

---

# CHAPITRE 5

## RESPONSABILITE SOCIETALE, SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE DE L'ENTREPRISE

---

<b>AVANT PROPOS</b>	74
<b>5.1 GOUVERNANCE ET PARTIES PRENANTES DU GROUPE</b>	75
5.1.1 Gouvernance d'entreprise et référentiels internes	75
5.1.2 Parties prenantes externes du Groupe	76
<b>5.2 ENGAGEMENT SOCIETAL</b>	77
5.2.1 Respecter les obligations déontologiques et conventionnelles dans les contenus Audiovisuels	77
5.2.2 Favoriser les actions sur l'ensemble du territoire et la proximité avec le public	81
5.2.3 Soutenir la fondation NRJ et le monde associatif	82
5.2.4 Organiser les relations avec les annonceurs dans le respect de la réglementation	84
5.2.5 Prendre en compte les enjeux sociétaux et environnementaux dans la politique d'achat et lors du recours à la sous-traitance	84
5.2.6 Garantir un haut niveau d'exigence sur l'éthique des affaires	85
<b>5.3 PERFORMANCE SOCIALE</b>	85
5.3.1 Collaborateurs	85
5.3.2 Rémunérations et avantages	87
5.3.3 Organisation du travail	87
5.3.4 Relations sociales	89
5.3.5 Conditions d'hygiène, de santé et de sécurité au travail	90
5.3.6 Mesures d'accompagnement et de gestion de carrière	91
5.3.7 Mesures prises en faveur de l'égalité des chances et de traitement	93
<b>5.4 PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE</b>	95
5.4.1 Prévention des nuisances sonores et de l'exposition aux ondes électromagnétiques	95
5.4.2 Prévention, recyclage, réutilisation et autres formes de valorisation et d'élimination des déchets	96
5.4.3 Actions de lutte contre le gaspillage alimentaire	96
5.4.4 Consommation d'eau et mesures prises pour limiter sa consommation	97
5.4.5 Consommation d'électricité et mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique	97
5.4.6 Consommation de gaz et mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique	98
5.4.7 Consommation de carburant et mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique	99
5.4.8 Emissions de gaz à effet de serre	99
<b>5.5 RAPPORT DE L'UN DES COMMISSAIRES AUX COMPTES DESIGNE ORGANISME TIERS INDEPENDANT</b>	100

### AVANT PROPOS

#### Cadre de référence du reporting RSE

En tant qu'acteur majeur des médias en France, le Groupe 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 certaine responsabilité, d'une part à travers les contenus de ses émissions de radio et de télévision et ses sites internet, et, d'autre part, à travers la gestion de ses activités et de leurs impacts sociaux et environnementaux.

Face à ces enjeux et afin de se conformer à l'obligation réglementaire découlant de l'article L225-102-1 du Code de Commerce, depuis l'exercice 2012, le Groupe intègre, un chapitre sur la Responsabilité Sociale de l'Entreprise (« RSE ») dans son Document de Référence. Par ailleurs, depuis l'exercice 2013, le Groupe fait vérifier la présence et la sincérité des données fournies dans ce chapitre par un Organisme Tiers Indépendant.

En 2016, le volet environnemental du reporting RSE a été enrichi afin d'intégrer les obligations de publication découlant de la loi du 17 août 2015 relative à la transition énergétique pour la croissance verte et de son décret d'application du 19 août 2016 pris pour application de l'article L225-102-1 du Code de Commerce. La table de concordance de cet article, présentée dans le chapitre 11 de ce Document de Référence, renvoie à l'ensemble de l'information requise et précise, le cas échéant, les rubriques qui ne trouvent pas à s'appliquer au Groupe.

#### Enjeux et responsabilité

L'activité du Groupe étant avant tout divertissante et culturelle, la proposition de valeur et sa contribution à la société passent exclusivement par un contenu immatériel : Programmes TV ou radios, univers numérique. C'est à travers ses médias que le Groupe peut exprimer et diffuser ses valeurs auprès d'un large public. Au regard de cette contribution, l'impact sociétal est le fil conducteur de son engagement et apparaît donc en première partie de ce rapport. La prise en compte de la diversité est importante pour le Groupe, tant au niveau des contenus audiovisuels qu'il diffuse que des publics auxquels il s'adresse. Elle 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.

L'ambition du Groupe est par ailleurs de placer le respect de ses valeurs essentielles au cœur de la gestion des ressources humaines afin de fidéliser les talents et de leur permettre de s'épanouir dans un environnement professionnel motivant et enrichissant. Ici encore, le Groupe souhaite promouvoir la diversité dans toutes ses dimensions (genre, sociétale et culturelle, générationnelle) ainsi que l'égalité entre les femmes et les hommes, à tous les niveaux du Groupe.

Enfin, si les activités médiatiques ont, par nature, un impact environnemental limité, le Groupe est conscient de la nécessité pour lui de continuer à progresser dans la mesure et la maîtrise de cet enjeu. NRJ GROUP souhaite ainsi poursuivre ses efforts afin de réduire les émissions de gaz à effet de serre et améliorer l'efficacité énergétique et la gestion des déchets produits. Le Groupe est également attentif aux impacts spécifiques de ses activités de diffusion, principalement exercées par sa filiale

towerCast, 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 a pour objet de présenter, successivement pour chacune de ces 3 thématiques, les actions mises en œuvre par le Groupe afin de répondre aux enjeux auxquels il est confronté et aux responsabilités qui sont les siennes ainsi que les performances réalisées mais également les marges de progrès qui subsistent encore.

#### Périmètre du reporting RSE

Depuis 2012, première année de production du chapitre RSE, le Groupe adopte une démarche de progrès continu en termes de reporting et de mise en œuvre de bonnes pratiques. C'est à ce titre qu'en 2015, il a étendu le reporting, jusqu'alors limité à ses filiales françaises, à ses filiales belges et allemandes. Restreint sur ce dernier périmètre au volet social et environnemental la première année, le reporting a été étendu au volet sociétal à partir de 2016. Le reporting RSE couvre ainsi l'ensemble des thématiques pour toutes les entités françaises, belges et allemandes du Groupe consolidées par intégration globale. La liste complète de ces entités est fournie dans l'annexe des comptes consolidés du Groupe qui est présentée dans le chapitre 8 de ce Document de Référence.

En termes d'effectifs, les entités françaises, belges et allemandes employaient au total 1 593 personnes au 31 décembre 2017, soit près de 97 % des effectifs du Groupe à cette date et elles ont contribué, en 2017, à la réalisation de plus de 98 % du chiffre d'affaires consolidé du Groupe. Elles sont donc largement représentatives de l'activité du Groupe et de ses performances sur le plan social, sociétal et environnemental.

Afin de faciliter leur comparaison dans le temps, les indicateurs quantitatifs fournis dans ce reporting sont présentés sur deux, voire trois exercices. Par ailleurs, lorsque cela s'avère nécessaire, le mode de calcul de ces indicateurs est fourni sous la forme d'une note méthodologique dans le paragraphe dans lequel l'indicateur est présenté.

#### Méthodologie de reporting des indicateurs RSE

La définition et la méthode de collecte des indicateurs quantitatifs sociaux et environnementaux ont fait l'objet d'un guide méthodologique (« Protocole de reporting ») partagé entre les contributeurs et l'Organisme Tiers Indépendant. Les indicateurs quantitatifs sociétaux relèvent, quant à eux, pour une large part des données requises par le CSA en France et en Belgique et par les *Medienanstalten* en Allemagne.

L'élaboration du chapitre RSE est le fruit de la collaboration de nombreux contributeurs (Direction des Ressources Humaines, Pôle Technique, Direction des Achats, Direction des Relations Institutionnelles, etc.) dont l'action est coordonnée par le département Finances qui met à jour et enrichit les supports de reporting, organise le processus de collecte des données et s'assure de leur vraisemblance puis veille à la cohérence d'ensemble du document au regard de la politique définie par le Groupe et des textes réglementaires.

### 5.1 GOUVERNANCE - PARTIES PRENANTES DU GROUPE

Le Groupe fonde le développement de ses activités sur un ensemble de valeurs et de principes éthiques auxquels ses dirigeants et ses salariés doivent se conformer en toutes circonstances. En outre, du fait de son statut d'entreprise dont les titres sont admis aux négociations sur un marché réglementé, la société NRJ GROUP est soucieuse du respect des règles de bonne gouvernance des sociétés cotées. Conscient de la responsabilité de ses activités dans toutes leurs formes d'interaction avec la société, le Groupe est par ailleurs très attentif à la qualité de ses échanges avec ses parties prenantes avec lesquelles il développe, autant que possible, des relations de confiance transparentes et équitables.

#### 5.1.1 GOUVERNANCE D'ENTREPRISE ET REFERENTIELS INTERNES

Le chapitre 6 de ce Document de Référence présente la gouvernance d'entreprise du Groupe. Certains éléments de ce chapitre, 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 2008, date à laquelle il a adopté une forme de gouvernance à Conseil d'Administration, le Groupe respecte la parité hommes/femmes au sein de cet organe. En effet, depuis cette date le Conseil d'Administration est composé de 6 membres dont 3 femmes. Le principe de représentation équilibrée des hommes et des femmes est donc respecté, au-delà même des obligations légales.

Conformément au code de gouvernance MiddleNext auquel se réfère la société, le Conseil d'Administration est composé de deux membres indépendants. Le Conseil d'Administration s'assure chaque année que les critères d'indépendance (cf. Chapitre 6), fixés par ce code et repris dans le Règlement Intérieur du Conseil, sont bien respectés.

Le Règlement Intérieur du Conseil comporte par ailleurs des règles de gestion des conflits d'intérêts dont l'application peut, dans certains cas, conduire à la démission même de l'administrateur concerné. Enfin, le Groupe s'est doté d'un Comité des Nominations et des Rémunérations ainsi que d'un Comité d'Audit.

##### Référentiels internes et dispositifs associés

Le Groupe s'est doté de divers référentiels internes dont les principaux sont présentés ci-après.

##### La Charte d'éthique

Cadre de référence éthique du Groupe, elle formalise les valeurs et principes éthiques fondamentaux auxquels les dirigeants et les salariés doivent se référer et se conformer en toutes circonstances. En vigueur au sein du Groupe en France depuis 2007, elle a fait l'objet d'une refonte en 2017 (mise en application à compter de 2018), afin de prendre en compte la mise en place d'un Code de conduite anti-corruption.

Un exemplaire de la Charte, accessible sur les sites intranet du Groupe, est remis à tout nouvel arrivant.

Dans son préambule, il est indiqué que 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. 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 relative à un conflit d'intérêts auquel un collaborateur du Groupe est susceptible d'être confronté.

##### Le Code de conduite anti-corruption

Conformément aux nouveaux dispositifs introduits par l'article 17 de la loi relative à la transparence, la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique dite « Loi Sapin 2 », le Groupe s'est lancé dans la mise en place des 8 mesures prévues par cet article et visant à prévenir et détecter des éventuels faits de corruption.

Dans ce cadre, le Groupe s'est notamment doté d'un code de conduite anti-corruption applicable à l'ensemble des collaborateurs des sociétés françaises du Groupe. Disponible sur les sites intranet du Groupe, ce code est remis à tout nouvel entrant. Il prône le rejet par tous de la corruption et précise que le Groupe entend appliquer 3 grands principes : « Tous concernés », « Tous irréprochables » et « Tous vigilants ». Il rappelle notamment ce qu'on entend par le terme « corruption » et les principes qui permettent de qualifier un fait de corruption. Ce code illustre par ailleurs les différents types de comportements à proscrire et les règles à respecter.

##### Dispositif d'alerte professionnelle associé à la lutte contre la corruption

Dans un souci de mise en conformité avec l'article 17 de la « Loi Sapin 2 » et avec son article 8 qui impose de mettre en place un dispositif d'alerte professionnelle (procédure dite des « lanceurs d'alerte »), le Groupe s'est doté d'un dispositif d'alerte professionnelle. Ce dispositif permet à tout collaborateur des sociétés françaises du Groupe d'émettre, de manière désintéressée et de bonne foi, tout signalement dont il a personnellement connaissance et relatif notamment à un crime, à un délit, à une violation grave et manifeste d'une loi ou d'un règlement ou à l'existence de conduites ou de situations contraires au Code anti-corruption et susceptibles de constituer des faits de corruption ou de trafic d'influence.

Au-delà de ces référentiels internes clés et dispositifs, le Groupe a produit une note portant sur la prévention des délits et manquements d'initiés. Cette note, mise à jour en décembre 2016 dans le cadre de la réforme « Abus de Marché », rappelle notamment aux mandataires sociaux et aux collaborateurs du Groupe détenteurs d'une information privilégiée sur le Groupe, les devoirs légaux et réglementaires qui leur sont imposés en matière d'achat et de vente de titres NRJ GROUP ainsi que les fenêtres négatives et périodes d'embargo en vigueur au sein du Groupe.

### 5.1.2 PARTIES PRENANTES EXTERNES DU GROUPE

Le tableau ci-dessous présente les principales parties prenantes externes<sup>(1)</sup> du Groupe et résume leur rôle, les enjeux pour le Groupe ainsi que les modalités d'échanges du Groupe avec chacune d'entre elles.

Parties prenantes	Rôle/ Enjeux	Supports du dialogue
<b>Instances de régulation professionnelles</b> Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et ses homologues à l'international ; Autorité de la Concurrence ; organisations professionnelles telles que l'ARPP, l'ARCEP et l'ANFR en France.	Les instances de régulation définissent le cadre réglementaire dans lequel s'inscrit l'activité du Groupe. Les conventions et autres documents signés avec ces instances orientent et organisent fortement son activité.	Signature de conventions, de chartes ; procédures d'information convenues à un rythme périodique ou ponctuellement à la demande du CSA ; participation à des groupes de travail, échanges, réunions.
<b>Public</b>	Auditeurs, téléspectateurs et internautes sont directement impactés par les choix de programmation et par les messages diffusés sur les antennes et sur les sites internet du Groupe. A ce titre, les enjeux du Groupe portent notamment sur l'éthique et la déontologie des contenus mais également sur l'accessibilité à tous et la sensibilisation du public aux grands enjeux sociétaux contemporains. Le Groupe s'attache par ailleurs à maintenir un dialogue constant avec son public.	Prises de parole à l'antenne ; réponses personnalisées aux emails ; sites internet des radios et des chaînes de télévision du Groupe ; tournées ; opérations spécifiques pour rencontrer des acteurs et des animateurs ; médias sociaux (NRJ est la première marque radio sur Facebook et Twitter) ; <i>tchat</i> en <i>visio</i> sur internet avec les acteurs et les animateurs ; présence sur les plateaux d'enregistrement des émissions.
<b>Annonces et leurs mandataires</b>	La publicité constitue la principale source de revenus du Groupe : Les annonceurs investissent sur les médias du Groupe pour communiquer auprès de leur(s) cible(s) privilégiée(s). Ils souhaitent ainsi orienter leurs comportements d'achat.	Evénements, conférences, Rencontres directes avec les annonceurs, site internet <a href="http://www.nrjglobal.com">www.nrjglobal.com</a> et <a href="http://www.nrjglobalregions.com">www.nrjglobalregions.com</a> , Relations contractuelles conformes aux Conditions Générales de Vente.
<b>Fournisseurs et prestataires</b>	L'activité du Groupe engendre un grand nombre d'achats, y compris de prestations de services liées aux émissions diffusées (productions télévisées par exemple). Le Groupe est attentif à valoriser les engagements sociaux, sociétaux et environnementaux de ses fournisseurs et prestataires.	En France, <i>Charte d'éthique</i> et <i>Directive Achats Groupe</i> ; Consultations et appels d'offres ; Enquêtes de <i>sourcing</i> en amont ;
<b>Secteur associatif</b>	Ancré en régions 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 diffusés sur les antennes de radio et de télévision ; partenariats, mise à disposition d'espaces publicitaires ;
<b>Communauté financière</b> (AMF, Banque de France, établissements de crédit, investisseurs, analystes financiers)	NRJ Group est une société cotée sur le marché Euronext Paris ; elle agit dans une démarche de dialogue basée sur la pertinence et la transparence de l'information relative aux résultats du Groupe.	Site internet <i>corporate</i> du Groupe, Publication des résultats financiers semestriels et annuels, publication du Document de Référence ; Assemblée Générale des actionnaires ; Rencontres avec les investisseurs, <i>road shows</i> ; Réunions et conférences téléphoniques avec les analystes financiers (SFAF), contacts réguliers par téléphone.

<sup>(1)</sup> Les parties prenantes internes sont évoquées dans d'autres chapitres du Document de Référence. Ainsi, les actionnaires, administrateurs et membres du Comité d'Audit sont présentés au Chapitre 6. Les éléments concernant les salariés du Groupe sont traités ci-après, dans la partie 5.3 - PERFORMANCES SOCIALES.

### 5.2 ENGAGEMENT SOCIETAL

Les informations figurant dans cette section sont relatives à l'activité de radio exercée en France, en Belgique et en Allemagne ainsi qu'à l'activité de télévision qui n'est exercée qu'en France.

#### 5.2.1 RESPECTER LES OBLIGATIONS DEONTOLOGIQUES ET CONVENTIONNELLES DANS LES CONTENUS AUDIOVISUELS

En tant qu'éditeur de contenus audiovisuels, le Groupe évolue dans un environnement réglementaire très structuré : Une convention, qui décrit notamment les engagements pris par le Groupe, est signée par chaque service de radio et de télévision autorisé ou conventionné avec le Conseil supérieur de l'audiovisuel français (CSA) en France, le Conseil supérieur de l'audiovisuel belge (CSA) en Belgique et avec le *Medienanstalt* du Land concerné en Allemagne.

Le Groupe est attentif au respect de l'ensemble des obligations générales et déontologiques découlant de ces conventions qui portent, notamment, en France, sur :

- ◆ le respect du pluralisme de l'expression des courants de pensée et d'opinion,
- ◆ l'absence d'incitation à des comportements ou pratiques délinquants ou inciviques,
- ◆ la promotion des valeurs d'intégration et de solidarité qui sont celles de la République,
- ◆ le respect de la dignité de la personne humaine et des droits de la personne,
- ◆ l'honnêteté de l'information et des programmes,
- ◆ la protection de l'enfance et de l'adolescence.

En télévision, les conventions comprennent également des engagements qui portent sur :

- ◆ l'accessibilité des programmes aux personnes sourdes, malentendantes et malvoyantes,
- ◆ la représentation de la diversité.

Le dispositif mis en place par le Groupe afin de s'assurer du respect de ses engagements intègre en particulier, en télévision, le comité de visionnage qui contrôle les programmes acquis ou préenregistrés, notamment au regard des obligations déontologiques des chaînes et des règles de protection de l'enfance et de l'adolescence. Ce comité, composé des responsables de l'antenne, de la programmation, des acquisitions et de la conformité réglementaire, établit des recommandations de classification et de programmation appropriées. En radio, les équipes sont sensibilisées aux obligations légales, réglementaires et conventionnelles en la matière.

En France, le rapport annuel sur les conditions d'exécution des obligations et engagements est adressé au CSA au plus tard le 31 mai de l'année suivante pour les services de télévision gratuite et le 31 juillet de l'année suivante pour les services de radio. Certains faits marquants et données présentés ci-dessous sont issus de ce rapport <sup>(1)</sup> et correspondent ainsi à l'année 2016.

(1) Ce rapport est disponible via le lien internet suivant : <http://www.csa.fr/Etudes-et-publications/Les-comptes-rendus-et-les-bilans/Les-comptes-rendus-et-les-bilans-des-chaines-de-television-publiques-et-privées/Respect-des-quotas-de-diffusion-d-œuvres-des-chaines-hertziennes-nationales-privées-gratuites-et-du-service-Canal-Exercice-2016>

#### 5.2.1.1 RESPECTER LES ENGAGEMENTS DE DIFFUSION

##### Télévision en France

En application des conventions signées par les chaînes de télévision du Groupe avec le CSA, les services de télévision sont tenus de réserver, dans le total du temps annuellement consacré à la diffusion et rediffusion d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques de longue durée, une proportion d'au moins 60 % à la diffusion d'œuvres européennes et d'au moins 40 % à la diffusion d'œuvres d'expression originale française.

Au titre de l'année 2016, les résultats de la diffusion des 3 chaînes du Groupe présentés ci-après attestent du respect de ces engagements. Ainsi, aucune procédure de sanction n'a été engagée en 2016 à l'encontre d'une des chaînes du Groupe quant aux quotas de diffusion d'œuvres audiovisuelles ou cinématographiques.

##### Indicateurs : Volume d'heures de diffusion d'œuvres audiovisuelles, part des œuvres européennes et des œuvres d'Expression Originale Française

Au titre de l'année 2016, les résultats de la diffusion des 3 chaînes du Groupe présentés ci-dessous attestent du respect des engagements contractés :

	NRJ 12	CHERIE 25	NRJ HITS
Volume annuel	5 135h 47mn	4 902h 27mn	8 230h 02mn
Dont OE <sup>(1)</sup>	73,9%	85,7%	68,5%
Dont EOF <sup>(2)</sup>	62,4%	83,4%	41%

(1) Œuvres Européennes

(2) Œuvres d'Expression Originale Française

Source : Rapport du CSA 2016

##### Indicateurs : Nombre d'heures de diffusion d'œuvres cinématographiques, part des œuvres européennes et des œuvres d'Expression Originale Française

	NRJ 12	CHERIE 25
Nombre de diffusions 24/24	192	192
Dont œuvres cinématographiques européennes	60,9%	60,4%
Dont œuvres cinématographiques d'expression originale française	40,1%	42,7%

Source : Rapport du CSA 2016

##### Radio

En France, conformément à l'article 3.2 de leur convention signée avec le CSA, les services de radios du Groupe sont également tenus de respecter les dispositions relatives à la diffusion de chansons d'expression française.

Aucune antenne française du Groupe n'a été sanctionnée par le CSA en 2016.

En Belgique, le CSA belge impose aux radios d'assurer un minimum de 70 % de production propre (production interne) et d'émettre en langue française, obligations qui ont été respectées par les radios du Groupe en 2017. Par ailleurs, en 2017, ces radios ont respecté les engagements pris avec le CSA quant à la diffusion de musiques sur des textes en langue française et d'œuvres musicales de compositeurs, d'artistes interprètes ou de producteurs de la Communauté française.

Le Groupe n'a donc fait l'objet d'aucune sanction émanant du CSA belge en 2017.

Il est précisé qu'une instruction avait été ouverte en novembre 2016 par le CSA belge à la suite de propos jugés susceptibles de heurter la sensibilité du public lors de la rediffusion d'une émission de nuit de NRJ France par NRJ Belgique. A ce titre, le 4 mai 2017, NRJ Belgique a été condamnée à la diffusion - 3 fois par jour, pendant la semaine du 19 au 25 juin - d'un communiqué mettant en exergue l'atteinte à la dignité humaine envers un mineur insulté gratuitement.

En Allemagne, la réglementation relative aux radios privées est basée sur plusieurs textes : Le « Rundfunkstaatsvertrag » au niveau fédéral (traité de radiodiffusion) et les « Medienstaatsvertrag » (traité média) au niveau de chaque Land. La protection de la jeunesse est quant à elle régulée au niveau fédéral dans le « Jugendmedienschutz-Staatsvertrag » (traité d'État pour la protection de la jeunesse dans les médias).

Le secteur audiovisuel privé est règlementé par les Länder. A cette fin, ces derniers se sont dotés de structures spécifiques, les « Landesmedienanstalten ». Ces « CSA régionaux » ont pour mission d'accorder les autorisations d'émettre aux stations de radios privées, d'examiner la composition de l'actionnariat des diffuseurs privés, leur concentration mais également les programmes diffusés. Chaque Medienanstalt définit à ce titre la réglementation qui lui est propre.

Dans chacun des Länder dans lesquels le Groupe exerce son activité, des conventions ont été signées avec le Medienanstalt local ; le Groupe est particulièrement attentif au respect des obligations qu'il a contractées.

Ainsi, au titre de l'exercice 2017, le Groupe n'a fait l'objet d'aucune plainte ni sanction émanant des autorités allemandes de surveillance des médias.

### 5.2.1.2 PROTEGER L'ENFANCE ET L'ADOLESCENCE

Les adolescents représentant une part importante du public des antennes de radio et des chaînes de télévision du Groupe, des dispositifs adéquats ont été mis en place depuis plusieurs années afin de garantir la protection de cette catégorie de personnes particulièrement sensibles.

#### Télévision

La protection de l'enfance et de l'adolescence joue un rôle essentiel dans les programmations des chaînes de télévision du Groupe, qui respectent les dispositions de la Recommandation du CSA du 7 juin 2005 aux éditeurs de services de télévision - modifiée par la délibération du 5

mars 2014 - concernant la signalétique jeunesse et la classification des programmes.

Le comité de visionnage se montre attentif aux images violentes et choquantes pour le jeune public en préalable des acquisitions de programmes mais aussi lors des commandes inédites de programmes produits par des producteurs indépendants. Ces derniers se voient en effet rappeler la nécessité de respecter les différentes obligations déontologiques qui s'imposent à la chaîne, notamment en matière de protection de l'enfance.

A l'initiative du CSA, deux campagnes d'information et de sensibilisation du public sont diffusées chaque année sur les chaînes du Groupe :

- ♦ La première vise à sensibiliser les téléspectateurs, et plus particulièrement les parents, sur les dangers de la télévision pour les enfants de moins de 3 ans. En 2015, le CSA a souhaité renouveler certains des films diffusés dans le cadre de cette campagne. Ainsi, cette campagne sur la protection des enfants de moins de trois ans est dissociée de la campagne signalétique jeunesse et a été diffusée entre le 16 et le 18 février 2017 sur les antennes des services de télévision ;
- ♦ la seconde a pour objectif de sensibiliser les téléspectateurs à la protection du jeune public à la télévision ; elle est couplée avec la campagne prévue sur les services de médias audiovisuels à la demande. Diffusée entre le 20 novembre et le 10 décembre 2017 sur les antennes des services de télévision, ces messages invitent le jeune public à un échange sur les images visionnées. Pour ce faire, les messages se fondent sur deux slogans prescripteurs : « *Les images violentes, on doit les éviter, sinon il faut en parler* » et « *Les images choquantes, on doit les éviter, sinon il faut en parler* ».

Les services linéaires et non-linéaires de NRJ GROUP ont pleinement participé à la diffusion de ces campagnes sur une période de trois semaines comprise entre le 20 novembre et le 10 décembre 2017 inclus.

#### Radio

Lors de leurs interventions, nos animateurs sensibilisent régulièrement nos auditeurs, et en particulier les plus jeunes, aux dangers de la drogue et de l'alcool et à la nécessité de se protéger lors de relations sexuelles.

Ainsi, en France, les messages de sensibilisation et de vigilance tels que « Sortez couvert » ou relatifs au rôle du « SAM » en soirée sont régulièrement diffusés par les animateurs, notamment Manu, Guillaume Pley et Aymeric Bonnery. Par ailleurs, la campagne d'information pour la protection du jeune public, diffusée pour la première fois à la radio en 2014, a été renouvelée en 2016 et 2017. La diffusion de cette campagne est basée sur le volontariat. Toutefois l'ensemble des radios du Groupe ont accepté de diffuser le spot.

En Belgique, outre des messages constructifs et sensibilisants à l'antenne, NRJ Belgique est partenaire de la plateforme de prévention contre le Sida et fait de la prévention à la sortie des soirées *Extravandance*, en distribuant ponctuellement des éthylotests.

En Allemagne, ENERGY sensibilise régulièrement ses jeunes auditeurs aux dangers de la drogue et de l'alcool et a notamment été partenaire de la *Detox Party Berlin*, en prônant la devise « faire la fête avec des smoothies plutôt qu'avec de l'alcool ».

### 5.2.1.3 FAVORISER L'ACCESSIBILITE DES PROGRAMMES TELEVISES

Depuis l'adoption de la loi du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, des efforts notables ont été fournis par les éditeurs de services de télévision afin de rendre accessibles leurs programmes aux personnes souffrant d'un handicap auditif ou visuel. Les chaînes du Groupe participent pleinement à cet effort en proposant des programmes sous-titrés et audio-décrits.

#### Sous-titrages

Conformément à la législation, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a fixé les proportions de programmes qu'un éditeur doit rendre accessibles aux personnes sourdes ou malentendantes en fonction du mode de réception du service et des paliers d'audience ou de chiffre d'affaires

Ainsi, pour NRJ 12, la proportion est fixée à 40 % des programmes, déduction faite d'un certain nombre d'éléments comme la publicité ou les bandes-annonces.

CHERIE 25 a souscrit des engagements plus importants en proposant un taux de 50% de ses programmes.

Le tableau ci-dessous atteste du respect de leurs engagements par les deux chaînes gratuites du Groupe en 2016 :

	Obligation	Réalisation
NRJ 12	40%	42,68%
CHERIE 25	50%	50,35%

Source : rapport CSA 2016

#### Audio-description

Conformément à la loi de février 2005 précitée, les chaînes réalisant une audience moyenne supérieure à 2,5% de l'audience totale des services de télévision, doivent rendre accessibles des programmes en audio-description. En conséquence, le CSA fixe pour les chaînes concernées, le volume de programmes à rendre accessibles aux personnes aveugles ou malvoyantes.

Ce procédé est destiné à rendre des programmes accessibles aux aveugles et aux malvoyants grâce à une voix hors champ décrivant les scènes et intrigues.

CHERIE 25, lors de la signature de sa convention en juillet 2012, a souscrit des engagements particuliers en la matière en proposant de diffuser chaque année 12 programmes en audio-description. Ainsi, en 2016, la chaîne a proposé à ses téléspectateurs 14 programmes inédits sur son antenne en audio-description ainsi que 24 rediffusions, respectant ainsi son obligation conventionnelle.

### 5.2.1.4 PROMOUVOIR LA DIVERSITE DANS TOUTES SES FORMES

Les programmes des chaînes de télévision et des radios du Groupe ne sont pas intrinsèquement destinés 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 et à la cohésion sociale, notamment au travers d'une meilleure représentation de la diversité des composantes de la société française, du handicap et de la parité.

#### Parité femme/homme

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

- ♦ En matière télévisuelle, l'année 2014 avait marqué une avancée significative dans la prise en compte de l'égalité entre les femmes et les hommes avec, d'une part, l'adoption de la loi du 4 août 2014 sur l'égalité réelle entre les femmes et les hommes, et, d'autre part, la concertation menée avec les diffuseurs par le Conseil supérieur de l'audiovisuel au sein de son Groupe de travail «Droit des Femmes», présidé par la Conseillère Sylvie Pierre-Brossolette, afin de mettre en pratique les nouvelles dispositions insérées dans la loi du 30 septembre 1986 à l'article 20-1 A.

La délibération du CSA du 4 février 2015 sur l'égalité entre les femmes et les hommes est entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> mars 2015.

La diffusion de programmes contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes, ainsi que la prise en compte d'indicateurs quantitatifs et qualitatifs sur la juste représentation des femmes et des hommes et l'image de la femme dans les programmes permettent à chacun des diffuseurs de répondre aux obligations posées par la loi.

En 2016, et pour la seconde année, les éditeurs ont communiqué au Conseil supérieur de l'audiovisuel les indicateurs qualitatifs et quantitatifs relatifs à la représentation des femmes sur leurs antennes, indicateurs prévus par la délibération de février 2015.

Concernant les données quantitatives, les femmes ont représenté globalement 52% des intervenants sur NRJ 12 et 65 % sur CHERIE 25.

Concernant les données qualitatives, NRJ 12 a déclaré 30 programmes et/ou sujets contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes pour un total de 643 heures et CHERIE 25 en a déclaré 69 pour un total de 820 heures.

En ce qui concerne la diffusion de programmes pouvant se prévaloir d'un caractère non stéréotypé, les chaînes de télévision ont choisi de déclarer au CSA, de manière non exhaustive, des programmes

considérés comme répondant à cette question. A cette occasion, NRJ 12 et CHERIE 25 ont déclaré respectivement 6 programmes pour un total de 1 011 heures et 13 programmes pour un total de 513 heures (fictions unitaires ou séries).

- ◆ Le Groupe dispose avec CHERIE 25 d'une chaîne dont la programmation est plus spécifiquement destinée aux femmes, sans être excluante pour autant, la chaîne pouvant intéresser un large public. Au travers de magazines et de documentaires dont les thématiques traitent du quotidien des femmes, la chaîne organise sa grille de programmation en complétant son offre avec du cinéma, des divertissements et des fictions audiovisuelles mettant en avant les femmes.

Les visages emblématiques de CHERIE 25 sont tous féminins, qu'il s'agisse de Christine Bravo, de Véronique Mounier ou bien encore d'Evelyne Thomas.

NRJ 12 est également attentive à la représentation des femmes notamment dans ses programmes. La chaîne a ainsi confié la présentation de l'émission quotidienne le *Mad Mag* à Ayem Nour au printemps 2016.

- ◆ Dans les programmes produits pour ses antennes de télévision, le Groupe demande aux producteurs, dans les contrats de commande, de veiller notamment au respect du principe d'égalité entre les hommes et les femmes.

Une attention toute particulière est en outre apportée à l'image de la femme dans les émissions de divertissement.

Les équipes des chaînes de télévision en charge des émissions de flux sont sensibilisées à cette question et sont appelées à se montrer vigilantes sur les propos tenus et sur les séquences qui pourraient porter atteinte à l'image des femmes.

- ◆ En radio en France, les réseaux nationaux du Groupe sont également assujettis à la loi de 2014 susvisée, ainsi qu'à la délibération du 4 février 2015, entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> mars 2015.

En 2017, sur NRJ comme sur NOSTALGIE, des sujets ont notamment été diffusés dans les journaux d'information, à l'occasion de la journée internationale des droits de la femme, et à l'occasion de la journée de lutte contre les violences faites aux femmes.

Les radios du Groupe sont attentives à la représentation des femmes et veillaient notamment, dès avant l'entrée en vigueur de cette réglementation, à la mise en valeur des expertes dans le cadre de leurs journaux d'information.

Enfin, le Groupe met en place des partenariats dont l'objet est de promouvoir des femmes : Ainsi, en 2017, l'antenne CHERIE a été partenaire de la course pédestre *La Parisienne*, du rallye *Aïcha des Gazelles du Maroc*, de la flamme *Marie-Claire* et du *Grand Prix Avantage de la Beauté*.

### Diversité – handicap

Depuis de nombreuses années, NRJ Group travaille dans le souci constant de rendre compte, au sein de ses programmes et le plus naturellement possible, de la diversité des composantes de la société française.

Ainsi, et conformément aux dispositions figurant dans la délibération du CSA du 10 novembre 2009 modifiée par la délibération du 6 septembre 2015, les antennes de télévision du Groupe s'engagent chaque année à améliorer la représentation de la diversité de la société française et à promouvoir la cohésion sociale. Pour ce faire, NRJ 12 et CHERIE 25 prennent chaque année de nouveaux engagements en matière de représentation de la diversité.

Sur la base des constatations de l'Observatoire de la Diversité, le CSA établit chaque année un baromètre de la représentation de la diversité sur les antennes des chaînes gratuites et formule des recommandations à destination des éditeurs. Plusieurs critères sont étudiés chaque année selon les mêmes modalités et permettent au CSA de suivre l'évolution de la représentation de la diversité, qu'il s'agisse de la représentation du handicap, de la diversité des origines de la communauté nationale, des catégories socio-professionnelles ou de l'âge.

Un bilan<sup>(1)</sup> de l'état de la représentation de la diversité dans les médias audiovisuels ainsi que des actions menées par le Conseil en la matière, est effectué par le CSA chaque année au Parlement.

<sup>(1)</sup> <http://www.csa.fr/Etudes-et-publications/Les-autres-rapports/La-representation-de-la-diversite-de-la-societe-francaise-a-la-television-et-a-la-radio-exercice-2016-rapport-au-Parlement-et-preconisations>

Plusieurs actions ont été menées par le Groupe en télévision en termes de représentation de la diversité. A titre d'exemple, en 2017, le Groupe a participé à la célébration de la Journée internationale des personnes handicapées, le 3 décembre, en diffusant plusieurs programmes comprenant notamment des portraits de sportives handicapées.

En outre, cette année encore, les télévisions ainsi que la radio NRJ ont participé à l'opération « *Nous sommes la France* » le 14 juillet, en diffusant sur leurs antennes un message de promotion de la diversité.

En radio en Allemagne, de nombreuses actions ont été menées en faveur de la diversité au cours de l'année 2017. A titre d'exemple, ENERGY a été partenaire média de la *Hamburg Pride Week* ayant pour thème « La discrimination n'est pas une alternative ». De même, ENERGY Berlin a été partenaire de la course *Gropius Lauf* (Promouvoir la parité des sexes, la tolérance et l'intégration) avec animation et accompagnement musical sur place. S'agissant plus particulièrement du handicap, la station ENERGY Nuremberg invite régulièrement des personnes handicapées ou vulnérables à des visites d'antennes. Elle s'adresse notamment aux membres des organismes suivants: *Access GmbH Qualifizierung und Vermittlung von Menschen mit Behinderung, Amt für Sozialkultur Erlangen, Rummelsberger Diakonie, Lebenshilfe Nürnberg*.



### 5.2.1.5 PROMOUVOIR UNE ALIMENTATION ET UNE ACTIVITE PHYSIQUE FAVORABLES A LA SANTE

#### Télévision

Conscient du rôle qu'il peut jouer pour prévenir des comportements nutritionnels déséquilibrés, le Groupe a signé dès 2009, la première Charte visant à promouvoir une alimentation et une activité physique favorables à la santé dans les programmes et les publicités diffusées à la télévision. Renouvelée pour 5 ans à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2014, cette Charte dite «Charte alimentaire» regroupe les professionnels du secteur audiovisuel (diffuseurs, représentants des producteurs, auteurs) mais également des représentants des annonceurs publicitaires, des industries agro-alimentaires, d'associations, sous l'égide du Conseil supérieur de l'audiovisuel et de six Ministres dont notamment le Ministre de la Santé, le Ministre de l'éducation nationale et le Ministre de l'Agriculture.

14 engagements sont désormais souscrits par les signataires. Certains sont spécifiquement destinés aux chaînes de télévision qui s'engagent notamment à :

- ◆ diffuser des programmes faisant la promotion d'une bonne hygiène de vie - alimentation diversifiée et équilibrée, pratique régulière d'activités physiques et/ou sportives, limitation de la sédentarité - ;
- ◆ consacrer un volume horaire de diffusion annuel déterminé par la Charte à ces programmes ;
- ◆ renvoyer systématiquement dans les programmes valorisés au titre de la Charte au site internet [www.mangerbouger.fr](http://www.mangerbouger.fr) ;
- ◆ mettre à disposition, sur les sites internet qu'elles éditent, les programmes valorisés au titre de la Charte.

Sur les chaînes gratuites du Groupe, cet engagement s'est traduit, en 2016, par la diffusion de programmes de sensibilisation à destination du grand public, dont notamment les programmes «*Une famille au Top*» et «*Les Défis d'Alfridge*», programme de l'Association Nationale des Industries Alimentaires.

Le volume d'heures des émissions conformes à la Charte Alimentaire a été le suivant en 2016 :

Chaîne	Volume
NRJ 12	18 heures 36 minutes
CHERIE 25	18 heures 44 minutes

NRJ Hits, chaîne payante du câble et du satellite a également proposé des programmes répondant à l'objectif de promotion d'une alimentation et d'une activité physique favorables à la santé, pour un volume de 6 heures et 33 minutes en 2016.

Par ailleurs, à l'occasion des Journées Européennes de l'Obésité qui se sont déroulées les 20 et 21 mai 2016, les antennes de NRJ 12 et de CHERIE 25 se sont mobilisées pour promouvoir cet événement. Ainsi, sur CHERIE 25, en amont de la manifestation, le magazine *Sans Tabou* a reçu le Professeur Patrick Tounian, Chef du service nutrition pédiatrique de l'hôpital Trousseau, venu parler de l'obésité infantile ; un documentaire sur l'obésité a également été diffusé. Sur NRJ 12, dans l'émission le *Mad*

*Mag* du 20 mai, s'est tenu un débat entre les chroniqueurs sur les émissions de télé-réalité qui traitent de l'obésité. Ces programmes ont été diffusés sur les sites de télévision de rattrapage des deux chaînes. En outre, sur les sites internet des chaînes était fait un renvoi sur le site internet du CNAO et des affiches de la manifestation ont été utilisées lors des plateaux de *Sans Tabou* et du *Mad Mag*.

#### Radio

En radio en Belgique, le « Good Food » est un sujet qui est régulièrement sur l'antenne et sur le site web des radios du Groupe.

En outre, le Groupe respecte la réglementation belge<sup>(1)</sup> qui stipule que les radios belges « *qui diffusent de la publicité en faveur des médicaments et traitements médicaux ou en faveur des boissons alcoolisées doivent mettre gratuitement à la disposition du Gouvernement [...] des espaces publicitaires destinés à la diffusion de campagnes d'éducation pour la santé, égaux à ceux consacrés à la publicité en faveur desdits produits ou services* ».

<sup>(1)</sup> Article 16 du Décret coordonné sur les services de médias audiovisuels dont le CSA est le garant

En Allemagne, les thématiques liées à une saine alimentation et à une activité physique favorables à la santé sont souvent évoquées à l'antenne et font l'objet de partenariats. Ainsi, en octobre, Energy Berlin a diffusé les bonnes pratiques de santé en partenariat avec l'organisme de don de sang *Haema*. A cette occasion, les auditeurs ont pu se rendre dans les centres de l'organisme pour un check-up gratuit. La radio Energy a également apporté son soutien au *Feel Well Festivals* à Berlin (alimentation saine, sport et tendances) et a été partenaire de la fête de la gymnastique berlinoise. Un projet de foodsharing a été présenté par l'animateur de la radio à Stuttgart, Dennis Strobel, tandis qu'à l'occasion d'un partenariat mené avec l'assurance maladie Viaktiv «Zara vs. Yase – est-ce qu'elles sont vraiment actives ?», les deux animatrices de la radio de Nuremberg ont organisé des *battles* de fitness avec les auditeurs.

### 5.2.2 FAVORISER LES ACTIONS SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE ET LA PROXIMITE AVEC LE PUBLIC

Diffusées sur l'ensemble du territoire français ainsi, notamment, qu'en Allemagne et en Belgique, les radios et les chaînes de télévision du Groupe possèdent une forte visibilité et développent des initiatives afin de se rapprocher de leur public.

#### Des programmations régionales

Trois antennes radios du Groupe ont un décrochage local dans plus de 70 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 mais également à l'emploi et au développement régional.

### La proximité avec le public sur le terrain en région

Les antennes radios du Groupe attachent la plus grande importance à la proximité de leurs relations avec leurs auditeurs. A ce titre, des « délocalisations » sont régulièrement effectuées : émissions spéciales en région et en public, événements dans des lieux publics permettant à un artiste, et donc à une antenne radio, de rencontrer son public, etc.

A titre d'exemple, en France en novembre 2017, des auditeurs de la région PACA ont pu assister aux NRJ Music Awards ainsi qu'à tous les événements (« before ») organisés avant la cérémonie. De même, CHERIE a permis à certains de ses auditeurs d'avoir une rencontre privilégiée avec un artiste au travers de CHERIE@work, jeu concours au terme duquel un artiste vient chanter sur le lieu de travail d'une auditrice gagnante.

De nombreuses autres actions ont été déployées au cours de l'exercice 2017 sur le territoire français, tels par exemple, les concerts « Pop Love » CHERIE FM, la tournée d'été « NRJ Summer Tour » dans 15 stations balnéaires pendant un mois en partenariat avec Le Service Civique, SAM, LIDL et BONDUEL ou encore les « NRJ Music Tour » en régions. Ces concerts gratuits regroupent des artistes français et internationaux et donnent l'opportunité au Groupe d'aller à la rencontre de ses auditeurs et de l'ensemble de son public en région.

En Belgique, les radios viennent également à la rencontre de leur public, par exemple grâce à la présence d'auditeurs tous les jeudis dans la matinale de NRJ et à l'invitation d'auditeurs à un *FrittKot* ou à l'une des délocalisations thématiques mensuelles en région de la matinale de NRJ (Noël, Pâques, *Summer*, etc.).

En Allemagne, des événements permettant la rencontre des animateurs et du public sont également régulièrement mis en place, tel que le *ENERGY Mädelsabend* (« Soirée de filles »), *ENERGY Pyjamaparty*, *ENERGY Frühstückskino* (« séances cinéma du matin »). A Berlin, des « Start-up report » permettent de présenter sur l'antenne une nouvelle entreprise une fois par semaine afin de valoriser le potentiel et la diversité de la ville.

Enfin, en Allemagne comme en Belgique, de nombreux concerts sont organisés par les antennes du Groupe : *Nostalgie Live Tour* en Belgique, *NRJ/Energy Music Tour* en Belgique et en Allemagne, *live sessions* avec de grands artistes internationaux en Allemagne tels que Lady Gaga, Mark Forster ou encore Bruno Mars en 2017. Lors de l'organisation de ces événements, des tickets d'entrée, incluant des *meet&greet* (rencontres avec les stars) sont offerts à des auditeurs.

### Les échanges avec le public

Outre ces actions, le Groupe mène une politique de développement innovatrice qui favorise et renforce l'interactivité et la proximité des antennes du Groupe avec leurs auditeurs via leurs sites internet, leurs applications mobiles, les réseaux sociaux, les plateformes de partage de contenus mais aussi l'offre constituée par le bouquet de webradios du Groupe.

### La satisfaction des auditeurs

Plus globalement, la satisfaction du public, en radio, comme en télévision, est un objectif fondamental pour le Groupe.

A cette fin, depuis quelques années, le Groupe a mis en place en radio en France ses propres outils d'analyse : les « auditoriums », études permettant de tester la satisfaction des auditeurs quant au fond de catalogue musical de chaque antenne et ainsi de l'adapter, les « enquêtes stratégiques », sondages de satisfaction réalisés au niveau national mais aussi les « call out », sondages téléphoniques quotidiens. Ces derniers, générateurs d'emplois car totalement internalisés, permettent aux directeurs d'antenne, grâce à l'utilisation de technologies de pointe, d'être informés en temps réel des attentes musicales de leurs auditeurs.

Outre ces mesures de satisfaction propres au Groupe, les audiences des antennes radio du Groupe sont mesurées au travers des études menées, en France, par *Médiamétrie*. Ces analyses sont effectuées sur la base d'enquêtes téléphoniques réalisées auprès d'un échantillon représentatif de la population française et leurs résultats sont publiés quatre fois dans l'année. Selon cette dernière mesure d'audience réalisée sur la période novembre-décembre 2017, NRJ GROUP rassemble près de 11,5 millions d'auditeurs par jour et enregistre 14,0% de PDA sur les 13 ans et plus.<sup>(1)</sup>

<sup>(1)</sup> *Médiamétrie 126 000 Radio, Novembre-Décembre 2017, L-V, 13 ans et plus ou cibles citées, 5h-24h*

En Belgique et en Allemagne, des analyses d'audience similaires sont mises en place (études *CIM Radio* en Belgique, études *Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse* en Allemagne).

En télévision, la mesure d'audience est *le Médiamat* dont les résultats d'analyses sont publiés quotidiennement.

### 5.2.3 SOUTENIR LA FONDATION NRJ ET LE MONDE ASSOCIATIF

Depuis de nombreuses années, le Groupe soutient la Fondation NRJ au travers d'actions de mécénat et s'implique dans des grands combats de société en soutenant le monde associatif. Cet engagement se traduit par la mise en place de partenariats, par la diffusion de spots sur ses antennes de radio et de télévision ou encore par l'implication directe des collaborateurs du Groupe dans des actions bénévoles.

#### 5.2.3.1 MECENAT – FONDATION NRJ

Créée en 1999 sous l'égide de l'Institut de France par Monsieur Jean-Paul BAUDECROUX, Président de NRJ GROUP, la Fondation NRJ a pour objet de concourir à la recherche médicale, notamment dans le domaine des neurosciences.

Elle remet chaque année un Prix de 100 000 euros, porté à 150 000 euros à compter de 2018, destiné à récompenser une équipe de chercheurs français ou travaillant en France, ayant acquis une notoriété internationale dans le domaine des neurosciences, afin de lui permettre d'accroître ses moyens d'action. Un jury composé de personnalités représentatives de la communauté scienti-

fique et présidé par le Secrétaire perpétuel de l'Académie des Sciences, procède à la sélection du lauréat au vu des dossiers reçus par appel à candidatures.

En juin 2017, le Professeur Jean-Yves DELATTRE (neurologue et directeur médical de l'Institut du Cerveau et de la Moelle à l'Hôpital de la Pitié-Salpêtrière) a été récompensé pour ses travaux de recherche sur l'apport de la génomique à la classification, la compréhension et la prise en charge des tumeurs gliales de l'adulte. Le thème retenu pour 2018 est « Réparation du système nerveux ».

Au-delà de ce Prix Scientifique annuel, la Fondation NRJ attribue chaque année cinq subventions de 60 000 euros chacune, à de jeunes équipes récemment constituées œuvrant en France, pour leur permettre d'acquérir des moyens d'actions nécessaires à l'accomplissement de leur programme de recherche dans le domaine des neurosciences. Le thème retenu pour 2018 est « Rôle de la microglie et de l'inflammation dans la genèse des pathologies du système nerveux ».

Pour sa part, le Groupe soutient la Fondation NRJ en reversant chaque année, via sa filiale NRJ MUSIC SARL, 0,15 euro par exemplaire vendu de la compilation NRJ Music Awards.

### 5.2.3.2 ASSOCIATIONS ET FONDATIONS

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

#### Télévision

---

Les chaînes de télévision du Groupe assurent chaque année à de nombreuses associations une présence sur leurs antennes.

Ainsi, en 2016<sup>(1)</sup>, CHERIE 25 a permis à 61 associations ou actions de bénévolat de disposer d'un espace de visibilité dans ses programmes, soit au travers d'interventions d'adhérents dans les magazines et programmes notamment, soit par le biais de relais antenne ou de campagnes annuelles d'appels aux dons (*Pasteurdon*, *Sidaction*...).

<sup>(1)</sup> Données CSA

L'exposition accordée au bénévolat et au monde associatif s'illustre chaque semaine par des sujets, portraits ou interviews de membres d'association luttant par exemple contre les violences conjugales ou l'alcoolisme chez les plus jeunes.

En 2017, NRJ HITS s'est associé à la campagne annuelle des *Restos du Cœur* en diffusant à de très nombreuses reprises la vidéo-musique de cette association ; ainsi le clip « Juste une p'tit chanson » a été diffusé plus de 525 fois sur la chaîne en 2017.

L'émission « *Les Anges 8 - Back to Paradise* », diffusée sur l'antenne de NRJ 12 durant l'année 2016, a soutenu l'association *Sol en Si* qui soutient et accompagne les adultes et les enfants touchés par le VIH/SIDA et les hépatites et les épaula dans leur quotidien.

Les antennes de télévision du Groupe, partenaires depuis plusieurs années du *Pasteurdon*, ont également soutenu

l'opération le week-end du 13 au 15 octobre 2017 avec un dispositif dédié. Ainsi, le Groupe a diffusé sur les antennes de NRJ 12 et CHERIE 25 le clip de lancement de l'opération ainsi que le clip réalisé avec les animateurs parrains de l'événement, Véronique Mounier et Ayem Nour. L'appel aux dons a été diffusé sous la forme d'un habillage dynamique sur les trois jours. Sur les réseaux sociaux des deux chaînes, des *posts* ont relayé l'opération. NRJ Group a ainsi contribué à mieux faire connaître les recherches de l'Institut Pasteur et à encourager la mobilisation et la générosité de tous.

#### Radio

---

Le monde associatif est également présent sur les antennes des radios NRJ, NOSTALGIE et CHERIE.

A titre d'exemple, en 2017, les antennes radio françaises du Groupe se sont engagées aux côtés de l'Institut Pasteur en soutenant l'opération *Pasteurdon* et elles ont diffusé des messages en faveur d'associations telles que Solidarité Sida à l'occasion des *Solidays*. L'antenne NRJ a été partenaire du concert « Une nuit à Malaka » au mois d'avril. Organisé chaque année par le footballeur Rio Mavuba au Zénith de Lille, ce concert est un événement essentiel dans la vie de l'association Les Orphelins de Makala en République Démocratique du Congo. L'antenne CHERIE a quant à elle été partenaire de nombreuses courses pédestres (la Parisienne, la Grenobloise, la Messine, l'Odysée à Dijon, etc.) en faveur de la recherche contre le cancer du sein.

Plusieurs opérations ont également été réalisées au cours de l'exercice 2017 sur les antennes belges du Groupe. Elles ont ainsi créé l'opération « *100 minutes pour sauver le monde* », qui consiste pour chaque antenne radio à offrir 100 minutes de publicité à 16 associations œuvrant notamment dans le domaine du handicap, de la santé et de l'environnement. De même, Nostalgie Belgique organise chaque année en décembre une grande récolte de jouets pour les enfants défavorisés et propose chaque matin le rendez-vous « *Y'a de l'idée* » qui met en avant des associations qui œuvrent pour un monde plus juste. Le Groupe est par ailleurs partenaire d'événements comme le *Yoga Festival* et la *Bruxelloise*, une course à pied organisée au profit de la recherche contre le cancer du sein.

En Allemagne, de nombreuses initiatives d'actions locales sont régulièrement mises en œuvre auprès d'associations. S'agissant de l'année 2017, on peut par exemple citer un partenariat avec le *Christopher street day* (Gay Pride) afin d'assurer la promotion de l'événement à Berlin, Hambourg et Stuttgart.

#### Actions hors antennes

---

En complément des actions menées sur ses antennes, le Groupe peut mobiliser ses collaborateurs. Ainsi, en 2017, le Groupe s'est à nouveau associé au *Sidaction* à travers une journée de mobilisation des collaborateurs de l'UES Boileau sur leur temps de travail. Cette journée a permis à des salariés du Groupe de soutenir les bénévoles du *Sidaction* lors de leur mobilisation contre le sida.

### 5.2.4 ORGANISER LES RELATIONS AVEC LES ANNONCEURS DANS LE RESPECT DE LA REGLEMENTATION

Les annonceurs achètent de l'espace publicitaire au Groupe pour la diffusion de leurs campagnes. En France, le Groupe commercialise ces espaces publicitaires grâce à sa régie commerciale nationale et régionale.

La régie commerciale du Groupe dont l'objectif premier est la satisfaction de ses clients et le développement de ses relations, s'attache à organiser des rendez-vous privilégiés avec les annonceurs (événements, conférence de rentrée Media, rencontres directes, etc.). Elle procède régulièrement à des études sur les cibles commerciales qu'elle met à la disposition des annonceurs.

Les relations entre les régies du Groupe, leurs annonceurs et les agences publicitaires mandataires sont encadrées, en France, par les règles de transparence des prix définies par la loi du 29 janvier 1993, dite « Loi Sapin ». En Belgique, ce sont les dispositions légales belges qui sont applicables et en particulier les dispositions du Code de Droit Economique du 28 février 2013. En Allemagne, il n'existe à ce jour aucune contrainte légale en matière de transparence des prix.

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

Même s'il n'est pas impliqué directement dans la réalisation du contenu publicitaire, le Groupe procède à une validation interne au sein de sa Régie afin de s'assurer que les messages respectent ses valeurs ainsi que le cadre réglementaire. Les publicités télévisuelles 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 actions de communication en faveur de grandes causes, d'associations caritatives ou d'utilité publique.

Dans ce cadre, en France, le Groupe a pu donner en 2017 de la visibilité aux actions et initiatives menées par des associations et fondations telles que *Les Boucles du Cœur*, *Etablissement Français du Sang*, *Handicap International*, *Association Petits Princes*, *Association France Alzheimer*, *Solidarité Sida*, *Vaincre la mucoviscidose*, *Téléthon*, *Fondation de l'abbé Pierre*. Au total, 28 annonceurs associatifs ont bénéficié du soutien du Groupe.

### 5.2.5 PRENDRE EN COMPTE LES ENJEUX SOCIETAUX ET ENVIRONNEMENTAUX DANS LA POLITIQUE D'ACHAT ET LORS DU RECOURS A LA SOUS-TRAITANCE

En France, les relations du Groupe avec ses fournisseurs sont régies par deux documents cadres internes : la *Charte d'éthique* du Groupe et, pour l'ensemble des achats à l'exclusion des droits et programmes en télévi-

sion, la *Directive Achats Groupe*. Ces documents traduisent les valeurs et les principes éthiques auxquels les dirigeants et les salariés doivent se conformer dans toutes leurs démarches d'achats et dans leurs relations avec les fournisseurs.

Si le Groupe n'intègre pas explicitement d'exigences sociétales ou environnementales dans le choix de ses fournisseurs, il reste attentif à valoriser leurs engagements pour un prix et une qualité similaires. A ce titre, la fiche de renseignements fournisseur figurant en annexe des appels d'offres émis par la Direction des Achats intègre des critères sociétaux et environnementaux permettant d'appréhender cet engagement.

Par ailleurs, dans le cadre de ses obligations en matière de lutte contre le travail dissimulé, le Groupe a signé en 2015 un partenariat avec une société dont la mission consiste à collecter, vérifier et suivre les mises à jour des documents administratifs attestant du respect, par l'ensemble de ses prestataires, de leurs obligations légales en la matière. Par la mise à disposition d'une plateforme collaborative, ce partenariat permet au Groupe, en amont de toute prise de commande ou d'intégration d'un prestataire dans un processus d'appel d'offres, de vérifier son respect de la législation.

#### Sous-traitance

---

Lorsqu'il a recours à des prestataires pour couvrir des besoins dans des domaines d'activités ciblés, le Groupe leur demande, 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.

En outre, lors de l'analyse des réponses aux appels d'offres émis, la Direction des Achats prend connaissance des renseignements fournis par les fournisseurs sur leur responsabilité sociale, les informations demandées par le Groupe visant les actions menées dans des domaines aussi variés que la promotion de l'égalité et de la diversité, l'insertion des travailleurs handicapés, les règles relatives aux conditions d'hygiène, de santé et de sécurité au travail, etc., mais aussi les labels, certificats, chartes ou normes y associés.

#### Flotte automobile

---

Le Groupe disposant d'une flotte automobile significative, lors de la sélection des véhicules il porte une attention particulière aux aspects environnementaux. A ce titre, le Groupe intègre parmi ses critères de décision la consommation de carburant afin de réduire les émissions de gaz à effet de serre.

Par ailleurs, pour les courts trajets quotidiens entre ses 2 sites parisiens, le Groupe a fait le choix d'un véhicule électrique.

#### Télévision

---

En télévision, le Groupe veille par ailleurs aux engagements sociaux et déontologiques des producteurs et notamment au respect des obligations fixées dans les conventions conclues avec le CSA. Les producteurs s'engagent ainsi à veiller au respect de la personne humaine, à l'égalité entre les femmes et les hommes, à

promouvoir la représentation de la diversité de la société française dans toutes ses composantes, notamment en ce qui concerne les catégories socioprofessionnelles, l'origine, le handicap, à veiller 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.

### 5.2.6 GARANTIR UN HAUT NIVEAU D'EXIGENCE SUR L'ETHIQUE DES AFFAIRES

#### 5.2.6.1 LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

Conformément aux nouveaux dispositifs introduits par l'article 17 de la loi relative à la transparence, la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique dite « Loi Sapin 2 », le Groupe s'est lancé dans la mise en place d'un programme de conformité visant à prévenir et détecter des éventuels faits de corruption.

Dans ce cadre et comme indiqué dans le § 5.1.1, en 2017 le Groupe a en premier lieu élaboré une cartographie des risques d'exposition aux risques de corruption qui lui a permis d'élaborer un Code anti-corruption et d'identifier les fonctions les plus exposées à d'éventuels risques de corruption afin de prévoir de les former et de mettre en place un dispositif d'alerte professionnelle. Le Groupe a ensuite initié la formation des collaborateurs identifiés comme étant les plus exposés aux risques de corruption ; il poursuivra cette formation en 2018.

En complément, une *Politique relative aux cadeaux et invitations reçus* est en cours de procédure d'information/consultation des instances représentatives de salariés. Cette politique a pour objectif de rappeler les principes fondamentaux en matière de cadeaux et invitations reçus.

Par principe, les Collaborateurs du Groupe doivent refuser tout cadeau ou invitation ne s'inscrivant pas dans un contexte professionnel clair et transparent.

Par ailleurs, la *Directive Achats* précise les principes éthiques auxquels tout salarié intervenant dans le processus d'achat doit se conformer. D'une manière plus générale, les relations instaurées avec les fournisseurs ne doivent en aucun cas entraver l'indépendance de jugement des personnes intervenant dans un processus d'achat.

#### 5.2.6.2 DROITS DE L'HOMME

A travers ses médias, le Groupe soutient différents mouvements associatifs promouvant les droits de l'Homme au sens large (cf. § 5.2.3.2).

Plus généralement, au travers de sa *Charte d'éthique*, le Groupe fixe des règles de comportement individuel auxquelles sont attachés des principes tels que l'équité et le respect de la personne. Par ailleurs, le Groupe exerce son activité dans des filiales implantées dans des pays d'Europe qui ont tous ratifié les conventions de l'Organisation Internationale du Travail (« OIT ») dont plusieurs textes fondamentaux traduisent l'attachement fondamental au respect des droits de l'Homme.

## 5.3 PERFORMANCE SOCIALE

Les informations figurant dans cette partie sont relatives à la France, à la Belgique et à l'Allemagne, à l'exception des effectifs totaux (§ 5.3.1.1) qui sont présentés sur le périmètre de l'ensemble du Groupe.

Les collaborateurs sont la clé de voûte de la réussite du Groupe. C'est pourquoi la Direction des Ressources Humaines en France ainsi que les responsables des Ressources Humaines, en coordination avec la Direction Administrative et Financière, en Belgique et en Allemagne, s'efforcent de promouvoir leur épanouissement dans toutes les dimensions de leur vie professionnelle.

### 5.3.1 COLLABORATEURS

*Sauf mention contraire, dans les tableaux qui sont présentés dans cette section, les effectifs s'entendent des personnes inscrites dans les effectifs au 31 décembre de l'année, hors salariés dont le contrat est suspendu, salariés en contrat de professionnalisation, apprentis, stagiaires, intérimaires, intermittents et effectifs temporaires des activités de spectacle.*

#### 5.3.1.1 EFFECTIFS PAR ZONE GEOGRAPHIQUE

Le Groupe exerce ses activités en France mais également à l'international, au travers de filiales uniquement implantées en Europe à ce jour.

#### Indicateur : Effectif total et répartition géographique

	2015	2016	2017	2017
	En nombre			En % du total
<b>France</b>	<b>1 449</b>	<b>1 426</b>	<b>1 413</b>	<b>85,79</b>
Allemagne	167	171	166	10,08
Belgique	14	13	14	0,85
Reste de l'Europe	60	54	54	3,28
<b>International</b>	<b>241</b>	<b>238</b>	<b>234</b>	<b>14,21</b>
<b>Total</b>	<b>1 690</b>	<b>1 664</b>	<b>1 647</b>	

Au cours des 3 derniers exercices, les effectifs ont légèrement diminué (-2,5%).

La France et l'Allemagne restent les principaux pays employeurs dans le Groupe.

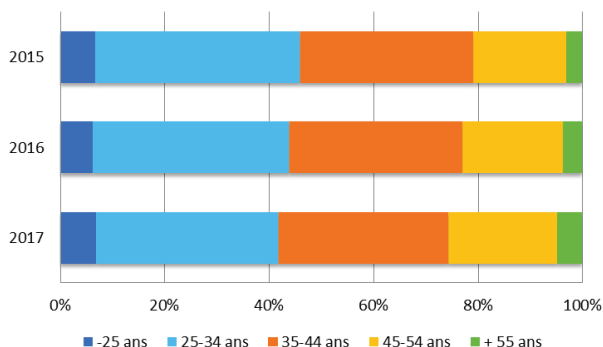
Au 31 décembre 2017, les effectifs en France se répartissaient entre 806 salariés au sein de l'UES Boileau dont fait partie la société towerCast (soit 57,04 % des effectifs) et 607 salariés (soit 42,96 %) au sein de l'UES Régions.

## 5 RESPONSABILITE SOCIALE, SOCIETALE ET ENVIRONNEMENTALE DE L'ENTREPRISE

### 5.3.1.2 EFFECTIFS PAR TRANCHE D'AGE

#### Indicateur : Répartition de l'effectif par tranche d'âge

La répartition des effectifs cumulés de la France, de l'Allemagne et de la Belgique, par tranche d'âge, à la clôture de chacun des trois derniers exercices, était la suivante :



La structure démographique des effectifs est comparable au cours des 3 derniers exercices. Au 31 décembre 2017, elle fait ressortir une part significative (67,55 %) de salariés âgés de 25 à 44 ans, la part des salariés âgés de 25 à 34 ans s'élevant à elle-seule à environ 35 %, ce qui s'explique notamment par les spécificités de l'activité du Groupe et des métiers qui y sont exercés.

### 5.3.1.3 EFFECTIFS PAR TYPE DE CONTRAT

#### Indicateur : Effectifs par type de contrat

Dans l'ensemble constitué par la France, l'Allemagne et la Belgique, la majeure partie des salariés du Groupe bénéficie d'un Contrat à Durée Indéterminée («CDI»).

Type de contrat	2015	2016	2017
CDI	96,0%	96,1%	96,2%
CDD	4,0%	3,9%	3,8%

#### Indicateur : Part des intermittents dans l'effectif total

En France seulement, le Groupe a recours à des intermittents<sup>(1)</sup>, notamment pour ses activités en télévision et son activité « Evènementiel ».

<sup>(1)</sup> CSP telle que définie par le droit du travail français

La part des intermittents par rapport à l'effectif moyen a été la suivante au titre des trois derniers exercices :

	2015	2016	2017
Part des intermittents	2,94% <sup>(2)</sup>	3,82% <sup>(2)</sup>	4,22%

<sup>(2)</sup> Le pourcentage correspond au rapport entre le nombre d'ETP intermittents payés au titre de l'année N et l'effectif moyen ETP CDD et CDI en France au titre de cette même année (hypothèse retenue en 2015 et 2016 : un cachet équivaut à un jour travail, soit 8 heures de travail. A compter de 2017, la méthode a été affinée et correspond au nombre d'heures exact d'heures travaillées).

### 5.3.1.4 EMBauchES ET LICENCIEMENTS

#### Indicateurs : Embauches, embauches en CDD et CDI

	2016			2017		
	Total	CDD	CDI	Total	CDD	CDI
France	321	128	193	292	64	228
Allemagne	42	23	19	32	21	11
Belgique	4	1	3	5	2	3
<b>Total<sup>(1)</sup></b>	<b>367</b>	<b>152</b>	<b>215</b>	<b>329</b>	<b>87</b>	<b>242</b>
<b>% embauches en CDI</b>			<b>58,58</b>			<b>73,56</b>

<sup>(1)</sup> Hors contrats suspendus, contrats de professionnalisation, apprentis, stagiaires et intérimaires, intermittents et effectifs temporaires des activités de spectacle.

Les embauches en CDD sont majoritairement destinées à remplacer des salariés absents.

L'UES Régions, via les sites de diffusion en radio et les stations locales, participe de manière active à la création d'emplois sur l'ensemble du territoire. Ainsi, parmi les 292 personnes recrutées en France en 2017, 88 l'ont été dans une entité juridique appartenant à l'UES Régions.

#### Indicateur : Sorties du Groupe

Le tableau ci-dessous recense la totalité des sorties, indépendamment du motif de départ et de la nature du contrat (CDI ou CDD). Il peut être mis en parallèle avec les entrées dans le Groupe présentées ci-dessus.

	2015	2016	2017
France	248	344	290
Allemagne	48	36	33
Belgique	3	5	5
<b>Total<sup>(1)</sup></b>	<b>299</b>	<b>385</b>	<b>328</b>

<sup>(1)</sup> Hors contrats suspendus, contrats de professionnalisation, apprentis, stagiaires et intérimaires, intermittents et effectifs temporaires des activités de spectacle.

En France, les sorties en 2017 ont concerné 211 salariés de l'UES Boileau et 79 salariés de l'UES Régions.

#### Indicateur : Licenciements

	2015	2016	2017
France	37	35	30
Allemagne	13	6	6
Belgique			3
<b>Total<sup>(1)</sup></b>	<b>50</b>	<b>41</b>	<b>39</b>

<sup>(1)</sup> Hors contrats suspendus, contrats de professionnalisation, apprentis, stagiaires et intérimaires, intermittents et effectifs temporaires des activités de spectacle.

Aucun de ces licenciements n'a eu un motif économique.

### 5.3.2 REMUNERATIONS ET AVANTAGES

#### Rémunérations et évolutions des rémunérations

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.

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

Un processus analogue est retenu dans les entités allemandes du Groupe où un comité, constitué du Directeur International, du Responsable de l'Allemagne et de deux membres du département Finances se réunit au minimum tous les deux mois afin de décider des éventuels recrutements et progressions de salaires au regard de la politique définie par le Groupe.

Des objectifs identiques guident le Directeur Général et le Directeur Administratif et Financier en Belgique.

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.

Au sein de l'UES Boileau et de l'UES Régions, les discussions menées dans le cadre de la Négociation Annuelle Obligatoire (« NAO ») pour l'année 2017 ayant conduit à des procès-verbaux de désaccord, des mesures unilatérales ont été prises par la Direction du Groupe, notamment en termes d'enveloppes d'augmentation générale et d'enveloppes d'augmentations individuelles.

#### Participation et épargne salariale

Il existe un accord de participation applicable aux salariés du Groupe.

Les modalités de calcul de la somme attribuée, au titre de chaque exercice, à l'ensemble des salariés bénéficiaires (réserve spéciale de participation) sont celles prévues par la loi. La réserve ainsi déterminée est répartie selon des règles identiques entre tous les salariés des sociétés appartenant à l'UES Boileau et à l'UES Régions, quel que soit le niveau de résultat de la société qui les emploie et pour autant qu'ils justifient d'au moins trois mois d'ancienneté à la fin de l'exercice ou à la date de leur départ durant l'exercice.

Les résultats du Groupe ont permis de constituer une réserve de participation d'un montant de 4 163 milliers d'euros au titre de l'exercice 2016 (participation versée en 2017). Ainsi, 1 851 collaborateurs ont pu bénéficier de la participation au titre de cet exercice.

La gestion de l'épargne salariale a été confiée à un organisme extérieur qui propose aux collaborateurs qui ne souhaitent pas percevoir immédiatement le montant de la participation qui leur est attribuée, d'effectuer des versements dans des fonds distincts en termes de rendement et de risque pour placer l'épargne ainsi acquise.

En outre, au cours de l'exercice 2017, a été signé un accord relatif à un Plan d'Epargne pour la Retraite Collectif (« PERCO ») permettant à l'ensemble des salariés du Groupe de participer à la constitution d'un portefeuille collectif de valeurs mobilières en vue de la retraite et de bénéficier ainsi des avantages fiscaux et sociaux attachés à l'épargne salariale.

#### Mutuelle et Prévoyance

En France, les collaborateurs du Groupe bénéficient, sous certaines conditions, d'un régime complémentaire «Frais médicaux» ainsi que d'un régime complémentaire de prévoyance.

### 5.3.3 ORGANISATION DU TRAVAIL

#### 5.3.3.1 TEMPS DE TRAVAIL

##### Organisation générale en France

- ◆ 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 fait l'objet d'un avenant en date du 12 novembre 2007.

En application de ces accords, une commission paritaire se réunit une fois par an afin de suivre l'état d'avancement de la mise en œuvre des accords et de proposer des mesures d'ajustement au vu des éventuelles difficultés rencontrées. Cette commission s'est réunie pour la dernière fois le 30 mars 2017 pour l'UES Boileau. La direction et les membres de la commission de l'UES Régions sont convenus d'organiser la prochaine réunion au début de l'année 2018, afin de disposer de données chiffrées correspondant à l'année civile.

- ◆ Le statut conventionnel prévoit les dispositions suivantes :

Thématique	Dispositions
Heures supplémentaires	Accomplies sur instruction formelle de la hiérarchie, elles donnent principalement lieu à l'octroi de repos compensateur de remplacement, y compris pour le paiement des majorations de salaire.
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.
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.

## 5 RESPONSABILITE SOCIALE, SOCIETALE ET ENVIRONNEMENTALE DE L'ENTREPRISE

S'agissant du travail de nuit, un accord du 9 juillet 2010, modifié par un avenant en date du 30 septembre 2010, est applicable aux collaborateurs de l'UES Régions. Un accord a par ailleurs été signé le 20 novembre 2015 au sein de l'UES Boileau.

- ◆ En complément, deux modes d'organisation du travail sont applicables au sein de l'UES Boileau : le cycle<sup>(1)</sup>, mis en place après consultation des instances représentatives du personnel compétentes, et les *astreintes*, prévues par l'accord sur la réduction du temps de travail évoqué ci-dessus ou mises en place après consultation des institutions représentatives du personnel compétentes, selon les populations.

<sup>(1)</sup> 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.

### Indicateur : Durée du travail

	Durée du travail	Jours de RTT par an
Cas général <sup>(1)</sup>	39 h/ semaine	22 jours
Forfait jours	217 jours par an	En moyenne, 11 jours
Statut de cadre dirigeant	n/a <sup>(2)</sup>	n/a. Forfait de 5 jours de repos supplémentaires

<sup>(1)</sup> Salariés non soumis à une convention de forfait en jours. Des modalités spécifiques d'aménagement du temps de travail propres à certaines catégories de salariés ont par ailleurs été mises en place en raison des contraintes particulières de leur activité. A titre d'exemple, les journalistes travaillent 37 heures par semaine et bénéficient de 11 jours de RTT par an.

<sup>(2)</sup> 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.

### Organisation du temps de travail à l'international

Dans les entités allemandes du Groupe, la durée légale du travail est de 40 heures par semaine. Il est contractuellement prévu que les heures supplémentaires ne donnent lieu à compensation accrue qu'au-delà de 20 heures par mois, à l'exception des heures supplémentaires effectuées par les salariés du programme radio (rédaction, online, promotion) lorsqu'ils interviennent à l'extérieur des studios. Cette compensation prend généralement la forme d'une récupération d'heures, sauf pour les DJs et les animateurs qui bénéficient d'un cachet supplémentaire.

La durée légale hebdomadaire de travail applicable dans les entités belges du Groupe est de 38 heures. Le régime applicable aux heures supplémentaires, défini dans la législation au même titre que le travail de nuit, le travail du week-end ou le « crédit-temps », prévoit, dans la majorité des cas, une compensation sous forme de récupération des heures travaillées.

### Travail à temps partiel

Le Groupe, soucieux de permettre à ses salariés de maintenir un équilibre entre vie professionnelle et vie familiale, accède dans la plupart des cas aux demandes de travail à temps partiel qui sont formulées.

### Indicateur : Salariés à temps partiel

Les données relatives aux collaborateurs<sup>(1)</sup> à temps partiel, stables sur les exercices comparés, sont présentées ci-dessous :

	2015		2016		2017	
	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%
France	119	8,21	119	8,35	127	8,99
Allemagne	23	13,77	25	14,62	20	12,05
Belgique	5	35,71	3	23,07	4	28,57
<b>Total</b>	<b>147</b>	<b>9,02</b>	<b>147</b>	<b>9,13</b>	<b>151</b>	<b>9,47</b>

<sup>(1)</sup> Données au 31 décembre - Salariés dont la durée contractuelle de travail est inférieure à 35 heures par semaine (40 heures par semaine en Allemagne et 38 heures en Belgique), hors effectifs en contrat de professionnalisation, apprentis, stagiaires, intérimaires et intermittents, et hors effectifs temporaires des activités de spectacle.

### 5.3.3.2 ABSENTEISME ET MOTIFS

#### Indicateur : Nombre de jours ouvrés d'absence

Les tableaux ci-dessous présentent l'évolution, par motif, du volume de jours ouvrés d'absence, sur la base de la définition de l'absentéisme retenue dans le Groupe.

Motif	France		
	2015	2016	2017
Maladie	10 953	11 168	10 780
Maladie professionnelle	327	107	238
Accidents du travail	199	86	231
Accidents de trajet	224	259	208
Sans motif <sup>(1)</sup>	434	288	418
<b>Total</b>	<b>12 137</b>	<b>11 908</b>	<b>11 875</b>

<sup>(1)</sup> Jours non rémunérés

Motif	Belgique			Allemagne		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017
Maladie	24	23	22	1 635	1 280	1 586
Mal. Profess.				18		
Accid. travail					13	36
Sans motif <sup>(1)</sup>				1	6	
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>23</b>	<b>22</b>	<b>1 654</b>	<b>1 299</b>	<b>1 622</b>

<sup>(1)</sup> Jours non rémunérés



### 5.3.4 RELATIONS SOCIALES

#### 5.3.4.1 RELATIONS PROFESSIONNELLES

En France, la Direction des Ressources Humaines veille tout particulièrement à la qualité du dialogue social.

Au cours de l'année 2017, cette exigence s'est notamment manifestée par l'organisation de nombreuses réunions avec les institutions représentatives du personnel («IRP») au sein de l'UES Boileau et de l'UES Régions. En outre, conformément à la réglementation en vigueur, les IRP concernées ont été convoquées à chaque réunion du Conseil d'Administration et à l'ensemble des Assemblées Générales des sociétés faisant partie des UES Boileau et Régions.

Instances au 31 décembre 2017 <sup>(1)</sup>	Nombre d'élus
Délégués du personnel <sup>(2)</sup>	17
Membres des comités d'entreprise <sup>(2)</sup>	13
Membres au sein des CHSCT	11
Délégués syndicaux	7
Représentants syndicaux (aux CE et CHSCT)	3

<sup>(1)</sup> UES Régions et UES Boileau

<sup>(2)</sup> Titulaires

Dans le Groupe en France, le paysage syndical est diversifié : la CFDT Medias, le SNRT-CGT Audiovisuel et le SNJ sont les organisations syndicales présentes au sein des UES Boileau et Régions.

S'agissant des entités situées en dehors de la France, la petite taille des entités belges conduit à ce qu'elles n'aient pas d'institutions représentatives du personnel ; elles ont néanmoins créé un comité de concertation sociale qui permet un échange avec la Direction sur les différents points sociaux.

En Allemagne, la représentation des salariés dans les entreprises est assurée par le *Betriebsrat* dont la mise en place n'est pas obligatoire et ne relève pas de la décision de l'employeur mais de la seule initiative des salariés. Dans le Groupe, une seule filiale a élu un *Betriebsrat* ; cet organe a une mission de vérification du respect des normes applicables en matière de droit du travail et a force de proposition. Il veille par ailleurs au respect de différents principes tels que l'égalité hommes/femmes, la bonne intégration des handicapés, la formation, etc.

#### 5.3.4.2 BILAN DES ACCORDS COLLECTIFS

##### Sujets traités en 2017

L'année 2017 a notamment été marquée, en France, par les actions suivantes avec les partenaires sociaux :

##### UES Boileau et UES Régions

- ◆ Un accord relatif au règlement de Plan d'Épargne pour la Retraite Collectif (« PERCO ») a été signé le 6 juillet 2017, pour une durée indéterminée à compter de cette date ;
- ◆ Un procès-verbal de désaccord, faisant état des mesures unilatérales prises par la Direction en matière

salariale dans le cadre de la Négociation Annuelle Obligatoire («NAO») 2017, a été signé le 25 novembre 2016 pour l'UES Boileau et le 5 janvier 2017 pour l'UES Régions, avec effet au 1<sup>er</sup> janvier 2017.

##### UES Boileau

- ◆ Un accord relatif au contrat de génération a été signé le 3 février 2017, pour une durée déterminée de 3 ans à compter de cette date.

##### Accords collectifs d'entreprise et plans d'actions en vigueur en 2017

Thématique	Date	
	UES REGIONS	UES BOILEAU
<b>Périmètre des UES</b>		
Périmètre de l'UES Boileau et extension à la société Chérie HD		23/10/2012
Extension de l'UES Régions	12/11/2007 et avenant du 4/03/2008	
Accord consolidé sur le périmètre - UES Régions	28/04/2014	
<b>Plan d'action sur la prévention des risques psychosociaux</b>		
	5/01/2015	20/10/2014
<b>Accord sur l'égalité professionnelle femmes / hommes</b>		
	28/01/2016	
<b>Accord portant sur le Contrat de génération</b>		
		3/02/2017
<b>Épargne salariale</b>		
Accord de participation des salariés aux résultats du Groupe	27/05/1993 et ses avenants	
Accord de participation consolidé des sociétés du Groupe	7/12/2012 et avenant du 27/05/2014	
Plan d'Épargne	7/12/2012 et avenant du 27/05/2014	
<b>Protocole d'accord sur la réduction du temps de travail</b>		
	29/12/2000	
	Avenant du 12/11/2007	
<b>Accord sur le travail de nuit</b>		
	9/07/2010 et avenant du 30/09/2010	20/11/2015
<b>Moyens syndicaux accordés aux organisations syndicales</b>		
Accord sur les moyens accordés	14/11/2007 et avenant du 10/12/2007	
<b>Accord relatif au règlement de PERCO</b>		
		6/07/2017
<b>Accord sur les droits d'auteur des journalistes</b>		
	30/09/2010	20/09/2012
<b>Accord en faveur de l'emploi et de l'insertion professionnelle des personnes en situation de handicap</b>		
	23/07/2015	20/11/2015

### 5.3.5 CONDITIONS D'HYGIENE, DE SANTE ET DE SECURITE AU TRAVAIL

#### 5.3.5.1 PREVENTION DES RISQUES

En France, les conditions d'hygiène et de sécurité au sein du Groupe font l'objet d'un suivi régulier, notamment dans le cadre des réunions organisées avec les Comités d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail (CHSCT). En outre, les salariés bénéficient d'une visite médicale conformément aux dispositions légales.

#### Prévention de la pénibilité

Conformément à ses obligations légales, le Groupe a recensé les salariés soumis, au-delà des seuils légaux, aux facteurs de pénibilité définis par le Code du travail. Le seuil minimal déclenchant l'obligation de négocier sur ce thème (50 % de salariés exposés) n'est atteint par aucune des entités.

#### Prévention des risques psychosociaux

Un plan d'action sur la prévention des risques psychosociaux a été signé le 20 octobre 2014 au sein de l'UES Boileau et le 5 janvier 2015 au sein de l'UES Régions.

Ces plans visent 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, de soutien et d'accompagnement psychologique, anonyme et confidentiel, mis gratuitement à la disposition des salariés en partenariat avec un cabinet externe.

Ces plans prévoient la création d'une commission de suivi au sein de chaque UES, se réunissant une fois par an afin, d'une part, de s'assurer de la mise en œuvre et de l'effectivité des actions prévues 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.

En application de ces accords, la commission s'est réunie le 29 mars 2017 au sein de l'UES Boileau et le 23 juin 2017 au sein de l'UES Régions.

Au cours de l'année 2017, la Direction a mis en place une formation à destination des managers sur la prévention des risques psychosociaux. Au total, 27 managers, ainsi que 8 représentants du personnel, ont été formés et les sessions de formation se poursuivront en 2018.

Par ailleurs, la Direction a décidé de poursuivre le dispositif d'écoute, de soutien et d'accompagnement psychologique qui est mis à la disposition du personnel de façon anonyme et confidentielle depuis 2015, avec l'aide d'un cabinet spécialisé.

#### Prévention liée à la sécurité et à l'environnement des sites de diffusion de signaux

En France, l'activité de diffusion de signaux, en radio et en TNT notamment, est exercée par la société towerCast. Ses techniciens bénéficient d'un plan continu de formation et d'habilitation à la sécurité. Ainsi, au titre de l'exercice 2017, les formations délivrées ont été les suivantes :

Thématique	Nombre de collaborateurs formés
Habilitation électrique	38
Habilitation « hauteur »	19
Plan de prévention	12
<b>Total</b>	<b>69</b>

Une activité de diffusion est également exercée en Belgique. Le Groupe a toutefois choisi de faire appel à des prestataires de services pour la réalisation de l'ensemble des interventions sur sites.

#### Prévention des risques à l'international

En Belgique, le Service Interne de Prévention et de Protection au travail («SIPP») établit chaque année un rapport destiné aux autorités compétentes sur divers éléments parmi lesquels figurent les mesures prises au cours de l'année écoulée afin de promouvoir ou assurer la sécurité au travail ainsi que le plan d'action pour l'exercice à venir. Plus globalement, un Plan Global de Prévention portant sur la période 2015-2020 a été établi. Il fait l'objet de révisions et d'adaptations en fonction de l'évolution des besoins.

Les principales mesures mises en œuvre en 2017 ont été relatives :

- ♦ à la sécurité des travailleurs : Un recyclage a été dispensé en matière de secourisme. Par ailleurs, le Conseiller en Prévention a suivi un recyclage en matière de prévention interne ainsi qu'une formation spécifique en matière de prévention du terrorisme ;
- ♦ à l'ergonomie au travail : Des conseils ont été prodigués et des achats réalisés en fonction des besoins identifiés (souris ergonomiques, écrans plus larges, sièges plus adaptés, etc.).

En Allemagne, les salariés bénéficient une fois par an d'un examen médical de surveillance auprès d'un médecin du travail. En outre, sur le plan de la sécurité au travail, un expert effectue chaque année un contrôle dans les différents locaux du Groupe et, le cas échéant, des actions sont prises par la Direction sur la base des recommandations formulées.

## 5 RESPONSABILITE SOCIALE, SOCIETALE ET ENVIRONNEMENTALE DE L'ENTREPRISE

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

Dans cette section, les effectifs pris en compte s'entendent de l'ensemble des salariés à l'exception des salariés sous contrat de professionnalisation, des apprentis, des intérimaires, des stagiaires, des intermittents et des effectifs temporaires des activités de spectacle. Par ailleurs, seuls les accidents du travail (« AT ») avec arrêt sont pris en compte.

#### Indicateurs : Nombre et taux de fréquence des AT

Le taux de fréquence des accidents du travail (« AT ») avec arrêt, par million d'heures travaillées, résulte du calcul suivant :

$$\frac{\text{Nombre d'accidents du travail}^{(1)} \text{ avec arrêt}}{\text{Nombre d'heures théoriques travaillées}^{(2)}} \times 1\,000\,000$$

<sup>(1)</sup> Y compris les accidents de trajet

<sup>(2)</sup> Les heures travaillées sont calculées à partir du nombre total de jours travaillés sur la période donnée, multiplié par le nombre théorique d'heures travaillées par jour (durée légale) multiplié par l'effectif au 31/12

	2015	2016	2017
<b>France</b>			
Nombre d'AT	24	13	26
Taux de fréquence	9,16	6,00	12,11
<b>Allemagne</b>			
Nombre d'AT	1	2	2
Taux de fréquence	3,38	6,88	7,06
<b>Belgique</b>			
Nombre d'AT <sup>(1)</sup>	0	0	0
Taux de fréquence	n/a	n/a	n/a

#### Indicateur : Taux de gravité des AT

Le taux de gravité des accidents du travail («AT») avec arrêt, pour 1 000 heures travaillées, résulte du calcul suivant :

$$\frac{\text{Nombre de jours calendaires perdus par incapacité temporaire de travail}}{\text{Heures travaillées}} \times 1\,000$$

	2015	2016	2017
France <sup>(1)</sup>	0,23	0,23	0,29
Allemagne	0,10	0,059	0,06
Belgique	n/a	n/a	n/a

<sup>(1)</sup> Hors contrats suspendus, contrats de professionnalisation, apprentis, stagiaires et intérimaires, intermittents et effectifs temporaires des activités de spectacle.

#### Actions de formation

La prévention des risques en matière de sécurité au travail est une préoccupation constante de la Direction. A ce

titre, des actions de formation en matière de prévention et de sécurité sont mises en place en faveur des salariés.

#### Indicateur : Nombre de salariés formés à la sécurité

Nombre de collaborateurs ayant bénéficié en France d'au moins une action de formation dans l'année<sup>(1)</sup> :

Thématique	2015	2016	2017
Sécurité routière <sup>(2)</sup>	120	56	237
Sauveteurs Secouristes du Travail <sup>(3)</sup>	8	21	12
Manipulation d'extincteurs	289	32	28
Secourisme et habilitations électriques <sup>(4)</sup>	10	47	53
Guide file et serre file / Evacuation <sup>(5)</sup>	29	5	8
<b>Total</b>	<b>456</b>	<b>161</b>	<b>338</b>

<sup>(1)</sup> Un salarié qui a réalisé plusieurs actions de formation n'est compté qu'une fois.

<sup>(2)</sup> Journée de sensibilisation aux facteurs de risque liés au conducteur, au véhicule et à l'environnement

<sup>(3)</sup> Formation renouvelée après douze mois puis tous les deux ans

<sup>(4)</sup> Formation axée sur les manipulations à respecter en cas de travaux de câblage, de raccordement et de liaison électrique sur différentes installations électriques

<sup>(5)</sup> Formation permettant de gérer une évacuation de personnel au sein de locaux, lors d'un sinistre incendie, d'une alerte à la bombe ou d'une catastrophe naturelle.

En Allemagne, une journée de formation aux premiers secours est proposée tous les deux ans dans les différentes stations du Groupe et des formations à la prévention des risques incendie sont régulièrement mises en place. A ce titre, 4 salariés ont été formés au cours de l'exercice 2017 sur l'une ou plusieurs des thématiques suivantes : prévention en matière de risque incendie, premiers secours et sécurité au travail, cette dernière formation étant destinée aux techniciens des stations locales.

Des formations analogues sont également régulièrement mises en place en Belgique.

### 5.3.6 MESURES D'ACCOMPAGNEMENT ET DE GESTION DE CARRIERE

#### 5.3.6.1 SUIVI DU COLLABORATEUR

##### Modalités d'intégration, de formation et d'accompagnement des jeunes

Conformément au Plan d'action portant sur le Contrat de Génération signé en septembre 2013 au sein de chacune des deux UES, le Groupe a mis en place un parcours d'entrée pour les jeunes embauchés de moins de 26 ans afin de faciliter leur intégration. Ces derniers se voient ainsi notamment remettre un livret d'accueil et bénéficient de l'aide d'un salarié référent. Par ailleurs, les jeunes sans diplôme professionnel ou titulaires d'un diplôme inférieur ou égal au baccalauréat, et nouvellement embauchés, bénéficient d'un accès prioritaire à une formation liée à leur activité professionnelle.

### Mobilité interne

La mobilité interne est une des priorités majeures du Groupe ; elle doit être favorisée dans la mesure du possible afin de permettre l'évolution des collaborateurs qui en expriment la volonté.

Premier réflexe dans la démarche de recrutement, la mobilité interne est encadrée par des procédures disponibles sur l'intranet du Groupe et destinées à garantir l'égalité de traitement dans la gestion des candidatures. Les collaborateurs disposent par ailleurs de la liste des postes à pouvoir afin de faciliter leur démarche.

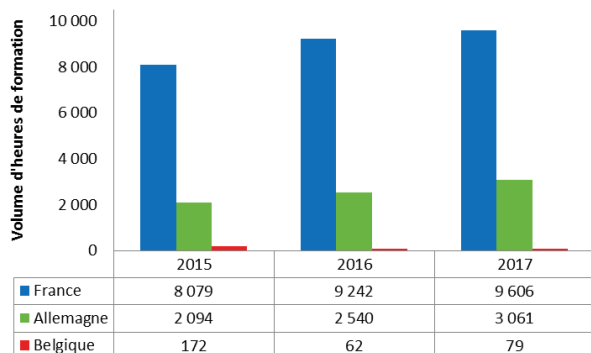
Afin d'harmoniser les pratiques de recrutement au sein du Groupe, une charte du recrutement est mise à disposition des managers. Elle vise à garantir l'équité et les principes de non-discrimination dans le processus.

#### 5.3.6.2 FORMATION

Le Groupe 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. Dans cet objectif, le Groupe s'est doté d'outils informatiques facilitant sa gestion (simplification, rapidité, traçabilité etc.) et permettant notamment le recensement des besoins en formation.

#### Indicateur : Nombre d'heures de formation externe

Base : Effectifs hors contrat de professionnalisation, apprentis, stagiaires, intérimaires, intermittents et effectifs temporaires des activités de spectacle. Ne sont pas pris en compte dans les heures de formation le Congé Individuel de Formation («CIF»), le Congé de Validation des Acquis de l'Expérience («VAE») ni le Congé Bilan de Compétences («CBC»).



Après avoir augmenté de plus de 14% de 2015 à 2016, le nombre d'heures de formation externe délivrées aux salariés du Groupe a continué de progresser (+7,6% de 2016 à 2017) traduisant l'importance pour le Groupe de la formation délivrée aux salariés.

#### Indicateurs : Nombre et pourcentage de collaborateurs ayant bénéficié d'une formation et nombre moyen d'heures de formation

Effectifs hors contrat de professionnalisation, apprentis, stagiaires, intérimaires, intermittents et effectifs temporaires des activités de spectacle.

#### France

	2015	2016	2017
Collaborateurs formés :			
- Nombre	671	752	695
- Pourcentage	46,3%	52,7%	49,2%
Nombre moyen d'heures de formation par salarié <sup>(1)</sup>	5,6	6,5	13,8

<sup>(1)</sup> Volume d'heures de formation rapporté aux effectifs inscrits au 31 décembre de l'année.

La formation est une composante essentielle de la politique des Ressources Humaines du Groupe. Pour le Groupe, les priorités en matière de formation et de développement des compétences couvrent :

- ♦ à titre individuel : les compétences métiers, le management d'équipe et le développement personnel ;
- ♦ à titre collectif : les grands axes de formation choisis par la Direction en fonction de sa stratégie et d'après un diagnostic des besoins de formation.

A ce titre, durant l'exercice 2017, le module de formation portant sur la *Process Com* a été reconduit et dispensé par Media Institute, en lien avec Kahler Communication France. Les retours de formation de ces modules sont toujours très positifs.

Afin d'optimiser l'efficacité des présentations commerciales, 40 managers et commerciaux de la régie commerciale ont suivi une formation « Storytelling » qui est construite autour de trois principes : raconter, « designer » et présenter ses idées, ses projets et ses avis.

En outre et comme indiqué au § 5.3.5.1, le Groupe a mis en place des formations portant sur la qualité de vie au travail et la prévention des risques psychosociaux.

#### International

	Belgique		Allemagne	
	2016	2017	2016	2017
Collaborateurs formés				
- Nombre	2	6	99	97
- Pourcentage	15%	43%	58%	58%
Nombre moyen d'heures de formation par salarié <sup>(1)</sup>	4,8	5,64	25,7	18,4

<sup>(1)</sup> Volume d'heures de formation rapporté aux effectifs inscrits au 31 décembre de l'année.

### 5.3.7 MESURES PRISES EN FAVEUR DE L'EGALITE DES CHANCES ET DE TRAITEMENT

#### 5.3.7.1 LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS

La lutte contre les discriminations est inscrite au cœur même de la *Charte d'éthique* du Groupe qui stipule dans son article 2.2 relatif au respect des droits des salariés : «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».

En Belgique, le Groupe a introduit un plan « diversité » auprès de la Région Bruxelloise. Ce plan concerne un ou plusieurs groupes bénéficiaires (origine, âge, handicap, scolarité et genre) dans les domaines du recrutement et de la sélection, de la gestion du personnel, de la communication interne et du positionnement externe. A travers ce plan, le Groupe vise à mener un certain nombre d'actions destinées à améliorer la situation de l'entreprise en matière de diversité et s'engage notamment à :

- ◆ Sensibiliser le personnel à la non-discrimination et à la diversité,
- ◆ Elargir ses canaux de recrutement.

#### 5.3.7.2 EGALITE HOMMES / FEMMES

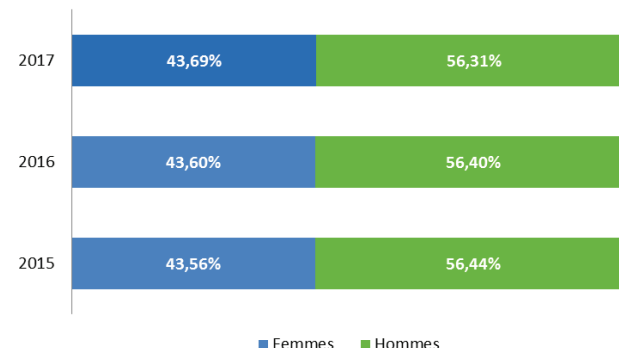
L'égalité professionnelle est un élément fondamental de la politique sociale du Groupe en France. Elle se traduit par l'absence d'écart de rémunération fondé sur l'appartenance à l'un ou l'autre des sexes et par l'absence de différence de traitement en matière d'embauche, de promotion ou d'accès à la formation.

En Allemagne, le Groupe est également attaché à la lutte contre toute forme de discrimination et respecte ces valeurs lors du recrutement du personnel et dans la politique d'évolution des salariés ; il s'attache par ailleurs à ce que ses collaborateurs partagent les mêmes valeurs et appliquent les engagements pris par le Groupe. Il en est de même en Belgique où le principe de l'égalité de rémunération entre les travailleurs masculins et féminins est par ailleurs directement inscrit dans l'annexe du Règlement de travail de la société, qui se réfère à la convention collective belge du travail n°25 qui a pour objet de réaliser ce principe d'égalité.

*Dans les tableaux et graphiques qui sont présentés dans cette sous-section, les effectifs s'entendent des personnes inscrites dans les effectifs au 31 décembre de l'année, hors salariés dont le contrat est suspendu, personnes sous contrats de professionnalisation, apprentis, stagiaires, intérimaires, intermittents et effectifs temporaires des activités de spectacle.*

#### Indicateur : Répartition par genre de l'effectif inscrit

La proportion des femmes dans les effectifs du périmètre retenu pour le reporting est stable, comme le montre le graphique ci-dessous.



#### Indicateur : Part des femmes par CSP

La part des femmes dans chaque catégorie socio-professionnelle était la suivante au 31 décembre de chacun des deux derniers exercices :

	France		Allemagne		Belgique	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017
Cadres	43%	43%	6% <sup>(3)</sup>	-	(2) et (3)	(2) et (3)
TAM <sup>(1)</sup>	59%	57%	-	-	-	-
Employés	30%	26%	50%	46%	42%	46%

<sup>(1)</sup> TAM : Techniciens et agents de maîtrise

<sup>(2)</sup> Un seul cadre parmi les effectifs

<sup>(3)</sup> A l'étranger, la notion de cadre n'existe pas. Sont considérés comme cadres, en Belgique, les collaborateurs qui sont membres du Comité de Direction et, en Allemagne, les collaborateurs qui occupent un poste de direction et d'encadrement, selon une liste limitative définie par le Groupe.

#### Accords collectifs

Comme indiqué au § 5.3.4.2, un accord collectif sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes a été conclu en janvier 2016 au sein de l'UES Régions. Conformément à la loi n°2015-994 du 17 août 2015 relative au dialogue social et à l'emploi, de nouvelles négociations ont été engagées en 2017 en matière d'égalité professionnelle et de qualité de vie au travail, mais n'ont pas permis d'aboutir à un accord.

L'accord précité comporte des mesures en termes d'embauche, de formation, de rémunération effective et d'articulation entre l'activité professionnelle et l'exercice de la responsabilité familiale.

Il prévoit par ailleurs la tenue d'une commission de suivi visant à réaliser un bilan de l'application des mesures prises. A ce titre, la commission s'est réunie le 23 juin 2017.

S'agissant de l'UES Boileau, conformément à la loi du 17 août 2015 précitée, de nouvelles négociations ont été

engagées en 2017, en matière d'égalité professionnelle et de qualité de vie au travail, mais n'ont pas permis d'aboutir à un accord.

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.

### 5.3.7.3 INSERTION DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Dès 2014, le Groupe a affiché en France sa volonté de promouvoir la diversité et l'égalité des chances pour tous avec la signature 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. Dans le même temps, le Groupe a procédé à la réalisation de travaux sur son site parisien de l'avenue Théophile Gautier afin de faciliter l'accessibilité des lieux pour les personnes à mobilité réduite.

En 2015, les négociations en faveur de l'emploi et l'insertion professionnelle des personnes en situation de handicap ont conduit à la signature d'un accord au sein de l'UES Régions puis de l'UES Boileau. Ces accords visent à mettre en place un plan d'embauche, un plan d'insertion et de formation, un plan de maintien dans l'emploi, des mesures d'accompagnement mais également des actions de sensibilisation et de communication ainsi que des actions permettant de favoriser les relations avec le secteur protégé et le secteur adapté.

Au-delà des actions menées en faveur de l'emploi direct de personnes en situation de handicap, le Groupe a conclu des accords de prestations de services avec des établissements du secteur adapté et protégé. Ainsi, au sein des locaux parisiens, le recyclage des papiers a été confié à la société CEDRE ELISE qui est une Entreprise Adaptée qui crée des emplois pour des personnes en difficultés, handicapées ou sans qualification. De même, la société a eu recours au secteur protégé.

En outre, le Groupe a signé une convention de partenariat avec l'association Inter Handicaps System, afin de lui permettre :

- ◆ d'être mis en relation avec des ESAT,
- ◆ de suivre, pour chacune des sociétés du Groupe, les objectifs accomplis en faveur de l'emploi des travailleurs handicapés mais aussi de développer des actions en faveur de l'emploi des personnes en situation de handicap.

A l'international et notamment en Allemagne où les effectifs sont les plus importants, le Groupe est également soucieux de favoriser, dans toute la mesure du possible, l'insertion professionnelle des personnes souffrant d'un handicap.

Au-delà de ces actions, le Groupe promeut la découverte et l'accès à ses métiers auprès des personnes en situation de handicap. Ainsi, dans le cadre de la *Semaine Nationale pour l'emploi des personnes handicapées* organisée en novembre 2017, le Groupe a participé à l'opération « Un jour, un métier en action », en partenariat avec l'AGEFIPH, en proposant à des personnes en situation de handicap, de découvrir, le temps d'une journée, un métier, une entreprise, aux côtés d'un salarié. Cinq personnes ont ainsi pu être accueillies à Paris.

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

La Déclaration de l'Organisation internationale du Travail (« OIT ») recouvre quatre aspects principaux pour l'établissement d'un « plancher » social dans le monde du travail :

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

Les activités directes du Groupe ne sont exercées que dans des zones à faible niveau de risque de non-respect de ces principes et droits, ses implantations étant toutes situées au sein de l'Union Européenne, dans des Etats qui ont ratifié les conventions de l'OIT.

Le Groupe qui, en France, a inscrit la lutte contre les discriminations au cœur même de sa *Charte d'Ethique*, promeut le respect de ces conventions au sein de ses filiales.

### 5.4 PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE

Si le fait que le Groupe soit un groupe de média exerçant sur le marché de la radio et de la télévision tend à limiter ses impacts environnementaux directs, il a fait le constat, il y a plusieurs années, qu'il lui était nécessaire de progresser dans la connaissance de cet enjeu en effectuant un travail de mesure des données environnementales. Ce processus de collecte, initié en 2012, a été enrichi au fur et à mesure des années en même temps que le Groupe a pris un certain nombre de mesures destinées à réduire ses consommations de ressources (eau, énergie, papier, etc.) et ses pollutions directes et indirectes (émissions de gaz à effet de serre liées aux déplacements des salariés, déchets, etc.). Parallèlement, le Groupe s'efforce de promouvoir une attitude éco-responsable en interne, en encourageant notamment les économies d'énergie et la réduction des gaspillages.

En parallèle de ses activités de média, le Groupe exerce une activité de transport et de diffusion de signaux, en radio et en TNT, qui nécessite des infrastructures techniques (antennes et matériel technique) répartis sur de nombreux sites. En France, cette activité qui est assurée par la société towerCast à partir d'environ 880 sites répartis sur l'ensemble du territoire français, est soumise à des réglementations dont le respect permet d'assurer sa meilleure intégration environnementale.

Au cours de l'exercice 2015, le Groupe a fait procéder à la réalisation de l'audit énergétique de 5 sociétés françaises, parmi laquelle figure la société towerCast, ainsi qu'à celui des sites parisiens de la Rue Boileau et de l'Avenue Théophile Gautier. Au-delà de la réponse aux obligations légales résultant de la Directive européenne sur l'efficacité énergétique transposée en droit français par la loi du 16 juillet 2013 et son décret d'application, ces audits énergétiques ont permis de mettre en évidence certains gisements d'économies d'énergie et constituent ainsi, pour le Groupe, des pistes de réflexion dans sa recherche d'amélioration de ses performances énergétiques.

En Belgique, un bilan carbone a été réalisé et le groupe belge a d'ores et déjà prévu de compenser ses émissions de CO<sub>2</sub> avec un projet certifié qu'il définira en 2018. En 2016, le Groupe était le premier groupe de radio/TV belge neutre en CO<sub>2</sub> et il est resté neutre en CO<sub>2</sub> en 2017.

La démarche environnementale du Groupe ainsi que les indicateurs relatifs aux 3 derniers exercices sont présentés ci-après. Il est par ailleurs précisé que l'activité du Groupe étant principalement tertiaire, certaines thématiques de l'article 225 de la loi Grenelle II ne sont pas applicables ou sont considérées comme non significatives. En conséquence, certains indicateurs ne sont pas présentés dans ce chapitre. Leur liste exhaustive figure dans la table de concordance insérée au § 11.4 du Document de Référence.

Il est rappelé que les informations figurant dans cette partie sont relatives à la France, à la Belgique et à l'Allemagne, principaux pays contributeurs au sein du Groupe.

#### 5.4.1 PREVENTION DES NUISANCES SONORES ET DE L'EXPOSITION AUX ONDES ELECTROMAGNETIQUES

##### 5.4.1.1 NUISANCES SONORES

S'agissant de l'activité de diffusion en France, lorsque des installations potentiellement bruyantes, comme par exemple des groupes électrogènes, sont mises en service, la société towerCast prend en charge et effectue les tests sonores en limite de propriété afin de s'assurer du respect de la réglementation.

Par ailleurs, lorsque des tiers en font la demande, towerCast effectue des analyses et, le cas échéant, des modifications, afin de réduire les nuisances de ses installations (bruits sur les systèmes de ventilation par exemple). Au cours de l'exercice 2017, la société n'a été saisie d'aucune demande de ce type. En 2016, la société avait été saisie d'une assignation pour nuisances sonores à la demande de la société TDF sur son site de Chartres Montlondon qui héberge des équipements towerCast. Des travaux d'atténuation avaient été réalisés par la société TDF afin d'éradiquer les bruits émis par les ventilateurs installés sur le site, et postérieurement, une étude « bruit » avait été effectuée par un expert afin de déterminer s'il subsistait des nuisances sonores résiduelles. Cette étude, réalisée en fin d'année 2016, s'est traduite par l'émission de conclusions nuancées et, à ce jour, aucune assignation n'a été introduite pour trouble anormal de voisinage.

En Belgique où le Groupe exerce également une activité de diffusion, seuls les systèmes de ventilation sont susceptibles de générer des nuisances sonores, rappel étant fait que les installations d'extraction d'air des *shelters* respectent les normes en vigueur. Le cas échéant, les nuisances sonores signalées par le voisinage sont étudiées et des mesures appropriées sont prises afin d'y remédier.

##### 5.4.1.2 ONDES ELECTROMAGNETIQUES

Le paragraphe 4.3.1 - Mesures de champs électromagnétiques (partie « Facteurs de risques et assurances » dans le chapitre 4 de ce Document de Référence) rappelle la réglementation relative à la protection du public à laquelle la société towerCast doit se conformer. En outre, toute personne qui s'interroge sur le niveau des champs électromagnétiques à son domicile, à son travail, à l'école de ses enfants ou, plus généralement en tout lieu de vie, peut demander une mesure de l'exposition aux ondes électromagnétiques. Depuis 2015, une seule demande de cette nature a été formulée par un tiers (Ville de Puy-en-Velay en Haute-Loire). Cette demande fait actuellement l'objet d'une instruction auprès du Tribunal de Grande Instance.

S'agissant des travailleurs, en application du Décret 2016-1074 du 3 août 2016, la société towerCast a complété son évaluation des risques d'exposition par des mesures prises sur l'ensemble de ses sites de diffusion, afin de déterminer les niveaux réels d'exposition des intervenants et ainsi de mieux définir les conditions d'accès et de travail. Cette démarche s'appuie sur un plan de formation continue et sur une sensibilisation de l'ensemble des intervenants.

En Belgique, lors de l'installation de tout nouveau site, des études d'implantation des antennes sont également réalisées afin de s'assurer du respect de la réglementation en vigueur.

### 5.4.2 PREVENTION, RECYCLAGE, REUTILISATION ET AUTRES FORMES DE VALORISATION ET D'ELIMINATION DES DECHETS

#### Indicateur : Quantité de déchets de papier collectés

En raison de l'activité essentiellement tertiaire du Groupe, le papier à usage interne représente une part importante des déchets produits. Dans ce cadre, depuis 2014, un processus de collecte régulier des papiers et cartons est opéré dans les sites parisiens. Le Groupe est aujourd'hui associé à la société CEDRE, Entreprise Adaptée qui crée des emplois pour des personnes handicapées. A Lyon, où se trouve la société de régie locale du Groupe, la société ELISE, Entreprise Adaptée, intervient également ponctuellement pour le ramassage des objets encombrants et des cartons et papiers. Les autres sites du Groupe en France utilisent les poubelles de recyclage de papier mises à disposition des municipalités.

Le tableau ci-dessous présente le bilan des actions de collecte de papiers et cartons dans les sites parisiens du Groupe, seules données faisant l'objet d'un reporting à ce jour :

	Unité	2015	2016	2017
Papier/carton	(T)	16,36	19,09	19,00
Equivalent :				
Arbres sauvés	(Nb)	278	324	323
Eau économisée	(L)	490 000	572 500	569 940
CO <sub>2</sub> préservé	(T)	9	10	10

Par ailleurs, au cours de l'exercice 2017, des archives de la société de régie locale représentant un poids de 6,99 tonnes de papier ont été broyées puis recyclées.

En Belgique, le recyclage des papiers/cartons est effectué mais il est difficile de quantifier les quantités recyclées en raison de l'activité de plusieurs sociétés dans des locaux communs. En Allemagne, les cartons et certains papiers sont déposés dans des poubelles dédiées afin d'être recyclés mais aucune mesure spécifique de tri individuel n'est mise en place à ce jour.

Au-delà de ces mesures de collecte, le Groupe sensibilisant ses salariés à l'importance d'adopter une « éco-attitude » (impressions sur photocopieurs limitées en nombre et effectuées en priorité en noir et blanc par exemple).

#### Autres déchets

Dès 2015 dans les locaux parisiens et, à compter de décembre 2016 dans les locaux lyonnais, la collaboration respective avec les sociétés CEDRE et ELISE a été

étendue au recyclage des canettes en métal et des gobelets et bouteilles en plastique.

Le Groupe procède au recyclage des consommables informatiques et bureautiques avec l'appui de son fournisseur qui procède à la collecte des toners /cartouches usagées dans l'ensemble des sites du Groupe. Le renouvellement de l'ensemble du parc de photocopieurs des sites parisiens et du site lyonnais en fin d'année 2017 a par ailleurs permis d'introduire de nouvelles habitudes d'utilisation visant à limiter les impressions réalisées par les salariés.

En Belgique mais aussi sur le site des services centraux et de certaines stations de radio en Allemagne, une société est également en charge de la collecte des toners et cartouches usagés.

Par ailleurs, les copieurs en fin de vie sont le plus souvent repris par les fournisseurs tandis que les équipements informatiques sont remis en déchetterie.

Enfin, les piles, néons et ampoules sont également collectés sur les différents sites français du Groupe par la société Corepile.

Lorsqu'ils ne sont pas repris par les prestataires en charge des travaux, les DEEE (« Déchets d'Equipements Electriques et Electroniques ») sont soit collectés par la société ELISE (site de Lyon), soit remis en déchetterie. Ainsi, en 2017, 1,3 tonne d'encombrants ont été recyclées, ce qui équivaut à 15 642 litres d'eau économisés et 282 kg de CO<sub>2</sub> préservés. De même, les principaux déchets d'équipement générés par les opérations de maintenance des sites de diffusion en France (DEEE, câbles, baies électroniques, ferraille) sont apportés en déchetterie. Par ailleurs, lors de la réalisation de travaux sur site par un prestataire extérieur, la société s'assure qu'un processus adéquat de collecte des déchets est mis en place par ce dernier.

### 5.4.3 ACTIONS DE LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

A Paris, la restauration collective des deux sites a été confiée à un prestataire de services qui ne propose que des plats préparés élaborés en dehors des locaux du Groupe. La gestion des stocks de repas revient à cette société qui s'attache à optimiser la quantité de repas proposés chaque jour, afin de maximiser ses résultats. Il n'y a donc pas de gaspillage en cuisine et le gaspillage en « retour plateau » est limité pour ce prestataire.

Dans les antennes régionales du Groupe en France ainsi qu'en Allemagne où les effectifs à l'étranger sont les plus importants, il n'existe pas de restauration collective.

Cette thématique ne constitue donc pas un enjeu pour le Groupe qui ne peut pas mener d'action directe pour lutter contre le gaspillage alimentaire.

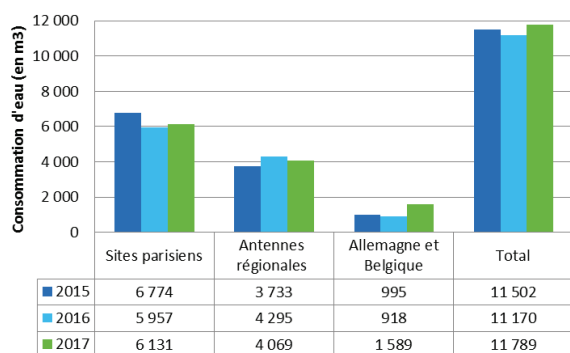


### 5.4.4 CONSOMMATION D'EAU ET MESURES PRISES POUR LIMITER SA CONSOMMATION

Du fait des activités exercées par les sociétés du Groupe, la consommation d'eau est liée à l'utilisation sanitaire dans les bureaux et, dans certains sites, à l'alimentation des circuits de climatisation et de chauffage qui fonctionnent en circuit fermé lors de leur usage courant.

#### Indicateur : Consommation de ressources en eau

Le graphique ci-dessous récapitule la consommation d'eau dans les sites parisiens (rue Boileau et avenue Théophile Gautier), dans les 69 sites d'antennes de régie régionales en France et dans les sites belges et allemands. La consommation d'eau de la société towerCast à Paris est intégrée dans celle des sites parisiens et elle est inexistante sur les sites de diffusion.



#### Note méthodologique :

- **Antennes régionales en France :**  
Consommation sur un an glissant déterminée comme égale à la variation entre le dernier relevé à (J) et le relevé à (J-365) jours. Les consommations des sites loués sont estimées sur la base de la consommation moyenne par personne des sites gérés en direct et présentant un profil similaire. Cette estimation a concerné 81% de la consommation en 2017 (72% en 2016 et 66% en 2015).
- **Allemagne :**  
Part estimée : 100% de la donnée globale en 2017 et 2016 (44% en 2015) ;
- **Belgique :**  
L'activité est exercée dans des locaux communs à trois sociétés dont une seule entre dans le périmètre de reporting RSE. La consommation a été répartie entre chacune des sociétés au prorata de la surface occupée.

#### Commentaires et actions engagées pour réduire la consommation de ressources en eau

Au total, la consommation d'eau s'est élevée à 11 789 m<sup>3</sup> en 2017, à comparer à 11 170 m<sup>3</sup> en 2016.

Après avoir été réduite de 2015 à 2016 sous l'effet d'investissements générateurs d'économies (changement de robinetterie afin d'installer des économiseurs d'eau sur les équipements sanitaires dans les locaux parisiens notamment), la consommation d'eau reste désormais comparable d'un exercice à l'autre sur l'ensemble du périmètre du Groupe. Le Groupe a prévu de rénover la distribution du groupe froid sur le site parisien de Boileau, ce qui devrait lui permettre, à terme, de réaliser de nouvelles économies.

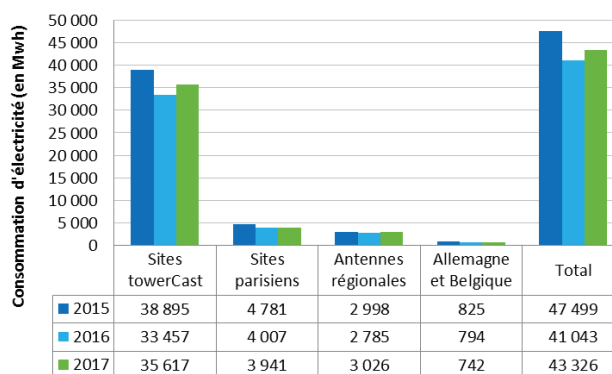
Il est par ailleurs précisé que le Groupe n'est soumis, dans ses implantations, à aucune restriction de consommation d'eau en fonction des contraintes locales.

### 5.4.5 CONSOMMATION D'ELECTRICITE ET MESURES PRISES POUR AMELIORER L'EFFICACITE ENERGETIQUE

La consommation d'électricité du Groupe est principalement liée à l'activité de diffusion en France du Groupe (société towerCast). Elle résulte également du chauffage de certains locaux (notamment celui du site parisien de la rue Boileau et ceux de la plupart des sites des antennes en région), du système de climatisation et de ventilation des locaux ainsi que de leur éclairage, des équipements techniques de production et de diffusion des programmes en radio et en télévision qui ont des besoins de refroidissement importants et, plus accessoirement, des équipements bureautiques, ascenseurs, etc.

#### Indicateur : Consommation d'électricité

Le graphique ci-dessous récapitule les consommations d'électricité des sites de diffusion de towerCast, des sites parisiens, des antennes de régie en régions (69 sites au 31 décembre 2017, à comparer à 72 en 2016) et des locaux situés en Allemagne et en Belgique, en ce compris les sites de diffusion belges.



#### Note méthodologique :

- **Sites de diffusion towerCast**  
Les consommations relatives aux sites non gérés en direct par le Groupe ont été estimées sur la base de la puissance moyenne des sites de diffusion. Ces estimations concernaient 2,2 % de la consommation des sites en 2017 (2,7% en 2016 et 12% en 2015)
- **Antennes régionales en France :**  
Consommation sur un an glissant : Variation entre le dernier relevé et le relevé (J-365) jours. Les consommations des structures qui ne sont pas gérées en direct par le Groupe (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 10% de la consommation des antennes régionales en 2017 (11% en 2016 et 14% en 2015)

Au titre de l'exercice 2017, la consommation globale du Groupe s'élève à 43 326 MWh, soit une progression de 5,6% par rapport à l'exercice 2016, principalement générée par l'activité de la société towerCast.

### Commentaires et mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique

#### Sur les sites towerCast

De 2015 à 2016, la consommation de la société towerCast avait été ramenée de 38 895 MWh à 33 457 MWh, ce qui résultait de deux principaux facteurs : Un facteur externe (arrêt de la diffusion des multiplexes R5 et R8 le 5 avril 2016, en raison du réaménagement des fréquences de la bande 700 MHz au profit des opérateurs de télécommunications) et un facteur structurel résultant de mesures initiées par le Groupe et notamment de l'achèvement de la phase de remplacement des émetteurs radio de l'ancienne génération (Itelco) par des émetteurs de nouvelle génération (CTE) contribuant favorablement à l'efficacité énergétique.

L'exercice 2017 a vu la consommation électrique progresser de 6,45% (elle est passée de 33 457 MWh à 35 617 MWh) principalement en raison du démarrage de nouvelles prestations FM (radio France) et TV, et de la réalisation de nouvelles prestations d'hébergement (+ 261 au total) sur les sites du patrimoine existant de la société.

#### Dans la gestion des bâtiments

En régions en France, le Groupe est locataire des surfaces et des installations en place (chauffage, climatisation etc.). Ces dernières sont donc gérées par les propriétaires et le Groupe n'a, de ce fait, que peu d'influence sur la gestion environnementale des bâtiments. La consommation électrique en régions est ainsi restée globalement stable au cours des 3 derniers exercices. Elle s'élève à 3 026 MWh pour l'année 2017.

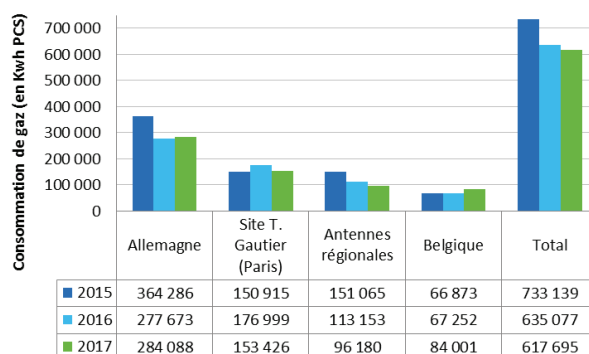
A Paris, le Groupe est propriétaire des immeubles dans lesquels il exerce son activité. Depuis plusieurs années, le Groupe sensibilise ses collaborateurs à la nécessité d'éteindre les lumières et le matériel lorsqu'ils ne sont plus utilisés. Au-delà de ces aspects, le Groupe a mis en place des actions visant à réduire la consommation :

- ◆ Les installations électriques ont été peu à peu revues. Ainsi, des minuteurs ont été installés sur les sites de Gautier et Boileau en 2014 sur les interrupteurs des parties communes aveugles (sanitaires...) et les compteurs électriques ont été modifiés sur le site de Gautier en 2014 ;
- ◆ En 2015, le NODAL utilisé pour l'activité de télévision a été déplacé et bénéficie depuis lors d'une climatisation nouvelle génération moins consommatrice que la précédente. Ce nouveau NODAL, installé sur le site de Gautier, a fortement contribué à une réduction pérenne de la consommation globale d'électricité dans ces locaux. Cette dernière est en effet passée de 1 657 MWh en 2015 à 973 MWh en 2016, niveau de consommation comparable à celui qui a été constaté en 2017 (977 MWh).

### 5.4.6 CONSOMMATION DE GAZ ET MESURES PRISES POUR AMELIORER L'EFFICACITE ENERGETIQUE

#### Indicateur : Consommation de gaz

Le graphique ci-dessous récapitule la consommation de gaz utilisé pour le chauffage de l'immeuble du Groupe sis Avenue Théophile Gautier, des locaux situés en Belgique ainsi que des locaux des antennes régionales en France et des sites en Allemagne qui ne bénéficient pas d'un chauffage électrique. Le deuxième immeuble du Groupe sis Rue Boileau à Paris ainsi que la majeure des locaux loués en régions en France disposent d'un chauffage électrique.



#### Note méthodologique

- *Antennes régionales en France :*  
Consommation sur un an glissant déterminée comme égale à la variation entre le dernier relevé à (J) et le relevé à (J-365) jours.

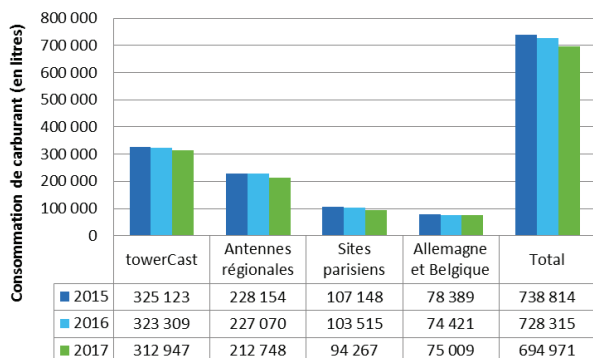
### Commentaires et mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique

Après une diminution de 13,4% de la consommation globale de gaz de 2015 à 2016, la consommation globale a à nouveau légèrement diminué (-2,7%) de 2016 à 2017. Cette diminution résulte d'une bonne maîtrise de la consommation, les surfaces occupées étant restées comparables d'un exercice à l'autre, à l'exception d'une légère progression de la surface louée en Belgique.

### 5.4.7 CONSOMMATION DE CARBURANT ET MESURES PRISES POUR AMELIORER L'EFFICACITE ENERGETIQUE

#### Indicateur : Consommation de carburant

Le graphique ci-dessous présente la consommation en carburant de la flotte de véhicules du Groupe, ainsi que la consommation issue de l'utilisation professionnelle de véhicules personnels de salariés et ayant donné lieu à remboursement de frais.



#### Commentaires et mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique

La consommation de carburant qui résulte, en France, du parc de véhicules loué par la société à hauteur de près de 60 %, a peu évolué de 2016 à 2017.

Ce parc repose sur des contrats de courte durée (36 mois) et est donc constitué en permanence de véhicules neufs. Lors de l'appel d'offres relatif au renouvellement du parc effectué en 2017, le Groupe a par ailleurs choisi de privilégier des véhicules offrant des taux de pollution bien en deçà des maximums autorisés, afin de réduire les émissions de gaz à effet de serre.

### 5.4.8 EMISSIONS DE GAZ A EFFET DE SERRE

#### Indicateur : Emissions de gaz à effet de serre

Une estimation<sup>(1)</sup> des émissions de gaz à effet de serre (GES) du scope 1 (émissions directes) et du scope 2 (émissions indirectes liées aux consommations énergétiques) a été réalisée à partir des données de consommation d'énergie décrites aux paragraphes 5.4.3 à 5.4.6.

<sup>(1)</sup> Source des coefficients de conversion : Base carbone de l'ADEME – respectivement consultée le 15 février 2018, 17 février 2017 et en 2016 après mise à jour pour 2015.

#### Scope 1 et Scope 2

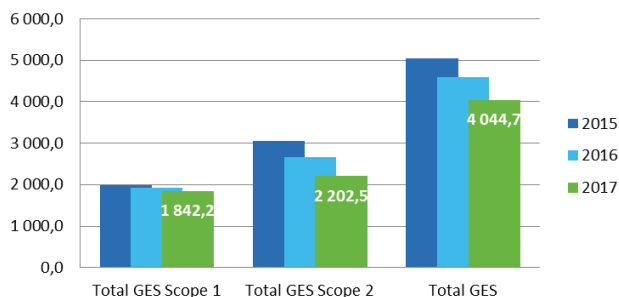
En tonnes eq. CO2		Scope 1		Scope 2	Total
		Gaz	Carburant	Electricité	
<b>France</b>	<b>2017</b>	45,9	1 556,1 <sup>(1)</sup>	1 971,6	<b>3 573,6</b>
	2016	53,4	1 641,3 <sup>(1)</sup>	2 414,9	4 109,6
	2015	55,6	1 664,3 <sup>(1)</sup>	2 800,4	4 520,3
<b>Allemagne</b>	<b>2017</b>	52,6	160,8 <sup>(2)</sup>	129,5	<b>342,9</b>
	2016	51,4	156,6 <sup>(2)</sup>	151,0	359,0
	2015	67,4	162,0 <sup>(2)</sup>	155,3	384,7
<b>Belgique</b>	<b>2017</b>	15,5	11,3 <sup>(1)</sup>	101,4	<b>128,2</b>
	2016	12,4	14,4 <sup>(1)</sup>	102,6	129,4
	2015	12,4	16,9 <sup>(1)</sup>	107,4	136,7
<b>Total</b>	<b>2017</b>	<b>114,0</b>	<b>1 728,2</b>	<b>2 202,5</b>	<b>4 044,7</b>
	2016	117,2	1 812,3	2 668,5	4 598,0
	2015	135,4	1 843,2	3 063,1	5 041,7

<sup>(1)</sup> Parc de véhicules majoritairement composé de véhicules Diesel

<sup>(2)</sup> Parc de véhicules majoritairement composé de véhicules Essence

Le montant total des émissions de GES a régulièrement diminué au cours des 3 derniers exercices.

#### Evolution des émissions de GES de 2015 à 2017 (en tonnes eq CO<sub>2</sub>)



#### Scope 3

S'agissant du scope 3 (autres émissions indirectes), l'activité de média en radio et en télévision du Groupe rend peu importantes les autres émissions indirectes des gaz à effet de serre.

Le Groupe considère que les principales sources de ces émissions résident, en amont, dans les biens qui sont achetés/immobilisés par le Groupe et dans les déplacements de ses salariés (trajet domicile-travail et déplacements professionnels effectués en train ou en avion) et, en aval, dans la consommation électrique des téléviseurs et autres supports d'écoute des médias du Groupe.

Le Groupe ne dispose pas à ce jour d'outil lui permettant de procéder à une estimation quantitative suffisamment fiable des émissions de gaz à effet de serre relevant de ce scope.

### 5.5 RAPPORT DE L'UN DES COMMISSAIRES AUX COMPTES, DESIGNÉ ORGANISME TIERS INDÉPENDANT, SUR LES INFORMATIONS SOCIALES, ENVIRONNEMENTALES ET SOCIETALES 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 relatives à l'exercice clos le 31 décembre 2017 (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 qui est 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, de la doctrine professionnelle 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).

Il ne nous appartient pas en revanche de nous prononcer sur la conformité aux autres dispositions légales applicables le cas échéant, en particulier celles prévues par la loi n° 2016-1691 du 9 décembre 2016 dite Sapin II (lutte contre la corruption).

Nos travaux ont mobilisé les compétences de cinq personnes et se sont déroulés entre janvier 2018 et mars 2018 pour une durée d'environ quatre semaines. Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de nos travaux, à nos experts en matière de RSE.

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément à l'arrêté du 13 mai 2013 déterminant les modalités dans lesquelles l'organisme tiers indépendant conduit sa mission et selon la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention et, concernant l'avis motivé sur la sincérité, à la norme internationale ISAE 3000<sup>2</sup>.

#### 1. ATTESTATION DE PRESENCE DES INFORMATIONS RSE

##### *Nature et étendue des travaux*

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.

<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 financial information

En cas d'absence de certaines informations, 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 chapitre 5 du rapport de gestion.

### **Conclusion**

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

## **2. AVIS MOTIVE SUR LA SINCERITE DES INFORMATIONS RSE**

### **Nature et étendue des travaux**

Nous avons mené une dizaine 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 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 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 que nous avons sélectionnées<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 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 86% de l'effectif et entre 40% et 100% des indicateurs environnementaux présentés.

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.

<sup>3</sup> **Indicateurs sociaux** : Effectif total et France ; Salariés à temps partiel ; Embauches et licenciements ; Part des intermittents dans l'effectif total ; Nombre de jours ouvrés d'absence ; Taux de fréquence des accidents du travail ; Taux de gravité des accidents du travail ; Nombre et pourcentage de collaborateurs ayant bénéficié d'une formation et nombre moyen d'heures de formation.

**Indicateurs environnementaux** : Quantité de déchets de papier et de carton collectés ; Consommation d'électricité ; Consommation de gaz ; Consommation de carburant ; Emissions de gaz à effet de serre.

**Indicateurs sociétaux** : Volume d'heures des émissions conformes à la Charte Alimentaire (2016) ; Nombre d'associations auxquelles CHERIE 25 a permis de disposer d'un espace de visibilité dans ses programmes (2016).

**Informations qualitatives** : Consommation d'électricité et mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique ; Politique de formation ; Enjeux sociaux et environnementaux dans la politique d'achat et lors du recours à la sous-traitance ; Politique de lutte contre la corruption et mise en place de la loi Sapin 2.

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

### **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 au Référentiel.

Neuilly-sur-Seine, le 29 mars 2018

L'un des commissaires aux comptes,

Deloitte & Associés

Olivier Broissand