

5 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 troisième année, une partie de ce document de référence est consacrée à la Responsabilité Sociale et Environnementale (RSE). Elle 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. Ainsi, pour la deuxième fois, la présence et la sincérité des données de ce rapport ont été vérifiées par un organisme tiers indépendant. 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.

Le périmètre des indicateurs RSE concerne uniquement les entités juridiques françaises intégrées dans le périmètre de consolidation financier en intégration globale. En 2014, en application de la norme IFRS 11, cinq sociétés auparavant consolidées par intégration proportionnelle ont été consolidées selon la méthode de mise en équivalence et ont donc été exclues du périmètre RSE. En tout état de cause l'impact de cette variation de périmètre est marginal (98% de l'effectif total France est couvert).

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.

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.

5.1 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.

5.1.1 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 est composé de trois femmes et de trois hommes. Le principe de représentation équilibrée des hommes et des femmes est donc 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 GROUP et rappelle les obligations légales qui s'imposent aux collaborateurs du Groupe en possession d'une information privilégiée.

5.1.2 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
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 ; 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
Annonces	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
Fournisseurs et prestataires	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
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 ; mise à disposition d'espaces publicitaires

* les parties prenantes internes (collaborateurs, actionnaires...) sont évoquées dans d'autres parties (5.2 Les collaborateurs) du document de référence

5.1.3 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 obligations du CSA et établit les recommandations de classifi-

cation 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 de la part des directeurs d'antenne ou des producteurs d'émission.

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 l'année suivante. Certains faits marquants et données présentés ci-dessous (du § 5.1.3 à 5.1.4) sont tirés du rapport CSA 2014 et sont donc relatifs à l'année 2013.

L'intégralité du rapport est disponible en ligne : <http://csa.fr/Etudes-et-publications/Les-comptes-rendus-et-les-bilans/Les-comptes-rendus-et-les-bilans-des-chaines-de-television-publiques-et-privées/Rapport-sur-les-chaines-du-groupe-NRJ-NRJ-12-Cherie-25>

5.1.3.1 ACCES DES PROGRAMMES AUX PERSONNES SOURDES ET MALENTENDANTES

Les chaînes du Groupe ont spontanément signé des avenants aux conventions conclues avec le CSA 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 (qui a cessé d'émettre le 30 juin 2014) a atteint 34% du volume total en 2013. Pour NRJ 12, le volume diffusé avec la fonction sous-titrage a atteint 41% du volume total en 2013, soit un niveau conforme à l'obligation conventionnelle (avenant du 25 février 2010). De son côté, Chérie 25 a également diffusé des programmes sous-titrés à hauteur de 19,8%.
- ◆ Par ailleurs, les chaînes NRJ 12 et Chérie 25 ont chacune diffusé 1 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, Chérie 25 s'est fixé pour sa part un objectif annuel de douze programmes audio-décrits à horizon 2015.

5.1.3.2 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 2013 :

Chaînes de télévision	Volume horaire annuel	Dont œuvres européennes	Dont EOF
CHERIE 25	4 745	41,6%	37,6%
NRJ 12	4 686	70,2%	56,2%
NRJ HITS	8 419	63,4%	39%

Chérie 25 a rencontré des difficultés à s'approvisionner sur le second marché, le choix d'œuvres audiovisuelles européenne et EOF disponibles et orientées sur un public féminin étant restreint dans des conditions économiques acceptables, qui plus est au format HD. De ce fait, Chérie 25 s'est orientée vers la production de programmes inédits. En 2014, Chérie 25 respectera en majorité ses quotas de diffusion.

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 2013.

5.1.3.3 PROTECTION DE L'ENFANCE ET DE L'ADOLESCENCE

Les adolescents constituent une part importante du public des antennes et des chaînes du Groupe. Depuis quelques années, des dispositifs adéquats ont été mis en place permettant de garantir la protection de cette catégorie sensible.

En Télévision, un studio de montage réalise les coupes nécessaires et prudentes dans les programmes jugés « litigieux ». 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. Par ailleurs, conformément au dispositif de protection de l'enfance et aux demandes du CSA, NRJ 12 et Chérie 25 ont diffusé la campagne de sensibilisation à la protection du jeune public durant trois semaines consécutives, du 20 novembre au 10 décembre 2014. Elles ont assuré une exposition très satisfaisante de la campagne au regard du nombre de diffusions.

En Radio, les messages de sensibilisation et de vigilance (Exemple : « Sortez couvert ») sont régulièrement diffusés par les animateurs (Cauet, Manu, G.Pley). Par ailleurs, pour la première fois, la campagne d'information pour la protection du jeune public de 2014 a été diffusée à la radio. Si l'ensemble des chaînes de télévision ont pour obligation de participer à la diffusion de la campagne, la diffusion en radio est quant à elle basée sur le volontariat. NRJ, Chérie FM, Radio Nostalgie et Rire et Chansons figurent naturellement parmi les radios ayant accepté de diffuser le spot, à raison de 2 à 3 diffusions quotidiennes au cours de la semaine du 20 novembre, journée anniversaire de la signature de la Convention Internationale des Droits de l'enfant.

5.1.4 RELATIONS AVEC LES AUDITEURS ET LES TELESPECTATEURS

5.1.4.1 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 dispose avec Chérie 25 d'une chaîne destinée à l'ensemble de la famille diffusant des programmes (magazines originaux, documentaires, fictions et cinéma) autour de thématiques intéressant les femmes, au sens le plus large.
- ◆ Depuis plusieurs années, NRJ GROUP participe régulièrement à des groupes de travail du CSA sur les « Droits des femmes » et depuis 2011 à une Commission sur l'image des femmes dans les médias. Issu de comptages réalisés pendant plusieurs mois, le rapport met notamment 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 positifs au sein des rédactions franciliennes et nationales: CHERIE FM a affiché un taux de 49% d'expertes interviewées en 2014. 24% des experts interrogés sur Radio NOSTALGIE sont des femmes. Enfin, NRJ maintient la parité avec 50% d'expertes interviewées en 2014.

Ce faisant, le Groupe a anticipé la délibération du CSA du 4 février 2015 relative à la loi du 4 août 2014 sur l'égalité réelle entre les femmes et les hommes, imposant désormais aux services de télévision et de radio appartenant à un réseau de diffusion à caractère national diffusés par voie hertzienne terrestre de les communiquer. En effet, la loi du 4 août 2014 a confié au CSA la mission de veiller, « d'une part, à une juste représentation des femmes et des hommes dans les programmes des services de communication audiovisuelle et, d'autre part, à l'image des femmes qui apparaît dans ces programmes, notamment en luttant contre les stéréotypes, les préjugés sexistes, les images dégradantes, les violences faites aux femmes et les violences commises au sein du couple ». Pour remplir cet objectif, les sociétés mentionnées ci-dessus doivent désormais diffuser des programmes relatifs à ces sujets, mais aussi fournir au CSA des indicateurs qualitatifs et quantitatifs sur la représentation des femmes et des hommes dans leurs programmes afin de permettre au conseil d'apprécier le respect des objectifs fixés. Ces informations donnent lieu à une publication annuelle.

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 veillent, conformément aux recommandations du C.S.A., à assurer la représentation de la diversité de la société française dans le choix des intervenants présents dans le programme, notamment en ce qui concerne les catégories socioprofessionnelles, le sexe, l'origine et le handicap représentés.

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, du rallye des gazelles, de la course pédestre La Parisienne et partenaire avec la chaîne CHERIE 25 du Trofemina,

événement 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. 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.

Associations ou fondations

Les antennes de télévision et radio de NRJ GROUP soutiennent la volonté de promouvoir la présence du monde associatif dans tous les médias et de mettre en œuvre cet espace d'expression dans des conditions optimales de pluralisme et d'équité.

En 2014, les associations ont donc été régulièrement mises en avant dans les programmes et productions propres, en Télévision :

Sur NRJ 12, l'émission « Les Anges de la télé réalité » met en avant une association différente chaque année (en 2013 : **Un enfant par la main**, qui donne aux enfants un accompagnement grâce au parrainage et à la mise en place de « micro-projets » ; en 2014 : **Orpheopolis**, qui fournit de l'assistance aux orphelins de la police nationale).

Sur Chérie 25, le programme court « Comment vous dire merci » présente chaque semaine une association différente, et part à la rencontre des Français qui font bouger les choses et cherchent à améliorer la vie des autres.

NRJ Hits a consacré une soirée à l'association **Nuit contre le cancer** en diffusant le concert « Night for life ».

Les 3 radios du Groupe (NRJ, Chérie FM et Nostalgie) ont réalisé des sujets auprès d'associations ou fondations sur l'antenne nationale de NRJ en 2014, parmi lesquels : Pièces jaunes pour les enfants malades, Sécurité routière, Croix rouge et Secours populaire, les Restos du cœur, Sidaction, etc.

5.1.4.2 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 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 Chérie 25, cet engagement s'est traduit en 2013 par la diffusion de programmes de sensibilisation à destination du grand public : « Une famille au Top » et « Trop la pêche ». 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 48 heures de programme autour de la thématique de l'alimentation.

5.1.4.3 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 une centaine de 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 2014, 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.

5.1.4.4 SATISFACTION DES AUDITEURS

Des enquêtes téléphoniques sont réalisées auprès d'un échantillon représentatif de la population française et leurs 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 2014, NRJ reste la première radio de France la plus écoutée en Audience Cumulée avec 12,5% en pénétration (Source Médiamétrie).

5.1.5 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 2014, 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, Emmaüs France, Vaincre la Mucoviscidose, Solidarité Sida, SOS Village d'Enfants, UNICEF France... Au total, ce sont 44 annonceurs associatifs qui ont bénéficié du soutien du Groupe.

5.1.6 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.

5.1.6.1 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 quatre subventions de 40 000 € chacune.

Depuis sa création il y a quinze 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 2014, le Professeur Jamel CHELLY (Institut Cochin, Paris) a été récompensé pour ses recherches sur la génétique et la pathophysiologie des maladies neuro-développementales. Le thème retenu pour 2015 est la « Neuro-imagerie fonctionnelle ».

5.1.6.2 ENGAGEMENT ASSOCIATIF

Au cours de l'année 2014, 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, a permis à des salariés du Groupe de soutenir les bénévoles du Sidaction, en 2014, lors de leur mobilisation contre le sida.

Pasteurdon

En 2014, l'ensemble des antennes du groupe ainsi que les chaînes 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 d'appel à dons présentant 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...) et de spots radio mettant en scène nos animateurs radio qui ont souhaité apporter leur concours au Pasteurdon, NRJ Group contribue à mieux faire connaître les recherches de l'Institut Pasteur et la lutte contre les maladies infectieuses.

Journée internationale de lutte contre les violences faites aux femmes

A l'occasion de la journée internationale de lutte contre les violences faites aux femmes, les médias et les animatrices du groupe NRJ se sont mobilisés le 25 novembre 2014. Véronique Mounier, Farida, Erika Moulet et Cynthia Brown ont décidé de s'élever contre les coups, la violence et toutes les agressions dont sont victimes des femmes au quotidien, en participant à un spot réalisé à cette occasion et diffusé sur les antennes de Chérie 25 et de NRJ12 entre le 25 et le 30 novembre 2014.

Le 25 novembre 2014, Chérie 25 a également proposé une soirée spéciale animée par Véronique Mounier et parrainée par Tina Kieffer (un film : « Les nuits avec mon ennemi » ; Un reportage pour Sans Tabou : « Femmes agressées, elles brisent le silence » ; un débat : « Violences conjugales, plus jamais ça » ; un court métrage : « La Valse de Marylore »). De son côté, Chérie FM a diffusé une interview exclusive de La Secrétaire d'Etat chargée Des Droits Des Femmes, Madame Pascale Boistard, et lors des différents flashes infos de La Matinale entre 6h00 et 9h00, de nombreux reportages consacrés à cette journée internationale de lutte contre les violences faites aux femmes.

5.1.7 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.

5.1.8 TRANSPARENCE ET ETHIQUE DES AFFAIRES

5.1.8.1 LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

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

5.1.8.2 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 5.1.6.2).

5.2 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.

5.2.1 EMPLOIS

5.2.1.1 EFFECTIF TOTAL DU GROUPE PAR ZONE GEOGRAPHIQUE

Au 31 décembre 2014, le Groupe compte 1 707 collaborateurs.

EFFECTIF TOTAL	FRANCE	INTERNATIONAL (Allemagne, Autriche, Belgique, Suisse, Suède, Norvège, Finlande)
1 707	1 453*	254

* 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 1 453 collaborateurs, répartis entre les UES Boileau (comptabilisant les effectifs TowerCast) et Régions, respectivement à hauteur de 834 et 619 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.

5.2.1.2 EFFECTIF DU GROUPE EN FRANCE PAR TRANCHE D'AGE

TRANCHE D'AGE	EFFECTIF*
< 25 ans	86
25 < 35 ans	579
35 < 45 ans	509
45 < 55 ans	237
> 55 ans	42
Total	1453

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

5.2.1.3 EFFECTIF DU GROUPE EN FRANCE PAR TYPE DE CONTRAT

TYPE DE CONTRAT	PART DANS L'EFFECTIF
CDD	3%
CDI	97%

PART DES INTERMITTENTS PAR RAPPORT A L'EFFECTIF MOYEN FRANCE*	2,77%
--	--------------

* Le pourcentage correspond au rapport entre le nombre moyen d'ETP intermittents en 2014 et le nombre moyen d'ETP CDI et CDD sur la même période

5.2.1.4 EMBAUCHES ET LICENCIEMENTS

TYPE DE CONTRAT	NOMBRE TOTAL D'EMBAUCHES*
CDD	53
CDI	185
TOTAL GENERAL	238

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

NOMBRE TOTAL DE LICENCIEMENTS*	38
---------------------------------------	-----------

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

5.2.1.5 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.

5.2.1.6 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). Les plans n°1 et n°3 sont devenus respectivement caducs au cours de l'exercice 2009 et 2013 à la suite du départ du Groupe du seul bénéficiaire de chaque plan. Le plan n°2 est devenu caduc le 15 septembre 2014 à la suite de la fin de la période de validité des options exerçables.

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

Informations sur les options d'achat d'actions	
Plan n°2	
Date de l'Assemblée Générale	27 juin 2008
Date du Conseil d'administration	15 septembre 2008
Nombre total d'actions attribuées initialement (avant ajustement) ⁽¹⁾ :	906 000
(i) dont nombre d'actions pouvant être achetées par	400 000
- des mandataires sociaux (Maryam SALEHI, administrateur)	506 000
- dix premiers attributaires salariés	
(ii) dont nombre attribué	
- sans condition de performance	303 000
- avec conditions de performance	603 000
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 ⁽²⁾	8,25 €
Prix d'exercice actuel ⁽³⁾	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 ⁽⁴⁾
Nombre d'actions achetées	646 141
Nombre cumulé d'options d'achat actions annulées ou caduques ⁽⁵⁾	373 296
Options d'achat d'actions restantes	0

⁽¹⁾ 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.

⁽²⁾ **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.

⁽³⁾ **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 €.

⁽⁴⁾ **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.

⁽⁵⁾ Options devenues caduques à la suite du départ de bénéficiaires du Groupe et de non levées d'options exerçables

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)	646 141	7,31 €

5.2.2 ORGANISATION DU TRAVAIL

5.2.2.1 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.

Ces deux accords prévoient la création d'une commission paritaire de suivi se réunissant une fois par an et chargée de :

- suivre l'état d'avancement de la mise en œuvre des accords,
- proposer des mesures d'ajustement au vue des éventuelles difficultés rencontrées.

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 ou de l'accord collectif 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.

En sus, 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 ou mises en place après consultation des institutions représentatives du personnel compétentes, selon les populations.

**Le cycle est un mode d'organisation du temps de travail sur une période supérieure à la semaine, cette organisation se répétant à l'identique d'un cycle à l'autre.*

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.

Travail à temps partiel

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 2014, 118 collaborateurs étaient occupés à temps partiel.

5.2.2.2 ABSENTEISME

MOTIFS	2014 (en jours)
Absence pour maladie	13 648
Absence injustifiée	652
Absence pour accident de travail	291
Absence pour maladie professionnelle	556
Absence pour accident de trajet	94
Nombre total de jours d'absence	15 241

5.2.3 RELATIONS SOCIALES

5.2.3.1 RELATIONS PROFESSIONNELLES

La Direction des Ressources Humaines veille tout particulièrement à la qualité du dialogue social au sein du Groupe. Cette exigence 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 2014.

L'année 2014 a par ailleurs été marquée par le renouvellement des membres du CHSCT de l'UES Régions.

Institutions représentatives du personnel au sein des UES Régions et Boileau (au 31/12/2014)	
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 (au CE et au CHSCT)	8
Nombre de représentants de section syndicale	1

En outre, 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, le SNJ-FO, le SNRT-CGT Audiovisuel, la CFE-CGC et le SNJ sont les organisations syndicales présentes au sein des UES Boileau et Régions.

5.2.3.2 BILAN DES ACCORDS COLLECTIFS

L'année 2014 a notamment été marquée par les actions suivantes avec les partenaires sociaux :

- ◆ La conclusion d'un accord sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes au sein de l'UES Boileau en date du 18 mars 2014.
- ◆ La conclusion d'un accord consolidé sur le périmètre de l'UES Régions, en date du 28 avril 2014.
- ◆ La conclusion d'un avenant n°1 à l'accord de participation consolidé, en date du 27 mai 2014, applicable aux UES Boileau et Régions.
- ◆ La conclusion d'un avenant n°1 au Plan d'épargne, en date du 27 mai 2014, applicable aux UES Boileau et Régions.
- ◆ La conclusion d'un accord relatif au droit d'expression des salariés au sein de l'UES Régions, en date du 4 septembre 2014.
- ◆ L'élaboration d'un plan d'action sur la prévention des risques psychosociaux signé le 20 octobre 2014 au sein de l'UES Boileau.

D'autres négociations ont eu lieu en 2014 au sein des UES Boileau et Régions mais n'ont pu aboutir, en matière notamment de travail de nuit (UES Boileau), de droit d'expression des salariés (UES Boileau), de pénibilité (UES Régions), d'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes (UES Régions) et de salaires effectifs (UES Boileau et UES Régions).

Par ailleurs, les autres accords collectifs d'entreprise et plans d'action en vigueur en 2014 au sein du Groupe sont les suivants :

Pénibilité :

- ◆ Plan d'action sur 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.

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.

Egalité professionnelle entre les Femmes et les Hommes :

- ◆ Accord sur l'égalité professionnelle entre les Femmes et les Hommes signé 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 7 décembre 2012 et applicable aux UES Boileau et Régions.

- ◆ Plan d'épargne des sociétés du Groupe NRJ en date du 7 décembre 2012 et applicable aux UES Boileau et Régions.
- ◆ Accord d'intéressement signé le 29 juin 2012 au sein de l'UES Boileau et son avenant en date du 21 mai 2013.

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 « UES Régions ») 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.

Contrat de génération :

- ◆ Plan d'action portant sur le Contrat de Génération signé le 23 septembre 2013 au sein de l'UES Boileau et le 27 septembre 2013 au sein de l'UES Régions.

5.2.3.3 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 31 janvier 2012 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 d'une 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 16 décembre 2014 pour l'UES Boileau et le 19 décembre 2014 pour l'UES Régions.

Des négociations ont par ailleurs été menées en 2014 au sein de l'UES Régions sur la prévention de la pénibilité mais n'ont pu aboutir.

En outre, un Plan d'action sur la prévention des risques psychosociaux a été signé le 20 octobre 2014 au sein de l'UES Boileau.

Ce plan vise à organiser une politique efficace de prévention des risques psychosociaux au sein du Groupe, notamment par la mise en place :

- d'actions de sensibilisation et de formation aux risques psychosociaux à destination de l'ensemble des salariés ;
- d'un dispositif d'écoute et de soutien psychologique mis gratuitement à disposition des salariés.

Ce plan prévoit la création d'une commission de suivi se réunissant une fois par an afin, d'une part, de s'assurer de la mise en œuvre et de l'effectivité des actions pré-

vues et, d'autre part, de dresser un bilan précis et pertinent de la situation de l'entreprise en matière de risques psychosociaux, sur la base d'indicateurs chiffrés.

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

5.2.3.4 NOMBRE, TAUX DE FREQUENCE ET DE GRAVITE DES ACCIDENTS DU TRAVAIL

Il y a eu 12 accidents du travail avec arrêt en 2014.

Le taux de fréquence des accidents du travail chez NRJ Group s'élève à **4,77** et son taux de gravité à **0,15**.

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
- ◆ Taux de gravité = (nombre des journées perdues par incapacité temporaire / heures travaillées*) x 1 000

**Les heures travaillées correspondent aux heures payées. Elles incluent les jours fériés, les congés payés et les absences autorisées*

5.2.4 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. Le tableau ci-dessous présente le nombre d'heures consacrées à la formation au cours des trois dernières années.

	2014	2013	2012
Nombre d'heures de formation*	12 062	12 697**	12 413**

* hors CIF et contrats de professionnalisation

** en 2012 et 2013 les contrats de professionnalisation étaient inclus dans les heures de formation

Afin de mener sa politique de formation, la Direction des Ressources Humaines a mis en place, par le biais du site intranet du groupe, 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 2014 a été marquée par des sessions de formation conséquentes auprès de l'ensemble des collaborateurs du groupe et notamment des équipes de towerCast et de NRJ Global.

L'année 2014, c'est aussi la continuité des deux modules de formation basés sur la Process Com et dispensés par Kahler Communication France au sein du groupe : un module de 4 jours à destination des managers « Développez 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 permettent 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 sont, comme les années précédentes, très positives.

La formation sur la « gestion du stress », initiée en 2010, s'est poursuivie et rencontre toujours du succès. Cette formation est basée sur le volontariat et est ouverte à tous les collaborateurs de l'UES Boileau.

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

5.2.5 EGALITE DE TRAITEMENT

5.2.5.1 LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS

L'article 1.2 de la Charte Ethique de NRJ Group (1.2 : Respect des droits des salariés) stipule que le Groupe « 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. »

5.2.5.2 MESURES PRISES EN FAVEUR DE L'EGALITE HOMMES / FEMMES

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

(France)	2014	%	2013	%	2012	%	2011	%
Hommes	831	57	820	56	820	57	812	57
Femmes	622	43	634	44	628	43	613	43
Effectif total	1 453	100	1 454	100	1 448	100	1 425	100

Outre la répartition des effectifs du groupe apparaissant dans ce tableau, les constatations faites les années précédentes sont toujours d'actualité : composition paritaire du Conseil d'administration de NRJ GROUP, absence d'écart de rémunération fondé sur l'appartenance à l'un ou l'autre des sexes et 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.

Le principe de la parité s'applique 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 45 hommes,
- ♦ l'instance de gouvernance du Groupe est composée de 6 administrateurs dont 3 femmes, ainsi que d'un censeur.

Un accord collectif sur la thématique de l'égalité professionnelle a été conclu en janvier 2012 au sein de l'UES Régions. Il prévoit des mesures en matière :

- ♦ de formation,
- ♦ de rémunération effective,
- ♦ d'articulation entre l'activité professionnelle et l'exercice de la responsabilité familiale.

L'accord collectif sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes au sein de l'UES Boileau étant arrivé à échéance au 31 décembre 2013, de nouvelles négociations ont eu lieu au cours du premier trimestre 2014 et ont abouti à la conclusion d'un nouvel accord le 18 mars 2014. Cet accord prévoit des mesures en matière :

- ♦ d'embauche,
- ♦ de formation,
- ♦ de rémunération effective,
- ♦ d'articulation entre l'activité professionnelle et l'exercice de la responsabilité familiale.

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 2014, ces commissions se sont réunies respectivement les 23 avril et 9 décembre pour l'UES Boileau (réunion semestrielle) et le 19 décembre pour l'UES Régions (réunion annuelle).

L'accord applicable à l'UES Régions arrivant à échéance au 31 janvier 2015, de nouvelles négociations ont eu lieu au cours du second trimestre 2014. Ces négociations n'ayant pu aboutir, un plan d'action unilatéral sera établi pour une durée d'un an.

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.

5.2.5.3 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 2014, on peut citer les éléments suivants :

- ♦ Des négociations sur les mesures relatives à l'insertion professionnelle et au maintien dans l'emploi des travailleurs handicapés ont été engagées sur chacune des deux UES du Groupe. Ces négociations étaient toujours en cours au 31 décembre 2014,
- ♦ 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, engagés en 2013, ont été poursuivis en 2014 sur le site parisien de Gautier, afin notamment de renforcer l'accessibilité des lieux pour les personnes à mobilité réduite.

Cette volonté de promouvoir la diversité et l'égalité des chances pour tous a été réaffirmée par la signature, le 11 février 2014, de la Charte du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, visant à favoriser la formation et l'insertion professionnelle des personnes handicapées dans le secteur de la communication audiovisuelle.

5.2.5.4 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 dans lesquels il dispose d'implantations et 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.

5.3 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 destinées à 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.

Dès 2012, le Groupe avait fait 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 est resté d'actualité en 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 ou sont considérées comme non significatives compte tenu de l'activité du Groupe. Ainsi, certains indicateurs ne sont pas mentionnés ci-après :

- ◆ 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,
- ◆ moyens consacrés à la prévention des risques environnementaux et des pollutions,
- ◆ mesures prises pour préserver ou développer la biodiversité.

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

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

Le Groupe développe des actions contribuant au recyclage des consommables. Ainsi :

- ◆ Pour le matériel de bureautique (copieurs/fax), le fournisseur unique de NRJ GROUP, la société XEROX, a mis en place un site Internet informant l'ensemble des utilisateurs du processus permettant de recycler les toners et les cartouches. Ce site décrit également les processus de recyclage des toners informatiques,
- ◆ A Lyon, la société CMI collecte l'ensemble des déchets bureautiques et informatiques,
- ◆ Le Groupe NRJ adhère à EcoFolio, l'éco-organisme en charge du recyclage des papiers,
- ◆ Les bureaux parisiens sont équipés, depuis décembre 2014, des poubelles de tri sélectif « ELISE ».

Les principaux déchets d'équipement (DEEE, câbles, baies électroniques, ferraille) de la société TowerCast sont apportés en déchetterie.

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

towerCast SAS effectue régulièrement, et à la demande de tiers, des analyses et des modifications destinées à réduire les nuisances de ses installations. A titre d'exemple, en 2014, des nuisances sonores ont été signalées et résolues à Montpellier et à Rouen.

S'agissant des installations potentiellement bruyantes comme les groupes-électrogènes, towerCast SAS prend en charge et effectue la mise en service des tests sonores réalisés en limite de propriété afin de s'assurer du respect de la réglementation.

Quatre mesures de champs électromagnétiques ont été réalisées en 2014 dans les villes de Toulouse, de Saint-Etienne, d'Annemasse et de Venosc, à la demande de tiers.

5.3.3 ONDES ELECTROMAGNETIQUES

5.3.3.1 DISPOSITIFS REGLEMENTAIRES LIES AUX CHAMPS ELECTROMAGNETIQUES

Cf. § 4.3.1 – Mesures de champs électromagnétiques (partie Facteurs de risques et assurances).

5.3.3.2 PROTECTION DES SITES ET DES SALARIES

Cf. § 4.3.2 - Autres mesures de protection des sites et des salariés (partie Facteurs de risques et assurances).

5.3.4 MESURES PRISES POUR AMELIORER L'UTILISATION DES MATIERES PREMIERES

Le Groupe NRJ s'attache autant que possible à :

- ♦ envoyer des courriers postaux en tarification « Lettres Vertes »,
- ♦ éteindre les lumières et le matériel lorsqu'ils ne sont plus utilisés,
- ♦ mettre en place des minuteurs sur les interrupteurs des parties communes dans les bureaux,
- ♦ équiper les robinets d'eau de ses bureaux, notamment à Paris, de systèmes d'arrêt automatique,
- ♦ optimiser les consommations de gaz en coupant le chauffage le soir et le week-end.

5.3.5 CONSOMMATION D'EAU

Du fait de son activité tertiaire, les consommations d'eau du Groupe sont limitées à l'utilisation sanitaire dans les bureaux.

Le tableau ci-dessous récapitule les consommations d'eau dans les sites parisiens (Rue Boileau et Avenue Théophile Gautier) et en régions dont les antennes de régie commerciale. Il n'y a pas de consommation d'eau sur les sites de towerCast en régions.

Les consommations d'eau (en m3) ont été suivies pour la première fois en 2014, ce qui explique l'absence de données comparatives pour les années précédentes.

Consommation d'eau (en m3)	2014
BUREAUX PARISIENS	10 367
ANTENNES REGIONALES	3 693*
TOWERCAST	NA
Total	14 060

* Consommation d'eau sur un an glissant (365 jours) : variation entre le dernier relevé et le relevé j-365 jours. Les consommations d'eau des structures qui ne sont pas gérées en direct par NRJ GROUP (sites en location) ont été estimées sur la base de la consommation moyenne par personne des sites gérés en direct et présentant un profil similaire. Cette estimation concerne 61% de la consommation des antennes régionales.

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

5.3.6 CONSOMMATION D'ELECTRICITE, DE GAZ ET DE CARBURANT

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

5.3.6.1 CONSOMMATION D'ELECTRICITE

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

Consommation d'électricité (kWh)	2013	2014
BUREAUX PARISIENS	5 326 279	5 047 538
ANTENNES REGIONALES (72 sites) ¹	2 903 008	2 661 088 ²
TOWERCAST (797 sites)	34 618 901 ³	41 281 755 ⁴
Total	42 848 188	48 990 381

¹ Consommation d'électricité sur un an glissant (365 jours) : variation entre le dernier relevé et le relevé j-365 jours.

² Les consommations d'électricité des structures qui ne sont pas gérées en direct par NRJ GROUP ont été estimées. Cette estimation concerne 8% de la consommation en région.

³ Du fait de la difficulté de collecter une donnée réelle consolidée couvrant les nombreux sites de towerCast, 60% des consommations reportées ont été estimées, en 2013, pour towerCast.

⁴ La part estimée correspond à 27% de la donnée globale

5.3.6.2 CONSOMMATION DE GAZ

Le tableau ci-dessous récapitule les consommations de gaz (en kWh PCS) du site parisien (Avenue Théophile Gautier) et des antennes de régies en régions. Il n'y a pas de consommation de gaz Rue Boileau et sur les sites de towerCast en régions.

La diminution de la consommation de gaz constatée en 2014 dans les bureaux parisiens s'explique par des économies, résultant de la fermeture du chauffage lorsque les bureaux sont inoccupés (week-ends et soirées).

Consommation de gaz (kWh PCS)	2013	2014
BUREAUX PARISIENS	314 172	104 777
ANTENNES REGIONALES	177 479 ¹	123 588 ¹
TOWERCAST	N/A	N/A
Total	491 651	228 365

¹ Consommation de gaz sur un an glissant (365 jours) : variation entre le dernier relevé et le relevé j-365 jours.

5.3.6.3 CONSOMMATION DE CARBURANT

Consommation de carburant (litres)	2013	2014
BUREAUX PARISIENS	89 171	43 0221
ANTENNES REGIONALES	208 402	184 963
TOWERCAST	344 492	316 194
Total	642 065	544 179

¹ En 2014, la consommation des véhicules rattachés aux bureaux parisiens ne prend pas en compte les véhicules ne disposant pas de cartes de paiement de carburant, soit environ un tiers de la flotte

5.3.7 MESURES PRISES POUR AMELIORER L'EFFICACITE ENERGETIQUE ET LE RE-COURS AUX ENERGIES RENOUVELABLES

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

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

A Paris, le Groupe est propriétaire des immeubles dans lesquels il exerce son activité. Une compensation électrique des équipements a été mise en place sur le site de Boileau afin de capter la surconsommation et de la réinjecter directement dans le réseau du groupe. Un programme de rénovation sur 5 ans est également déployé depuis 2008. 2014 a été l'année d'aboutissement du projet pour la conception de la rénovation technique des deux immeubles : sécurisation des systèmes de production et de diffusion par rapport aux risques d'inondations (crues centenaires). Les installations techniques datant de 1991 et 1995, les rénovations vont intégrer des pompes à chaleur dans les deux immeubles, tous les groupes froids avec récupération d'énergie, la mise en place d'éclairage LED pour l'éclairage et d'écrans LCD à la place d'écrans plasma pour l'affichage des marques (30 écrans pour Studio Live et 2 pour NRJ), moins consommateur d'énergie et dégageant moins de chaleur.

Ces travaux permettront de réaliser 25% d'économies d'énergie pour les immeubles parisiens.

Le calendrier de réalisation des travaux de rénovation est présenté ci-dessous :

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

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

5.3.8 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 5.3.6 :

Estimation des rejets de gaz à effet de serre	Coefficient	Type de Coefficient d'émission	Kilos d'équivalents CO2
ELECTRICITE	0,078	kCO ₂ eq / kWh	3 821 250
GAZ	0,214	kCO ₂ eq / kWh PCS	48 870
CARBURANT	3,17	kCO ₂ eq / litre de diesel	1 725 047
Total			5 595 167

Source : Base carbone de l'Ademe, mise à jour 2014

5.3.9 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 destinées à 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, pour conséquence, l'utilisation de véhicules neufs,
- ◆ bénéficie d'une politique « Voyages » qui donne la priorité à l'utilisation du train au détriment de l'avion pour tout trajet d'une durée inférieure à 3h30.

5.4 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 3-1048¹, nous vous présentons notre rapport sur les informations sociales, environnementales et sociétales consolidées relatives à l'exercice clos le 31 décembre 2014 (ci-après les « Informations RSE »), présentées dans le rapport de gestion 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, conformément au référentiel utilisé par la société, (ci-après le « Référentiel ») dont un résumé figure dans le rapport de gestion et disponible 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 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 au Référentiel (Avis motivé sur la sincérité des Informations RSE).

Nos travaux ont été effectués par une équipe de quatre personnes entre novembre 2014 et mars 2015 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 sur la sincérité, à la norme internationale ISAE 3000².

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.

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 la note méthodologique présentée au paragraphe 5 du rapport de gestion.

¹ dont la portée est disponible sur le site www.cofrac.fr

² ISAE 3000 – Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information

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 des entretiens avec 12 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 du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- 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 et 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 importantes³ :

- 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 que nous avons sélectionnées⁴ 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 85% 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'échantillonnage 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.

Réserve exprimée

Concernant les consommations d'électricité, nous estimons que le dispositif de collecte manuel d'une partie des données comporte des risques d'erreurs importants et que la méthodologie d'estimation de l'autre partie des données manque de précision, rendant la fiabilité de cet indicateur incertaine.

³ **Informations quantitatives**

Social : Effectif total par zone géographique ; Part des intermittents par rapport à l'effectif moyen France ; Nombre total d'embauches ; Nombre total de licenciements ; Absentéisme par motifs ; Taux de fréquence et de gravité des accidents du travail ; Nombre d'heures de formation ; Nombre de femmes et d'hommes au sein de l'équipe des antennes télévision.

Environnement : Consommation d'électricité ; Consommation de carburant ; Estimation des rejets de gaz à effet de serre.

Sociétal : Pourcentage d'expertes interviewées sur Chérie FM, Radio Nostalgie et NRJ.

Informations qualitatives

Social : Bilan des accords collectifs sur la durée du travail au sein des UES Boileau et Régions ; Organisation générale du temps de travail ; Plan d'action sur la prévention de la pénibilité ; Formation sur la « gestion du stress » ; Négociations sur les mesures relatives à l'insertion professionnelle et au maintien dans l'emploi des travailleurs handicapés ; Charte éthique.

Environnement : Economies d'énergie et réduction des gaspillages ; Mesures de prévention, de recyclage et de valorisation des déchets produits par le Groupe ; Mesures de champs électromagnétiques ; Flotte de véhicules en contrats de location courts.

Sociétal : Nombre d'antennes du Groupe sanctionnées par le CSA au titre de l'exercice 2013 ; Traitement des thèmes Diversité et Handicap dans l'émission « Tellement Vrai » ; Nombre d'annonceurs associatifs ayant bénéficié du soutien du Groupe ; Directive achats ; Coupes nécessaires et prudentes dans les programmes jugés « litigieux » ; Messages de sensibilisation et de vigilance à direction des adolescents ; Nombre d'heures de programmes autour de la thématique de l'alimentation.

⁴ Entités sélectionnées : France (UES Boileau, UES Régions, Towercast)

Conclusion

Sur la base de nos travaux et sous cette réserve, 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 au Référentiel.

Neuilly-sur-Seine, le 30 mars 2015

L'un des commissaires aux comptes,
Deloitte & Associés

Bertrand BOISSELIER
Associé