranet, des outils informatiques permettant une meilleure gestion des besoins en formation (simplification, rapidité, traçabilité etc.). Cette politique s'articule principalement autour de formations à ses métiers, au management et au développement personnel.

L'année 2012 a par ailleurs été marquée par :

- ◆ le lancement au sein de l'UES Boileau de deux modules de formation basés sur la Process Com, un outil de communication permettant une meilleure compréhension des personnalités, et dispensés par Kahler Communication France. L'un est à destination des managers (« Développer votre Leadership avec la Process Com ») et compte deux sessions de deux jours chacune et l'autre est à destination des collabo-

4.2.5 SANTE ET SECURITE

Les conditions d'hygiène et de sécurité au sein du Groupe font l'objet d'un suivi régulier, notamment dans le cadre des réunions avec les Comités d'Hygiène de Sécurité et des Conditions de Travail (CHSCT).

A cet effet, dans la continuité des mesures communes visant à améliorer les conditions de travail et à renforcer leur mise en œuvre, un Plan sur la Prévention de la Pénibilité a été signé le 21 septembre 2012 pour chacune des sociétés de l'UES Boileau.

Ce plan, déployé par d'autres acteurs médias, vise à développer des actions à court, moyen et long terme pour prévenir la pénibilité des tâches ou des situations de travail, tant physiques que psychiques, et à la supprimer ou, à défaut, la réduire. En effet, certains facteurs de pénibilité (manutentions manuelles, postures pénibles, travail de nuit...) font peser sur les salariés un risque d'altération de leur santé au cours de leur carrière qui peut se traduire par une maladie, un accident ou une usure de l'organisme.

Suite à un diagnostic réalisé sur l'ensemble des sociétés de l'UES pour déterminer la proportion des salariés exposés à ces facteurs, des mesures ont été proposées en septembre 2012 et ce pour une durée de 3 ans. Les indicateurs définis donneront l'opportunité à la Commission spécialement créée sur le sujet de suivre l'application du plan d'action dès l'année prochaine.

rateurs (« Optimisez votre développement personnel avec la Process Com ») et se déroule sur 3 jours. Ce module donne des clés pour développer une communication adaptée, réagir de manière appropriée aux sollicitations de son entourage, construire dans le court terme aussi bien que dans le long terme des relations constructives et efficaces. Les retours de formation ont été très positifs.

- ◆ la formation sur la « gestion du stress » initiée en 2010 et poursuivie en 2012 rencontre toujours beaucoup de succès. Elle est ouverte à tous les collaborateurs sur la base du volontariat.
- ◆ En outre, les managers et les commerciaux des régions bénéficient de formations ayant pour objectif de développer leurs compétences commerciales et managériales et ce, afin d'accroître leur performance.

4.2.7 EGALITE DE TRAITEMENT

4.2.7.1 ACTIONS EN FAVEUR DE LA PARITE

Conscient que la diversité de ses effectifs est un atout majeur, le Groupe respecte naturellement le principe d'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes, notamment dans la composition de ses effectifs.

EFFECTIF TOTAL France	2012	%	2011	%
Hommes	820	57	812	57
Femmes	628	43	613	43
Total	1 448	100	1 425	100

Répartition des collaboratrices femmes suivant les activités du Groupe :

ACTIVITES	2012	%
Régies publicitaires	371	59%
Antennes radio	81	13%
Fonctions support administratives et financières	113	18%
Diffusion	18	3%
Antennes télévision	32	5%
Internet	13	2%
Total	628	100%

Des actions significatives ont été mises en place en 2012 afin renforcer la parité :

- ◆ Le Groupe a signé en janvier 2012 un accord sur l'égalité entre les femmes et les hommes au sein des deux UES. Cet accord vise à réduire les inégalités professionnelles et ce, dès l'embauche, mais également à tous les stades de la vie professionnelle. En signant cet accord, le Groupe souhaite faire évoluer durablement les mentalités sur le principe d'égalité professionnelle.
- ◆ Un rapport a été établi au titre de l'exercice 2011 sur la situation comparée des femmes et des hommes pour chacune des UES. Ces rapports permettaient d'analyser la situation et engageaient le Groupe sur trois domaines d'actions prioritaires :
 1. La rémunération effective
 2. La formation
 3. L'articulation entre l'activité et la responsabilité familiale.

De plus, le principe de la parité s'applique pleinement au sein des différentes activités et échelons du Groupe :

- ◆ L'équipe du pôle télévision se compose de 50% de femmes et de 50% d'hommes.
- ◆ L'instance de gouvernance du Groupe est composée de 6 administrateurs dont 3 femmes.

4.2.7.2 ACTIONS EN FAVEUR DU HANDICAP

Le Groupe respecte ses obligations légales, notamment par la conclusion de contrats de prestations entre chacune de ses filiales et un Etablissement ou Service d'Aide par le Travail (ESAT). Parmi ces ESAT, il est possible de citer l'ESAT Henri Castille, l'ESAT l'Interface Messidor, l'ESAT l'Atelier Léon Fontaine et l'EA Handicap Services.

Parmi les éléments marquants de l'année 2012 figurent :

- ◆ le partenariat renouvelé avec l'ATF Gaïa. Cela représente 0,71 unités bénéficiaires qui contribuent au respect du quota du Groupe ;
- ◆ le lancement, fin 2012, d'un diagnostic Handicap qui sera déployé en 2013. Cette action viendra compléter une formation sur le handicap mise en place pour les représentants du personnel volontaires dans le courant de l'année.

4.2.7.3 ACTIONS EN FAVEUR DES SENIORS

Répartition de l'effectif par catégorie d'âge et par activité :

Activités	< à 25 ans	25 à 29 ans	30 à 39 ans	40 à 49 ans	50 à 59 ans	60 ans et +	Total
Antennes radio	32	79	172	95	16	4	398
Diffusion	4	14	63	50	17	1	149
Internet		8	14	3	-	-	25
Régies publicitaires	36	130	243	147	30	4	590
Fonctions support	33	28	73	56	18	2	210
Antennes télévision	6	31	31	7	-	1	76
Total	111	290	596	358	81	12	1 448

Des négociations engagées en 2011 ont abouti à la mise en place d'un dispositif sénior et à la signature d'un plan d'action commun au sein des deux UES.

Entré en vigueur fin décembre 2011 pour l'UES Régions et fin janvier 2012 pour l'UES Boileau, ce plan d'action vise à maintenir un taux, spécifique à chaque UES, de salariés âgés de 55 ans et plus et à mettre en place des dispositions favorables pour maintenir dans l'emploi les salariés âgés. Les objectifs sont de trois types :

- ◆ anticiper l'évolution des carrières professionnelles,
- ◆ développer des compétences, des qualifications et l'accès à la formation,
- ◆ aménager les fins de carrière et la transition entre activité et retraite.

Une évaluation de l'application de ce plan d'actions dans les deux UES a été réalisée fin novembre 2012. Il en ressort les résultats suivants :

PLAN D'ACTION SENIOR	UES Boileau		UES Régions	
	Indicateurs	Objectifs	Indicateurs	Objectifs
Maintenir un taux de salariés âgés de 55 ans et plus similaire au taux de l'année précédente pour chaque UES	3,11%	2,98%	1,38%	0,65%
Pour les salariés de 45 ans et plus : réaliser un entretien d'écoute annuel avec leur manager au cours de l'entretien annuel d'évaluation	43%	80%	80%	80%
Pour les salariés de 45 ans et plus : envoyer un courriel spécifique les informant du contenu de l'accord signé et des dispositifs de formation existants	86%	95%	97%	80%
Pour les salariés à moins de 2 ans de la retraite : mettre à disposition une formation relative à la préparation à la retraite	100%	80%	0%	80%

4.3 L'ENVIRONNEMENT

Malgré ses faibles impacts, l'activité média du Groupe lui confère une responsabilité environnementale afin de réduire ses consommations de ressources d'une part (eau, énergie, papier, consommables etc...) et ses pollutions directes et indirectes d'autre part (émissions de gaz à effet de serre liées aux déplacements des salariés, déchets, etc.). Dès lors, le Groupe s'efforce de promouvoir une attitude responsable en interne, en encourageant notamment les économies d'énergie et la réduction des gaspillages.

L'activité de transport et de diffusion de signaux radio, assurée par la société towerCast SAS, est par ailleurs soumise au strict respect des réglementations afin d'assurer sa meilleure intégration environnementale et sociale.

Malgré tout, le Groupe est conscient que ses actions sont aujourd'hui limitées et qu'un travail de mesure et de consolidation des données environnementales s'avère nécessaire dès 2013 pour progresser dans la connaissance et la maîtrise de cet enjeu.

4.3.1 CONSOMMATIONS D'ENERGIE

Les consommations d'énergie sont suivies par les services généraux du Groupe.

Le tableau ci-dessous récapitule les consommations des sites parisiens (Rue Boileau et Avenue Théophile Gautier), des régies en régions et des sites de towerCast SAS. Lorsque la donnée est disponible, les consommations de ces mêmes sites sur l'année 2011 ont été spécifiées. Enfin, une estimation des émissions de CO2 associées à ces consommations a été réalisée.

Consommation d'électricité (kWh)*	2012	%	2011	%
UES BOILEAU	5 179 598	26,6	5 205 644	-
• Rue Boileau	3 287 388	63	3 422 156	66
• Avenue Théophile Gautier	1 892 210	37	1 783 488	34
REGIE NETWORKS	1 567 678	8,1	NC	-
TOWERCAST	12 639 931	65	NC	-
NRJ RESEAU	67 468	0,3	NC	-
Total	19 454 675	100	5 205 644	100
Equivalent CO2 (en tonnes)	1 750	100		

* consommations annuelles sur 12 mois glissants du 1^{er} juillet 2011 au 30 juin 2012

Les consommations électriques des sites parisiens restent très proches d'une année sur l'autre. Les services généraux souhaitent les réduire grâce à l'installation en 2013 d'ampoules basse consommation et de détecteurs automatiques de présence dans les sanitaires et les voies de passage.

4.3.2 ONDES ELECTROMAGNETIQUES

4.3.2.1 DISPOSITIFS REGLEMENTAIRES LIES AUX CHAMPS ELECTROMAGNETIQUES

Cf. § 3.3.1 – Mesures de champs électromagnétiques (partie Facteurs de risques et assurances).

4.3.2.2 PROTECTION DES SITES ET DES SALARIES

Cf. § 3.3.2 - Autres mesures de protection des sites et des salariés (partie Facteurs de risques et assurances).

4.3.3 AUTRES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX

Compte-tenu de l'activité du Groupe, les consommations d'eau, de papier et les volumes de déchets ne sont pas des indicateurs suivis par le Groupe en 2012. L'impact du Groupe dans ces domaines est non significatif.

Le Groupe n'a pas non plus en 2012 mis en place d'outils de mesure concernant les émissions de gaz à effet de

serre (GES) liées à la flotte de véhicules et aux déplacements des salariés.

Certaines autres actions ont néanmoins été initiées ou consolidées l'année dernière :

- ♦ le partenariat avec l'ATF Gaïa pour une reprise des déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE), soit 59 reprises en 2012 ;
- ♦ le suivi du parc de véhicules pour l'ensemble du Groupe et la volonté affichée de s'orienter vers des véhicules moins émetteurs de CO2 ;
- ♦ la relance du tri sélectif avec le prestataire Elise ;
- ♦ la mise en place de mousseurs et de bacs sur les chasses d'eau pour réduire les consommations d'eau.

Ces différentes actions et dispositifs devraient être élargis en 2013.

Enfin, il est précisé que l'activité du Groupe présente essentiellement dans des villes ne nécessite pas la mise en œuvre d'un plan d'adaptation aux conséquences du changement climatique