

# 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 à la fois un miroir et un vecteur des évolutions sociales, d'autre part à travers la gestion de ses activités et la transparence sur ses impacts environnementaux et sociaux.

Pour la seconde année, une partie de ce document de référence est consacrée à la Responsabilité Sociale et Environnementale (RSE). Il répond à une obligation réglementaire découlant du décret d'application de l'article 225 de la loi Grenelle II, publié en avril 2012, qui impose aux sociétés cotées la publication et la vérification de leurs données extra-financières mais, au-delà de cette contrainte, le Groupe initie par ce biais une démarche de progrès, en termes de reporting et de mise en place de bonnes pratiques. Pour la première fois cette année, la présence et la sincérité des données de ce rapport ont été vérifiées par un organisme tiers indépendant.

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 est une donnée 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. Le lancement de la chaîne Chérie 25, qui a connu son premier exercice en 2013, en atteste.

Par ailleurs, 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. 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 souhaite améliorer son fonctionnement quotidien afin de mieux préserver la planète, qu'il s'agisse des consommations d'eau ou 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 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 présente les actions déjà mises en œuvre et a également pour ambition de souligner 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 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 externes\* du Groupe et résume leur rôle, les enjeux et les modalités d'échanges avec chacune d'entre elles.

Parties prenantes	Rôle/ Enjeu	Supports du dialogue
<b>Instances de régulation</b> (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
<b>Public</b>	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 ; opérations spécifiques pour rencontrer des acteurs et des animateurs ; médias sociaux (NRJ est le premier groupe radio sur les medias sociaux) ; tchat en visio sur internet avec les acteurs et les animateurs ; présence sur les plateaux d'enregistrement des émissions
<b>Annonces</b>	La publicité constitue l'essentiel du chiffre d'affaires du Groupe : Les annonceurs investissent sur les médias du Groupe pour communiquer auprès de leur(s) cible(s) privilégiée(s). Ils souhaitent influencer les comportements d'achats du public.	Echanges ; rencontres ; RDV commerciaux ; relations contractuelles conformes aux Conditions Générales de Vente
<b>Fournisseurs et prestataires</b>	L'activité du Groupe requiert un grand nombre d'achats, y compris des prestations de services liées aux émissions (ex : production TV)	Charte éthique et directive achat ; enquêtes de sourcing en amont ; consultations et appels d'offre
<b>Secteur associatif</b>	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 ; mise à disposition d'espaces publicitaires

\* 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, malentendantes et malvoyantes,
- ◆ diffuser un quota significatif d'œuvres européennes et d'expression originale française,
- ◆ accorder une visibilité particulière aux associations et aux femmes expertes.

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 obliga-

tions 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 préenregistrés 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 2012.

#### 4.1.3.1 ACCES DES PROGRAMMES AUX PERSONNES SOURDES ET MALENTENDANTES

Les chaînes du Groupe ont spontanément signé des avenants aux conventions conclues avec le CSA<sup>(1)</sup> 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 11% du volume total,
- ◆ Pour NRJ 12, le volume diffusé avec la fonction sous-titrage a atteint 40% du volume total diffusé en 2012, soit un volume conforme à l'obligation conventionnelle (avenant du 25 février 2010),
- ◆ Pour aller plus loin, NRJ 12 diffuse des films en audio-description (1 diffusion en 2013 et 2 diffusions en 2013). 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.

<sup>(1)</sup> Les résultats publiés ici sont tirés du dernier rapport émis par le CSA en novembre 2013 et portent donc sur l'année 2012. Le prochain bilan n'étant planifié que fin mars, les chiffres 2013 n'étaient pas disponibles au moment de la publication de ce rapport. L'intégralité du rapport est disponible en ligne : <http://www.csa.fr/content/download/41865/471551/file/Rapport%20sur%20NRJ%2012.pdf>

#### 4.1.3.2 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 2012 :

Chaînes de télévision	Volume horaire annuel	Dont œuvres européennes	Dont EOF
NRJ PARIS	2 888	90,0%	90,0%
NRJ 12	5 014	62,0%	56,0%
NRJ HITS	8 218	62,0%	42,0%

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 française. Aucune antenne du Groupe n'a été sanctionnée par le CSA au titre de l'exercice 2012.

#### 4.1.3.3 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 2013, 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 avait été largement portée par le Groupe. Ainsi les messages de sensibilisation et de vigilance (Exemple : « Sortez couvert ») sont régulièrement diffusés par les animateurs (Cauet, Manu, G.Pley).

#### 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**. Son lancement a eu lieu en décembre 2012 et la chaîne bénéficie désormais d'une année d'exercice. Sa ligne éditoriale donne la priorité aux femmes (25-49 ans) et revendique un positionnement sur l'information positive. 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 de **CHERIE 25** est représenté à 50% par des femmes ;
- ◆ De manière délibérée, NRJ GROUP a mis en place un groupe de travail « Droit des femmes » et participe depuis 2011 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%. **CHERIE FM** reste la plus féminine des radios avec 50% d'expertes interviewées en 2012 (contre 49% en 2011). **NOSTALGIE** dépasse le tiers de présence d'expertes et affiche une tendance très positive sur le premier trimestre 2013. Enfin, NRJ améliore nettement son taux d'expertes interviewées et passe la barre des 40%.

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. Les contrats de préachats de programmes intègrent désormais une clause dans ce sens.

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 **CHERIE 25** 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. Le 21 novembre 2013, une nouvelle version de la charte a été signée comprenant 6 nouveaux engagements et ainsi que les nouveaux modes de diffusion de la télévision en incluant les sites internet et la télévision de rattrapage. 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 2013 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 ». Un spot commun sur l'obésité lors de la journée mondiale contre l'obésité a également été diffusé sur NRJ 12 et Chérie 25.

L'ensemble de ces émissions représente un total d'environ 72 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 2013 différentes actions ont été déployées sur le territoire parmi lesquelles les NRJ Music Tour. Il s'agit d'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.



#### 4.1.4.4 SATISFACTION DES AUDITEURS

Des enquêtes téléphoniques sont réalisées auprès d'un échantillon représentatif de la population française et dont les résultats sont publiés quatre fois dans l'année. Les audiences sont mesurées à travers des études menées par Médiamétrie. Selon la dernière mesure d'audience réalisée sur la période novembre-décembre 2013, NRJ reste la première radio de France la plus écoutée en Audience Cumulée avec 12,3% d'AC (Source Médiamétrie).

#### 4.1.5 RELATIONS AVEC LES ANNONCEURS

Les annonceurs achètent de l'espace publicitaire au Groupe pour la diffusion de leurs campagnes. Le Groupe commercialise ses espaces publicitaires grâce à ses régies publicitaires.

Les relations entre les régies du Groupe, leurs annonceurs et les agences publicitaires sont encadrées par les règles de transparence de la Loi Sapin.

Les règles de diffusion (durée du temps publicitaire, contenu...) sont régies par les conventions conclues avec le CSA.

Même s'il n'est pas impliqué directement dans la réalisation du contenu publicitaire, le Groupe procède à une validation interne afin de s'assurer que les messages respectent ses valeurs ainsi que le cadre réglementaire. Pour les publicités télévisuelles, celles-ci sont également 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 caritatives, grandes causes ou d'utilité publique.

En 2013, 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 Ligue Nationale contre le Cancer, 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.

#### 4.1.6 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.

##### 4.1.6.1 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 € 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 2013, M. Massimo ZEVIANI (Istituto Neurologico Carlo Besta, Milan) a été récompensé pour ses recherches sur la génétique des maladies dégénératives. Le thème retenu pour 2014 est les « Troubles du développement du système nerveux central (à l'exclusion des malformations fœtales) ».

##### 4.1.6.2 ENGAGEMENT ASSOCIATIF

Au cours de l'année 2013, 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 des collaborateurs de l'UES Boileau sur leur temps de travail. Cette journée, initiée en 2011, renouvelée le 30 mars 2012 et le 5 avril 2013 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 2013, le Groupe a de nouveau été partenaire (notamment CHERIE FM et CHERIE 25 avec Véronique Mounier, parraine de l'événement) de l'opération « La Flamme Marie-Claire » qui s'est déroulée du 4 mai au 30 juin 2013. 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'École, La Chaîne de l'espoir et l'AFEV (Association de la Fondation Etudiante pour la Ville).

## Pasteurdon

En 2013, NRJ 12 et CHERIE 25, 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 CHERIE 25 contribuent à mieux faire connaître les recherches de l'Institut Pasteur et la lutte contre les maladies infectieuses.

## Unissons nos voix

Les médias du groupe NRJ s'associent au lancement du projet « Unissons nos voix », campagne de communication inédite afin de lutter contre les violences sexuelles faites aux femmes. A l'occasion de la journée mondiale contre les violences faites en femmes, le clip musical réalisé par les artistes d'« Unissons nos voix » a été diffusé toute la semaine (du lundi 25 au vendredi 29 novembre 2013) sur les 3 chaînes principales du groupe (NRJ 12, CHERIE 25 et NRJ Paris), ainsi que sur CHERIE FM.

## 4.1.7 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.

## 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.

## 4.1.8 TRANSPARENCE ET ETHIQUE DES AFFAIRES

### 4.1.8.1 LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

L'article 2.3 de la Charte Ethique de NRJ Group (2.3 : Protection des actifs) stipule que « NRJ Group prohibe toute forme de corruption active ou passive ».

## 4.1.8.2 DROITS DE L'HOMME

A travers sa charte éthique, NRJ Group s'engage à respecter les lois en vigueur et les principes éthiques les plus stricts dans tous ses pays d'implantation. A travers ses médias, il soutient différents mouvements associatifs promouvant les droits de l'Homme au sens large (voir 4.1.6.2).

## 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.

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

### 4.2.1 EMPLOIS

#### 4.2.1.1 EFFECTIF TOTAL PAR ZONE GEOGRAPHIQUE

Au 31 décembre 2013, le Groupe compte 1 784 collaborateurs.

EFFECTIF TOTAL	FRANCE	INTERNATIONAL (Allemagne, Autriche, Belgique, Suisse, Suède, Norvège, Finlande)
1 784	1 454*	336

\* Cet effectif ne comprend pas les intermittents du spectacle ni les effectifs temporaires des activités de spectacle

L'effectif du Groupe en France s'élève à 1 454 collaborateurs, répartis entre les UES Boileau (comptabilisant les effectifs TowerCast) et Régions, respectivement à hauteur de 812 et 642 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 EFFECTIF DU GROUPE EN FRANCE PAR TRANCHE D'AGE

TRANCHE D'AGE	EFFECTIF FRANCE
< 25 ans	85
25 < 35 ans	595
35 < 45 ans	515
45 < 55 ans	217
> 55 ans	42
<b>Total</b>	<b>1 454</b>

\* Cet effectif ne comprend pas les intermittents du spectacle ni les effectifs temporaires des activités de spectacle

#### 4.2.1.3 EMBAUCHES ET LICENCIEMENTS

TYPE DE CONTRAT	NOMBRE TOTAL D'EMBAUCHES*
CDD	43
CDI	201
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>244</b>

\* Cet effectif ne comprend pas les intermittents du spectacle ni les effectifs temporaires des activités de spectacle

<b>NOMBRE TOTAL DE LICENCIEMENTS*</b>	<b>25</b>
---------------------------------------	-----------

\* Cet effectif ne comprend pas les intermittents du spectacle ni les effectifs temporaires des activités de spectacle

#### 4.2.1.4 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.

#### 4.2.1.5 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 et le plan N°3 est devenu caduc au cours de l'exercice 2013 à la suite du départ du Groupe du seul bénéficiaire. Seul le plan N°2 reste donc en cours.

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

<b>Informations sur les options d'achat d'actions</b>	
<b>Plan n°2</b>	
Date de l'Assemblée Générale	27 juin 2008
Date du Conseil d'administration	15 septembre 2008
Nombre total d'actions attribuées initialement (avant ajustement) <sup>(1)</sup> :	906 000
(i) dont nombre d'actions pouvant être achetées par	
- des mandataires sociaux	400 000
(Maryam SALEHI, administrateur)	506 000
- dix premiers attributaires salariés	
(ii) dont nombre attribué	303 000
- sans condition de performance	603 000
- avec conditions de performance	
Point de départ d'exercice des options :	16/09/2012
- Options sans condition de performance	A l'expiration d'un délai de 20 jours de bourse post publication des
- Options avec conditions de performance	résultats 2011, soit le 17 avril 2012
Date d'expiration	2 ans à compter du point de départ d'exercice
Prix d'exercice initial <sup>(2)</sup>	8,25 €
Prix d'exercice actuel <sup>(3)</sup>	7,31 €
Modalités d'exercice	
- sans condition de performance	Les options sont exerçables à compter du point de départ d'exercice (cf. ci-dessus)
- avec conditions de performance	Les options sont exerçables en cas de réalisation de conditions liées au ROC 2009, 2010 et 2011 <sup>(4)</sup>
Nombre d'actions achetées <sup>(5)</sup>	493 181
Nombre cumulé d'options d'achat actions annulées ou caduques <sup>(6)</sup>	360 326
Options d'achat d'actions restantes	165 930
Dont :	
- sans condition de performance	137 852
- avec condition de performance	27 087

<sup>(1)</sup> le nombre d'options d'achat d'actions a fait l'objet d'ajustement en application de l'article R 225-140 du Code de commerce à la suite des distributions de sommes prélevées sur la prime d'émission effectuées en mai 2010, 2011 et 2012.

<sup>(2)</sup> **Prix d'exercice initial**

Le prix d'exercice initial a été fixé sans décote en respectant les dispositions de l'article L225-179 du Code de commerce.

<sup>(3)</sup> **Prix d'exercice actuel**

A la suite de distributions de sommes prélevées sur la prime d'émission effectuées en mai 2010, 2011 et 2012, le prix de levée des options d'achats d'actions au titre du plan en cours a été ramené respectivement de 8,25€ à 7,99€ puis de 7,99 € à 7,71 € et enfin de de 7,71 € à 7,31 €.

<sup>(4)</sup> **Plan n°2 : conditions de performance**

- un tiers des options exerçables si le Résultat Opérationnel Courant (ROC) 2009 est = ou > au ROC 2009 budgété,  
- un tiers des options exerçables si le ROC 2010 est = ou > au ROC 2010 budgété,  
- un tiers des options exerçables si le ROC 2011 est = ou > au ROC 2011 budgété.  
Les conditions de performance telles que rappelées ci-dessus ont toutes été atteintes.

<sup>(5)</sup> Données prenant en compte les options d'achat d'actions levées jusqu'au 26 mars 2014

<sup>(6)</sup> Des options sont caduques à la suite du départ de bénéficiaires du Groupe.



## 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	-

\*Des levées d'options d'achat d'actions ont été réalisées post clôture d'exercice (cf. tableau précédent)

## 4.2.2 ORGANISATION DU TRAVAIL

### 4.2.2.1 ORGANISATION DU TEMPS DE TRAVAIL

#### Organisation générale

Depuis le 1<sup>er</sup> 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 statut conventionnel prévoit en matière :

- ♦ **d'heures supplémentaires** : les heures supplémentaires, accomplies sur instruction formelle de la hiérarchie, donnent lieu principalement à du repos compensateur de remplacement, y compris pour le paiement des majorations de salaire ;
- ♦ **de travail de nuit** : la plage horaire de nuit, le statut de travailleur de nuit, ainsi que les contreparties au travail de nuit, dépendent de la convention collective applicable ;
- ♦ **de travail le week-end** : le travail du dimanche ne concerne qu'une partie minoritaire des collaborateurs, dans les conditions définies par la loi et/ou la convention collective applicable.

D'autres modes d'organisation du travail sont applicables au sein de l'UES Boileau : le cycle, mis en place après consultation des institutions représentatives du personnel compétentes, et les astreintes, prévues par l'accord sur la réduction du temps de travail.

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 réglementa-

tion 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 2013, 126 collaborateurs étaient occupés à temps partiel.

### 4.2.2.2 ABSENTEISME

MOTIFS	2013 (en jours)
Absence pour Maladie	11 714
Absence injustifiée	841
Absence pour accident de travail	523
Absence pour maladie professionnelle	260
Absence pour accident de trajet	35
<b>Nombre total de jours d'absence</b>	<b>13 373</b>

## 4.2.3 RELATIONS SOCIALES

### 4.2.3.1 RELATIONS PROFESSIONNELLES

La Direction des Ressources Humaines veille tout particulièrement à la qualité du dialogue social au sein du Groupe. Cette exigence se manifeste notamment 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 2013.

En outre, l'année 2013 a été marquée par le renouvellement des membres du CHSCT de l'UES Boileau.

Institutions représentatives du personnel au sein des UES Régions et Boileau (au 31/12/2013)	
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
Nombre de représentants syndicaux (CE et CHSCT)	7

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.

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

#### **4.2.3.2 BILAN DES ACCORDS COLLECTIFS**

L'année 2013 a notamment été marquée par les actions suivantes avec les partenaires sociaux :

- ◆ L'élaboration d'un plan d'action portant sur le Contrat de Génération signé le 23 septembre au sein de l'UES Boileau et le 27 septembre au sein de l'UES Régions.
- ◆ La conclusion d'un avenant à l'accord d'intéressement, en date du 21 mai 2013, applicable à l'UES Boileau.

D'autres négociations ont eu lieu en 2013 au sein des UES Boileau et Régions mais n'ont pu aboutir, en matière de travail de nuit et de droit d'expression des salariés notamment.

Par ailleurs, les autres accords collectifs d'entreprise et plans d'action en vigueur en 2013 au sein du Groupe sont les suivants :

##### **Pénibilité :**

- ◆ Plan d'action ayant pour objet la prévention de la pénibilité signé le 31 janvier 2012 au sein de l'UES Régions et le 21 septembre 2012 au sein de l'UES Boileau.

##### **Seniors :**

- ◆ Plan d'action ayant pour objet le maintien dans l'emploi des seniors signé le 27 décembre 2011 au sein de l'UES Régions et le 31 janvier 2012 au sein de l'UES Boileau.

##### **Périmètre des Unités Economiques et Sociales (UES) :**

- ◆ Accord portant extension de l'UES Régions signé le 12 novembre 2007 et son avenant en date du 4 mars 2008.
- ◆ Accord sur le périmètre de l'UES Boileau et son extension à la société Chérie HD signé le 23 octobre 2012 au sein de l'UES Boileau.

##### **Egalité professionnelle entre les femmes et les hommes :**

- ◆ Accord sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes signé le 30 janvier 2012 au sein de l'UES Boileau et le 31 janvier 2012 au sein de l'UES Régions.

##### **Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences :**

- ◆ Accord relatif à la Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences signé le 4 juillet 2012 au sein de l'UES Boileau.

##### **Epargne salariale :**

- ◆ Accord de participation des salariés aux résultats du Groupe signé le 27 mai 1993, et ses différents avenants.
- ◆ Accord de Participation consolidé des sociétés du groupe NRJ en date du 07 décembre 2012 et applicable aux UES Boileau et Régions.
- ◆ Plan d'épargne des sociétés du groupe NRJ en date du 07 décembre 2012 et applicable aux UES Boileau et Régions.
- ◆ Accord d'intéressement signé le 29 juin 2012 au sein de l'UES Boileau.

##### **Durée du 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 REGIONS) signé le 29 décembre 2000, et son avenant en date du 12 novembre 2007.

##### **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.

##### **Droit d'auteur :**

- ◆ Accord relatif au droit d'auteur des journalistes signé le 30 septembre 2010 au sein de l'UES Régions et le 20 septembre 2012 au sein de l'UES Boileau.

#### **4.2.3.3 CONDITIONS D'HYGIENE ET DE 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 27 décembre 2011 au sein de l'UES Régions et le 21 septembre 2012 au sein 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, etc.) 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.

Ces deux plans prévoient la création de commission de suivi se réunissant une fois par an afin de faire un bilan sur les mesures mises en œuvre, le taux de réalisation des objectifs, les difficultés éventuelles rencontrées et les solutions envisagées pour y faire face.

Ces commissions se sont réunies respectivement le 12 novembre 2013 (pour l'UES Boileau) et le 20 décembre 2013 pour l'UES Régions.

*La prévention des champs électromagnétiques est traitée dans la partie environnementale ci-après.*

#### 4.2.3.4 NOMBRE, TAUX DE FREQUENCE ET DE GRAVITE DES ACCIDENTS DU TRAVAIL

Le taux de fréquence des accidents du travail chez NRJ Group s'élève à **5,25** et son taux de gravité à **0,33**.

Ces taux ont été calculés sur l'effectif global, intermittents compris, de la manière suivante :

- ♦ Taux de fréquence = (nombre des accidents avec arrêt / heures travaillées) x 1 000 000
- ♦ Du taux de gravité = (nombre des journées perdues par incapacité temporaire / heures travaillées) x 1 000

#### 4.2.4 FORMATION

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

FORMATION	2013	2012	2011
Nombre d'heures de formation*	11 027	12 284	12 607

\* Le nombre d'heures de formation est estimé pour la période d'août à décembre sur la base du nombre d'inscrits aux différentes sessions.

Afin de mener sa politique de formation, la Direction des Ressources Humaines a mis 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 a été élaborée pour servir les activités du Groupe et s'articule principalement autour de formations à ses métiers, au management et au développement personnel.

L'année 2013 a par ailleurs été marquée par des projets de formation conséquents comme les parcours de formation développés dans le cadre de périodes de professionnalisation et à destination des techniciens de TowerCast.

De plus, l'année 2013 a été marquée par la continuité des deux modules de formation basés sur la Process Com et dispensés par Kahler Communication France au sein de l'UES Boileau. Un module de 4 jours à destination des managers « Développer votre Leadership avec la Process Com » et un module de 3 jours à destination des collaborateurs « Optimisez votre développement personnel avec

la Process Com ». Les actions de formation ont permis aux managers et à leurs collaborateurs de développer une meilleure communication et compréhension des personnalités en vue d'anticiper ou d'atténuer les conflits, de réagir de manière appropriée aux sollicitations, et de bâtir dans le court et 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 se poursuit et rencontre toujours un beau succès. Cette formation est basée sur le volontariat et est ouverte à tous les collaborateurs.

En outre, les managers et les commerciaux des régions bénéficient de formations ayant pour objectif de développer les compétences commerciales et managériales et ce, en vue de partir à la conquête de nouveaux clients pour accroître leur performance commerciale.

#### 4.2.5 EGALITE DE TRAITEMENT

##### 4.2.5.1 LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS

L'article 1.2 de la Charte Ethique de NRJ Group (1.2 : Respect des droits des salariés) stipule que « NRJ Group ne tolère aucune discrimination, de quelle que nature que ce soit, dans les relations de travail et plus particulièrement dans les domaines du recrutement et de l'évolution professionnelle de ses salariés. »

##### 4.2.5.2 MESURES PRISES EN FAVEUR DE L'EGALITE HOMMES / FEMMES

Pour le Groupe, la diversité de ses effectifs constitue une force.

EFFECTIF TOTAL France	2013	%	2012	%	2011	%
Hommes	820	56	820	57	812	57
Femmes	634	44	628	43	613	43
<b>Total</b>	<b>1 454</b>	<b>100</b>	<b>1 448</b>	<b>100</b>	<b>1 425</b>	<b>100</b>

Par ailleurs, les constatations faites les années précédentes sont toujours d'actualité : composition paritaire du Conseil d'administration de NRJ GROUP, pas d'écart de rémunération fondé sur l'appartenance à l'un ou l'autre des sexes, ni de différence de traitement en matière d'embauche, de promotion ou d'accès à la formation. Le droit à l'égalité professionnelle est donc un élément fondamental de la politique sociale du Groupe.

Un accord collectif sur la thématique de l'égalité professionnelle a été conclu en janvier 2012 au sein de chacune des deux UES et prévoit des mesures :

- ◆ en matière de formation professionnelle,
- ◆ en matière de politique de rémunération,
- ◆ destinées à favoriser l'articulation entre la vie professionnelle et les responsabilités familiales.

Les deux accords collectifs prévoient la création d'une commission de suivi, afin de réaliser un bilan de l'application des mesures prises. Au cours de l'année 2013, ces commissions se sont réunies respectivement les 21 juin et 11 décembre pour l'UES Boileau (réunion semestrielle) et le 20 décembre pour l'UES Régions (réunion annuelle).

L'accord applicable à l'UES Boileau étant arrivé à échéance au 31 décembre 2013, de nouvelles négociations ont eu lieu au cours du premier trimestre 2014. Le nouvel accord sera applicable dès les formalités de dépôt accomplies.

A la fin de chaque exercice social, il est établi pour chaque UES du Groupe, un rapport sur la situation comparée des conditions générales d'emploi et de formation des femmes et des hommes. Ces rapports sont des outils de mesure et de diagnostic permettant de suivre avec une attention particulière les indicateurs de l'égalité professionnelle et, le cas échéant, de prendre les mesures appropriées.

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

- ◆ l'équipe des antennes télévision se compose de 38 femmes et de 48 hommes,
- ◆ l'instance de gouvernance du Groupe est composée de 6 administrateurs dont 3 femmes ainsi qu'un censeur.

#### **4.2.5.3 MESURES PRISES EN FAVEUR DE L'INSERTION DES PERSONNES HANDICAPEES**

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 lesquels 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 2013, on peut citer les éléments suivants :

- ◆ Un diagnostic conseil sur le handicap a été réalisé en 2013 par un cabinet conseil en Ressources Humaines et une négociation spécifique sur ce thème est prévue en 2014 au sein de chaque UES,
- ◆ Les représentants du personnel ont été sensibilisés au handicap en début d'année 2013, dans le cadre de deux sessions animées par un cabinet conseil en Ressources Humaines,
- ◆ Un e-mailing a été adressé à l'ensemble des salariés, afin de les informer de la démarche de diagnostic conseil engagée au sein du Groupe et de les sensibiliser à la thématique du handicap,
- ◆ Dans le cadre de la Semaine du handicap, l'entreprise a participé à l'opération "Un jour, un métier en action", en accueillant plusieurs personnes en situation de handicap, afin de leur faire découvrir, le temps d'une journée, un métier, une entreprise, aux côtés d'un salarié,
- ◆ En outre, d'importants travaux ont été engagés en 2013 sur le site parisien de Gautier, afin notamment de renforcer l'accessibilité des lieux pour les personnes à mobilité réduite.

#### **4.2.5.4 PROMOTION ET RESPECT DES STIPULATIONS DES CONVENTIONS FONDAMENTALES DE L'ORGANISATION INTERNATIONALE DU TRAVAIL**

Les activités directes du Groupes sont opérées dans des pays de l'Union Européenne. Du fait des cadres réglementaires des pays d'implantation, qui ont tous ratifié les conventions fondamentales de l'OIT et de la charte éthique du Groupe, le Groupe respecte les conventions internationales en matière de :

- ◆ respect de la liberté d'association et du droit de négociation collective,
- ◆ élimination des discriminations en matière d'emploi et de profession,
- ◆ élimination du travail forcé ou obligatoire,
- ◆ abolition effective du travail des enfants.

## 4.3 L'ENVIRONNEMENT

NRJ GROUP étant principalement un groupe de média, son activité a des impacts faibles sur l'environnement. Cependant, le Groupe met en œuvre un certain nombre d'actions 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 respect des réglementations afin d'assurer sa meilleure intégration environnementale et sociale.

En 2012, le Groupe faisait le constat que ses actions en faveur de l'environnement étaient limitées et qu'un travail de mesure et de consolidation des données environnementales s'avérait nécessaire pour progresser dans la connaissance et la maîtrise de cet enjeu. Cet enjeu reste d'actualité pour l'année 2014.

Il est par ailleurs précisé que du fait de l'activité principalement de bureau de NRJ Group, certaines thématiques de la loi Grenelle II (article 225) ne sont pas applicables.

Ainsi, certains indicateurs ne sont pas ici mentionnés :

- ◆ actions de formation et d'information des salariés menées en matière de protection de l'environnement,
- ◆ montant des provisions et garanties pour risques en matière d'environnement,
- ◆ mesures de prévention et de réduction ou de réparation des rejets dans l'air, l'eau et le sol affectant gravement l'environnement,
- ◆ utilisation des sols,
- ◆ adaptation aux conséquences du changement climatique,
- ◆ mesures prises pour préserver ou développer la biodiversité.

### 4.3.1 MESURES DE PREVENTION, DE RECYCLAGE ET DE VALORISATION DES DECHETS PRODUITS PAR LE GROUPE

Le Groupe s'engage à recycler ses consommables :

- ◆ Pour le matériel de bureautique (copieur/fax), le fournisseur unique de NRJ GROUP, la société XEROX, a mis en place un site informant l'ensemble des utilisateurs du process pour recycler les toners et les cartouches. Ce site indique également les processus de recyclage des toners informatiques.
- ◆ A Lyon, la société CMI collecte l'ensemble des déchets bureautiques et informatiques.

### 4.3.2 MESURES DE PREVENTION DES NUISANCES LOCALES (POLLUTION SONORE, VISUELLE, CHAMPS ELECTROMAGNETIQUES)

towerCast effectue régulièrement et à la demande de tiers des analyses et des modifications afin de réduire les nuisances des installations. A titre d'exemple pour l'année 2013, des bruits de ventilation irréguliers ont été détectés à Rouen et des bruits sur une baie outdoor ont été signalés à Toulouse.

Concernant les installations potentiellement bruyantes comme les groupes-électrogènes, towerCast prend en charge et effectue la mise en service des tests sonores en limite de propriété afin de respecter la réglementation. En 2013, les installations de Chartres, Toulon et Aurillac ont été concernées.

Trois mesures de champs électromagnétiques à la demande de tiers ont été réalisées en 2013 sur les villes du Puy, de Lorient et de Montpellier. Une grande partie des infrastructures ont été mesurées en 2003.

### 4.3.3 ONDES ELECTROMAGNETIQUES

#### 4.3.3.1 DISPOSITIFS REGLEMENTAIRES LIES AUX CHAMPS ELECTROMAGNETIQUES

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

#### 4.3.3.2 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).



#### 4.3.4 MESURES PRISES POUR AMELIORER L'UTILISATION DES MATIERES PREMIERES

Le Groupe NRJ s'attache autant que possible à :

- ◆ recycler ses consommables (le groupe NRJ adhère notamment à EcoFolio),
- ◆ imprimer en recto/verso ainsi que réutiliser les impressions non utilisées en papier brouillon,
- ◆ envoyer des courriers postaux en tarification Lettres Vertes,
- ◆ indiquer en signature de mail, "n'imprimer le mail que si nécessaire",
- ◆ éteindre les lumières et le matériel une fois qu'ils ne sont plus nécessaires.

Le Groupe sensibilise ses collaborateurs à ces éco-gestes et les applique autant que possible.

#### 4.3.5 CONSOMMATION D'EAU

Du fait de son activité tertiaire, les consommations d'eau du Groupe sont limitées. Le niveau de consommation a été partiellement suivi pour l'année 2013. Des moyens sont mis en œuvre pour collecter une information plus large pour les années à venir.

Le Groupe n'est pas soumis à des restrictions de consommation en fonction des contraintes locales des différents sites d'implantation du Groupe.

#### 4.3.6 CONSOMMATION D'ELECTRICITE, DE GAZ ET DE CARBURANT

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

##### 4.3.6.1 CONSOMMATION D'ELECTRICITE

Le tableau ci-dessous récapitule les consommations d'électricité des sites parisiens (Rue Boileau et Avenue Théophile Gautier), des régions et des sites de towerCast.

Les données de consommation d'électricité font l'objet d'un processus de collecte et de contrôle normé depuis l'exercice 2013. Pour cette raison, les consommations historiques des exercices précédents ne sont pas communiquées.

Consommation d'électricité (kWh)*	2013
BUREAUX PARISIENS	5 326 279
ANTENNES REGIONALES (75 sites)	2 903 008
TOWERCAST	34 618 901*
<b>Total</b>	<b>42 848 188</b>

\* Du fait de la difficulté de collecter une donnée réelle consolidée couvrant les nombreux sites de towerCast, 60% des consommations reportées sont estimées pour cette entité.

##### 4.3.6.2 CONSOMMATION DE GAZ

Les consommations de gaz (en kWh PCS) sont suivies pour la première année expliquant ainsi l'absence de données pour les années précédentes.

Consommation de gaz (kWh PCS)	2013
BUREAUX PARISIENS	314 172
ANTENNES REGIONALES	177 479
TOWERCAST	N/A
<b>Total</b>	<b>491 651</b>

### 4.3.6.3 CONSOMMATION DE CARBURANT

Les consommations de carburant sont suivies pour la première année expliquant ainsi l'absence de données pour les années précédentes.

Consommation de carburant	2013
BUREAUX PARISIENS	89 171
ANTENNES REGIONALES	208 402
TOWERCAST	344 492
<b>Total</b>	<b>642 065</b>

*Selon les cas, la consommation est issue des relevés de cartes de paiement de carburant ou calculée à partir des dépenses 2013 et du prix moyen du litre de carburant fourni par l'INSEE.*

### 4.3.7 MESURES PRISES POUR AMELIORER L'EFFICACITE ENERGETIQUE ET LE RECOURS AUX ENERGIES RENOUVELABLES

La consommation énergétique du Groupe NRJ correspond à celle d'une activité de bureau tertiaire.

En régions, NRJ Group est locataire des surfaces et des installations en place (chauffage, climatisation etc.). Ces dernières sont donc gérées par les propriétaires directement. Le Groupe n'a pas ou peu d'influence sur les questions relatives aux bâtiments.

Au niveau des bureaux parisiens, le Groupe est propriétaire de ses immeubles. Une compensation électrique des équipements a été mise en place sur le site de Boileau afin de capter la surconsommation et la réinjecter directement dans le réseau du groupe.

Les travaux de rénovation entrepris dès 2008 sur les différents studios d'enregistrement ont permis de privilégier les équipements moins énergivores : LED pour l'éclairage et écrans LCD à la place d'écrans plasma pour l'affichage des marques (30 écrans pour Studio Live et 2 pour NRJ), moins consommateurs d'énergie et dégageant moins de chaleur.

Calendrier de réalisation des travaux de rénovation :

- ◆ Studio live en 2009
- ◆ NRJ en 2010-2011
- ◆ Nostalgie en 2012-2013
- ◆ Chérie FM en 2014-2015
- ◆ Rire & Chansons, à venir.

La chaleur dégagée par les équipements sert de chauffage naturel aux studios : le Groupe n'utilise donc aucune consommation d'énergie pour chauffer les studios.

De même, les plateaux de télévision construits en 2012 / 2013 sont équipés d'éclairages LED consommant peu d'énergie et dégageant peu de chaleur, ce qui permet de réduire le recours à la climatisation.

### 4.3.8 EMISSIONS DE GAZ A EFFET DE SERRE

Le Groupe n'a pas mis en place d'outils de mesure concernant les émissions de gaz à effet de serre (GES). Aucune donnée n'est donc disponible à ce jour.

Une estimation est cependant réalisée à partir des données de consommation d'énergie décrites au 4.3.6 :

Estimation des rejets de gaz à effet de serre	Type de Coefficient d'émission	Coefficient	Kilos d'équivalents CO2
ELECTRICITE	kCO <sub>2</sub> eq / kWh	0,06	2 570 891
GAZ	kCO <sub>2</sub> eq / kWh PCS	0,176	86 530
CARBURANT	kCO <sub>2</sub> eq / litre	2,52	1 618 004
<b>Total</b>			<b>4 275 425</b>

*Source : Base carbone de l'Ademe*

### **4.3.9 MESURES PRISES POUR REDUIRE LES EMISSIONS DE GAZ A EFFET DE SERRE**

Malgré l'absence de bilan carbone, le Groupe met en place des mesures pour réduire les émissions de gaz à effet de serre. Dans ce sens le Groupe :

- ◆ entretient régulièrement sa flotte de véhicules et sensibilise ses collaborateurs à l'éco-conduite,
- ◆ a négocié sa flotte de véhicule en contrats de location courts (36 mois) avec, par conséquent, des taux d'émission de CO<sub>2</sub> peu élevés,
- ◆ bénéficie d'une politique Voyage qui priorise l'utilisation du train par rapport à l'avion pour tout trajet d'une durée inférieure à 3h30.

## **4.4 RAPPORT DE L'UN DES COMMISSAIRES AUX COMPTES, DESIGNÉ ORGANISME TIERS INDÉPENDANT, SUR LES INFORMATIONS SOCIALES, ENVIRONNEMENTALES ET SOCIÉTALES CONSOLIDÉES FIGURANT DANS LE RAPPORT DE GESTION**

Aux actionnaires,

En notre qualité de Commissaire aux comptes de la société NRJ Group, désigné organisme tiers indépendant, accrédité par le COFRAC sous le numéro 3-1048<sup>1</sup>, nous vous présentons notre rapport sur les informations sociales, environnementales et sociétales consolidées présentées dans le rapport de gestion inclus au document de référence (ci-après les « Informations RSE »), établi au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2013 en application des dispositions de l'article L.225-102-1 du code de commerce.

### **Responsabilité de la société**

Il appartient au Conseil d'administration d'établir un rapport de gestion comprenant les Informations RSE prévues à l'article R.225-105-1 du code de commerce, préparées conformément aux référentiels utilisés par la société (ci-après les « Référentiels »), dont un résumé figure dans le chapitre « Responsabilité Sociale de l'Entreprise » du rapport de gestion et disponibles sur demande auprès de la Direction Financière du Groupe.

### **Indépendance et contrôle qualité**

Notre indépendance est définie par les textes réglementaires, le code de déontologie de la profession des commissaires aux comptes ainsi que les dispositions prévues à l'article L.822-11 du code de commerce. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des règles déontologiques, des normes d'exercice professionnel et des textes légaux et réglementaires applicables.

### **Responsabilité du commissaire aux comptes**

Il nous appartient, sur la base de nos travaux :

- d'attester que les Informations RSE requises sont présentes dans le rapport de gestion ou font l'objet, en cas d'omission, d'une explication en application du troisième alinéa de l'article R.225-105 du code de commerce (Attestation de présence des Informations RSE) ;
- d'exprimer une conclusion d'assurance modérée sur le fait que les Informations RSE, prises dans leur ensemble, sont présentées, dans tous leurs aspects significatifs, de manière sincère conformément aux Référentiels (Avis motivé sur la sincérité des Informations RSE).

Nos travaux ont été effectués par une équipe de 5 personnes entre février et mars 2014 pour une durée d'environ trois semaines. Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de nos travaux, à nos experts en matière de RSE.

Nous avons conduit les travaux décrits ci-après conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, et à l'arrêté du 13 mai 2013 déterminant les modalités dans lesquelles l'organisme tiers indépendant conduit sa mission et, concernant l'avis motivé de sincérité, à la norme internationale ISAE 3000<sup>2</sup>.

### **1. Attestation de présence des Informations RSE**

Nous avons pris connaissance, sur la base d'entretiens avec les responsables des directions concernées, de l'exposé des orientations en matière de développement durable, en fonction des conséquences sociales et environnementales liées à l'activité de la société et de ses engagements sociétaux et, le cas échéant, des actions ou programmes qui en découlent.

Nous avons comparé les Informations RSE présentées dans le rapport de gestion avec la liste prévue par l'article R.225-105-1 du code de commerce.

En cas d'absence de certaines informations consolidées, nous avons vérifié que des explications étaient fournies conformément aux dispositions de l'article R.225-105 alinéa 3 du code de commerce.

<sup>1</sup> Dont la portée est disponible sur le site [www.cofrac.fr](http://www.cofrac.fr)

<sup>2</sup> ISAE 3000 – Assurance engagements other than audits or reviews of historical information

Nous avons vérifié que les Informations RSE couvraient le périmètre consolidé, à savoir la société ainsi que ses filiales au sens de l'article L.233-1 et les sociétés qu'elle contrôle au sens de l'article L.233-3 du code de commerce, avec les limites précisées dans le chapitre relatif aux informations sociales, environnementales et sociétales du rapport de gestion.

Sur la base de ces travaux et compte tenu des limites mentionnées ci-dessus, nous attestons de la présence dans le rapport de gestion des Informations RSE requises.

## 2. Avis motivé sur la sincérité des Informations RSE

### *Nature et étendue des travaux*

Nous avons mené une douzaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation des Informations RSE auprès des directions en charge des processus de collecte des informations et, le cas échéant, responsables des procédures de contrôle interne et de gestion des risques, afin :

- d'apprécier le caractère approprié des Référentiels au regard de leur pertinence, leur exhaustivité, leur fiabilité, leur neutralité, leur caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- de vérifier la mise en place d'un processus de collecte, de compilation, de traitement et de contrôle visant à l'exhaustivité et à la cohérence des Informations RSE ;
- de prendre connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration des Informations RSE.

Nous avons déterminé la nature et l'étendue de nos tests et contrôles en fonction de la nature et de l'importance des Informations RSE au regard des caractéristiques de la société, des enjeux sociaux et environnementaux de ses activités, de ses orientations en matière de développement durable et des bonnes pratiques sectorielles.

Pour les informations RSE que nous avons considérées les plus importantes<sup>3</sup> :

- au niveau de l'entité consolidante, nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour corroborer les informations qualitatives (organisation, politiques, actions), nous avons mis en œuvre des procédures analytiques sur les informations quantitatives et vérifié, sur la base de sondages, les calculs ainsi que la consolidation des données et nous avons vérifié leur cohérence et leur concordance avec les autres informations figurant dans le rapport de gestion ;
- au niveau d'un échantillon représentatif d'entités et de sites que nous avons sélectionnés<sup>4</sup> en fonction de leur activité, de leur contribution aux indicateurs consolidés, de leur implantation et d'une analyse de risque, nous avons mené des entretiens pour vérifier la correcte application des procédures et pour identifier d'éventuelles omissions, et mis en œuvre des tests de détail sur la base d'échantillonnages, consistant à vérifier les calculs effectués et à rapprocher les données des pièces justificatives. L'échantillon ainsi sélectionné représente en moyenne 81% des effectifs et 100% des informations quantitatives environnementales.

Pour les autres informations RSE consolidées, nous avons apprécié leur cohérence par rapport à notre connaissance de la société.

Enfin, nous avons apprécié la pertinence des explications relatives, le cas échéant, à l'absence totale ou partielle de certaines informations.

Nous estimons que les méthodes d'échantillonnage et tailles d'échantillons que nous avons retenues en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus. Du fait du recours à l'utilisation de techniques d'échantillonnages ainsi que des autres limites inhérentes au fonctionnement de tout système d'information et de contrôle interne, le risque de non-détection d'une anomalie significative dans les Informations RSE ne peut être totalement éliminé.

---

<sup>3</sup> Informations quantitatives environnementales : consommation d'électricité, consommation de gaz, consommation de carburant, émissions de gaz à effet de serre.

Information quantitatives RH : effectif total par zone géographique, effectif du Groupe en France par tranche d'âge, nombre total d'embauches et de licenciements, nombre de collaborateurs occupés à temps partiel, absentéisme, nombre de jours d'absence pour maladie professionnelle, taux de fréquence, taux de gravité, nombre d'heures de formation, répartition hommes femmes de l'effectif en France.

Informations qualitatives environnementales : mesures de prévention, de recyclage et de valorisation des déchets produits par le Groupe, mesures de prévention des nuisances locales (pollution sonore, visuelle, champs électromagnétiques), mesures prises pour améliorer l'utilisation des matières premières, mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables, mesures prises pour réduire les émissions de GES.

Informations qualitatives RH : organisation du travail, relations sociales.

Informations qualitatives sociétales : parties prenantes externes, relations avec les auditeurs et les téléspectateurs, relations avec les annonceurs, relations avec les fournisseurs.

<sup>4</sup> Entités sélectionnées : France (UES Boileau, UES Régions, towerCast)



### **Conclusion**

Sur la base de nos travaux, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que les Informations RSE, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément aux Référentiels.

### **Observations**

Sans remettre en cause la conclusion ci-dessus, nous attirons votre attention sur les éléments suivants :

Le nombre d'heures de formation est estimé pour la période d'août à décembre 2013 sur la base du nombre d'inscrits aux différentes sessions sur cette même période.

Du fait de la difficulté de collecter une donnée réelle consolidée couvrant les nombreux sites de Towercast, 60% des consommations reportées sont estimées pour cette entité.

Fait à Neuilly-sur-Seine, le 28 mars 2014

L'un des Commissaires aux comptes,

**Deloitte & Associés**  
Bertrand BOISSELIER