



05

DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

AVANT PROPOS ET NOTE MÉTHODOLOGIQUE	86
5.1. DIALOGUE AVEC LES PARTIES PRENANTES EXTERNES	88
5.2. VALEURS ET PRINCIPES ÉTHIQUES - LUTTE CONTRE LA CORRUPTION	90
5.2.1. Des règles de bonne gouvernance au sein du Conseil d'administration	90
5.2.2. Des engagements matérialisés par des référentiels internes	90
5.2.3. L'éthique des affaires et la lutte contre la corruption	91
5.3. UN ENGAGEMENT SOCIÉTAL	93
5.3.1. Des procédures de suivi des obligations déontologiques et conventionnelles	93
5.3.2. Une mobilisation forte face à la crise sanitaire	99
5.3.3. Un soutien à la recherche médicale et aux associations œuvrant pour de grandes causes	100
5.3.4. Une contribution active au développement régional	101
5.3.5. Une proximité forte des antennes avec leur public, adaptée dans le contexte de la Covid-19	102
5.3.6. Des relations étroites avec les annonceurs dans le respect de la réglementation	102
5.3.7. Des achats responsables	103
5.3.8. Le respect des droits de l'homme	103
5.4. LA PERFORMANCE SOCIALE	104
5.4.2. Dans un contexte de crise sanitaire, une priorité donnée à la santé et à la sécurité des collaborateurs	105
5.4.3. La fidélisation des collaborateurs	106
5.4.4. L'acquisition et le développement des compétences	109
5.4.5. Des mesures en faveur de l'égalité des chances et de traitement	110
5.4.6. Le dialogue social	113
5.4.7. Autres indicateurs pertinents	115
5.5. UNE PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE	116
5.5.1. Protection contre l'exposition aux champs électromagnétiques	116
5.5.2. Efficacité énergétique	117
5.5.3. Actions de sensibilisation en faveur de projets environnementaux et du développement durable	120
5.5.4. Actions s'inscrivant dans le cadre de l'économie circulaire	122
5.6. TABLE DE CONCORDANCE DE LA DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE	123
5.7. RAPPORT DE L'UN DES COMMISSAIRES AUX COMPTES, DÉSIGNÉ ORGANISME TIERS INDÉPENDANT, SUR LA DÉCLARATION CONSOLIDÉE DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE	124

AVANT PROPOS ET NOTE MÉTHODOLOGIQUE

CADRE DE RÉFÉRENCE DE LA DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE ("DPEF")

En tant qu'acteur majeur des médias en France, le Groupe 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 le contenu de ses émissions de radio, de télévision et de son offre digitale, et, d'autre part, à travers la gestion de ses activités et de leurs impacts sociaux et environnementaux.

Face à ces enjeux et afin, par ailleurs, de se conformer à l'obligation découlant de l'article L225-102-1 du Code de Commerce, le Groupe intègre, depuis 2012, un chapitre sur la Responsabilité Sociale de l'Entreprise ("RSE") dans son Document d'enregistrement universel. La transposition dans la réglementation française de la directive européenne relative à la publication d'informations financières a conduit le Groupe à faire évoluer en 2018 son reporting vers une Déclaration de Performance Extra-Financière ("DPEF").

MÉTHODOLOGIE D'ANALYSE DES RISQUES

La DPEF repose sur un principe de matérialité et de pertinence des informations publiées au regard d'une part, de l'activité, des performances et de la situation du Groupe et, d'autre part, des principaux risques et enjeux qu'il a identifiés sur les grandes thématiques extra-financières. Dans ce cadre, le Groupe a procédé à la revue de ses principaux risques à partir de l'analyse de leur matérialité existante, de leur pertinence et de la gravité de leurs enjeux.

Deux grilles d'analyse des risques distinctes ont été élaborées :

- l'une est spécifique à la lutte contre la corruption,
- l'autre prend en considération respectivement les domaines social, sociétal et environnemental.

Ces grilles, élaborées en 2018 à partir d'une méthode ayant comporté une identification des risques inhérents, leur hiérarchisation puis l'identification des politiques et mesures prises par le Groupe afin de maîtriser/réduire ces risques, sont mises à jour chaque année. Elles ont été établies à partir d'entretiens menés par la Direction Financière et l'Audit Interne avec les principaux directeurs et responsables opérationnels associés à la politique RSE du Groupe (Direction des Ressources Humaines, Pôle Technique, Direction des Achats, Directions Opérationnelles des Activités Radio et Télévision, Responsables Conformité Réglementaire, etc.) et sur la base de l'analyse faite par le Groupe du rôle et des enjeux que comportent les parties prenantes.

LIEN AVEC LES FACTEURS DE RISQUES PRÉSENTÉS DANS LE CHAPITRE 4 ET RISQUES JUGÉS NON PERTINENTS AU REGARD DES ACTIVITÉS DU GROUPE

Indépendamment de l'importance qu'ils revêtent pour le Groupe, les risques extra-financiers identifiés ne sont pas apparus comme susceptibles de figurer parmi les principaux risques spécifiques du Groupe décrits dans le Chapitre 4 du présent Document d'enregistrement universel, à l'exception du risque lié au non-respect des obligations réglementaires et conventionnelles qui donne lieu à des développements dans la Section 5.3 de ce Chapitre et du risque lié à la crise sanitaire de la Covid-19 dont les implications sur le plan social sont traitées dans la Section 5.4.

Le travail d'identification des risques a par ailleurs conduit à conclure que la précarité alimentaire, le gaspillage alimentaire, le respect du bien-être animal et le respect d'une alimentation responsable, équitable et durable ne constituent pas un enjeu matériel pour le Groupe. Ces thématiques ne sont donc pas traitées dans ce Chapitre.

STRUCTURE DU RAPPORT

♦ Modèle d'affaires

Le modèle d'affaires qui reflète les principales activités du Groupe, le processus de création de valeur ainsi que la stratégie dans laquelle il s'inscrit est présenté dans le Chapitre 2 de ce Document d'enregistrement universel.

♦ Principaux risques et enjeux

Le Groupe a fait le choix de construire sa publication autour de 4 grands axes qui couvrent son attachement au respect de valeurs et de principes éthiques, son engagement sociétal, sa performance sociale et sa performance environnementale. Les risques majeurs que le Groupe a identifiés autour de chacune de ces thématiques mais également les principaux enjeux auxquels il est confronté sont présentés en introduction de chaque section. Sont ensuite déclinés les politiques et dispositifs mis en œuvre assortis des indicateurs clés de performance utilisés par le Groupe pour mesurer leur adéquation.

La Section 5.1 du présent Chapitre présente par ailleurs le rôle, les enjeux et les modalités d'échanges du Groupe avec ses principales parties prenantes externes.

PÉRIMÈTRE DE LA DPEF

Le périmètre de la DPEF couvre les entités françaises, belges et allemandes que le Groupe contrôle et qui sont, à ce titre, consolidées selon la méthode de l'intégration globale. La liste complète de ces entités est fournie dans l'annexe des comptes consolidés du Groupe qui figurent dans le Chapitre 8 de ce Document.

En termes d'effectifs, ces entités employaient au total 1 575 personnes au 31 décembre 2020, soit 97,46% des effectifs du Groupe à cette date et elles ont contribué à la réalisation d'environ 96% du chiffre d'affaires consolidé du Groupe en 2020. Elles sont donc largement représentatives des performances du Groupe sur le plan social, sociétal et environnemental.

En l'absence d'acquisitions et de cessions majeures au cours des 3 derniers exercices, ce périmètre est en outre comparable sur l'ensemble des périodes présentées.

Dans le cas particulier de la publication afférente à l'exercice 2020, il est toutefois précisé que la crise sanitaire de la Covid-19 rend certaines données quantitatives difficilement comparables à celles des exercices précédents : Tel est par exemple le cas de la consommation de carburant, affectée par les périodes de confinement et par les périodes de mise en activité partielle d'une partie des équipes de régie publicitaire, dans une moindre mesure, de la consommation de gaz de chauffage en baisse en raison de la moindre occupation des locaux pendant le premier confinement, mais tel est surtout le cas des heures de formation, dont le volume est en fort retrait en 2020, en raison des périodes de confinement successives et de l'annulation de sessions organisées en présentiel.

MÉTHODOLOGIE DE REPORTING DES INDICATEURS

La définition et la méthode de collecte des indicateurs de performance quantitatifs environnementaux et sociaux font l'objet d'un guide méthodologique ("Protocole de reporting") partagé entre les contributeurs et l'Organisme Tiers Indépendant ("OTI").

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.

Afin de faciliter leur comparaison dans le temps, les indicateurs de performance sont, dans la plupart des cas, présentés sur trois exercices. Par exception, certains indicateurs communiqués pour la première fois en 2020 afin d'améliorer la pertinence de l'information ne portent que sur un exercice.

Par ailleurs, lorsque cela s'avère nécessaire, une note méthodologique décrivant la méthode de calcul des indicateurs de performance est fournie dans le paragraphe dans lequel l'indicateur est présenté.

VÉRIFICATIONS DES INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE

Dans le cadre de sa mission, l'Organisme Tiers Indépendant a procédé à des vérifications sur des informations qualitatives et quantitatives qu'il a sélectionnées car il a jugé qu'elles étaient les plus importantes au regard de l'activité du Groupe. Les informations qui ont fait l'objet d'une vérification par l'Organisme Tiers Indépendant sont signalées dans ce Chapitre par le sigle " [OTI] " .

5.1 DIALOGUE AVEC LES PARTIES PRENANTES EXTERNES

Le Groupe est 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. S'agissant des parties prenantes externes, il s'inscrit dans une dynamique permanente d'amélioration de la qualité de son dialogue.

Le tableau ci-dessous présente les principales parties prenantes externes¹ du Groupe et résume leur rôle, les enjeux des interactions avec eux pour le Groupe ainsi que les modalités d'échanges du Groupe avec chacune d'entre elles, rappel étant fait que l'ensemble de ces relations sont encadrées par les référentiels internes décrits dans la section 5.2 ci-après.

PARTIES PRENANTES	RÔLE/ENJEUX	PRINCIPAUX SUPPORTS DU DIALOGUE
Instances de régulation professionnelles Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et ses homologues à l'étranger ; Autorité de la Concurrence ; Organisations professionnelles telles que l'ARPP, l'ARCEP et l'ANFR en France.	Les instances de régulation professionnelles définissent le cadre réglementaire dans lequel s'inscrivent les activités du Groupe. Les conventions et autres documents signés avec ces instances orientent et organisent fortement son activité.	Conventions et chartes ; Procédures d'information convenues à un rythme périodique ou ponctuelles à la demande du CSA ; Participation à des groupes de travail, échanges, réunions.
Public	Auditeurs, téléspectateurs et internautes sont directement impactés par les choix de programmation et par les messages diffusés sur les médias 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 et environnementaux.	Supports digitaux des radios et télévisions ; tournées (ou concerts virtuels en période de pandémie) ; opérations spécifiques pour rencontrer des artistes et des animateurs (notamment via les réseaux sociaux en 2020) ; réseaux sociaux (NRJ est la première marque de radio musicale sur Facebook, Twitter, Instagram et Tiktok ; NRJ 12 est la 1 ^{ère} chaîne TNT et la 4 ^{ème} chaîne nationale - hors chaînes d'informations - sur Facebook) ; Facebook live avec les artistes et les animateurs ; Hors période de crise sanitaire, présence sur les plateaux d'enregistrement des émissions de radio, prises de parole sur les antennes
Annonceurs et leurs mandataires	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, conférence de rentrée Média ; Etudes propriétaires déployées auprès des annonceurs afin de les accompagner dans la compréhension des comportements et intentions des consommateurs ; Rencontres directes avec les annonceurs, site internet des sociétés de régie publicitaire www.nrjglobalregions.com , www.nrjglobal.com ; Relations contractuelles conformes aux Conditions Générales de Vente.

¹ Les parties prenantes internes sont analysées dans d'autres sections. Ainsi, les actionnaires, administrateurs et membres du Comité d'Audit sont présentés au Chapitre 6 de ce Document d'enregistrement universel et les éléments concernant les relations avec les salariés du Groupe et leurs représentants sont présentés ci-après, dans la partie 5.4 de ce Chapitre (PERFORMANCE SOCIALE).

PARTIES PRENANTES	RÔLE/ENJEUX	PRINCIPAUX SUPPORTS DU DIALOGUE
Fournisseurs et prestataires	Le Groupe effectue un grand nombre d'achats, y compris de prestations de services liées aux émissions diffusées, notamment en télévision. Le Groupe est attentif à valoriser les engagements sociaux, sociétaux et environnementaux de ses fournisseurs et prestataires lors des procédures d'appel d'offres.	En France, Directive Achats Groupe ; Procédures de consultations et d'appel d'offres incluant des procédures liées à la lutte contre le travail dissimulé, à la lutte contre la corruption et à la RGPD.
Secteur associatif	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 et environnementales ainsi que la recherche médicale.	Actions ponctuelles, interventions dans les programmes diffusés sur les antennes de radio et de télévision ; Partenariats, mise à disposition d'espaces publicitaires ;
Communauté financière 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 à ses performances financières.	Site nrjgroup.fr, communiqués financiers, document d'enregistrement universel ; Rencontres avec les investisseurs, road shows ; Données statistiques Banque de France ; Réunions et conférences avec les analystes financiers (SFAF).

5.2 VALEURS ET PRINCIPES ÉTHIQUES - LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

RISQUES ET ENJEUX

Le Groupe fonde le développement de ses activités sur un ensemble de valeurs et de principes éthiques auxquels ses mandataires sociaux et ses collaborateurs doivent se conformer en toutes circonstances.

L'importance que leur accorde le Groupe se traduit au travers des dispositifs mis en place qui visent à ce que ce socle de valeurs et principes soit reconnu, partagé et ne souffre pas de manquements.

S'agissant en particulier du volet lié à la corruption, le Groupe serait notamment exposé à un risque d'image s'il venait à faire l'objet d'un acte de corruption actif ou passif.

POLITIQUE ET DISPOSITIFS MIS EN ŒUVRE

5.2.1 DES RÈGLES DE BONNE GOUVERNANCE AU SEIN DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

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 mise en place par les sociétés cotées. Ces règles se traduisent notamment au travers de la composition et du fonctionnement du Conseil d'administration.

LA PRÉSENCE DE MEMBRES INDÉPENDANTS AU SEIN DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Conformément au code de gouvernement d'entreprise Middlenext auquel se réfère la société, le Conseil d'administration a comporté deux membres indépendants pendant l'ensemble de l'exercice 2020 (Voir Chapitre 6.2 "Gouvernance d'entreprise").

Le Conseil d'administration s'assure chaque année que les critères d'indépendance applicables à ses membres, tels que fixés par le code de gouvernement d'entreprise Middlenext et tels que repris dans son Règlement Intérieur, sont bien respectés (Voir Chapitre 6.2 "Gouvernance d'entreprise").

LE RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU CONSEIL

Le Règlement Intérieur du Conseil comporte des règles de gestion des conflits d'intérêts dont l'application peut, dans certains cas, conduire à la démission même de l'administrateur concerné.

L'EXISTENCE DE COMITÉS SPÉCIALISÉS COMPOSÉS DE MEMBRES INDÉPENDANTS

Le Groupe s'est doté d'un Comité des Nominations et des Rémunérations ainsi que d'un Comité d'Audit.

Chacun de ces comités est constitué des deux administrateurs indépendants.

5.2.2 DES ENGAGEMENTS MATÉRIALISÉS PAR DES RÉFÉRENTIELS INTERNES

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

UNE CHARTE D'ÉTHIQUE

Cadre de référence éthique du Groupe, la Charte d'éthique est en vigueur depuis 2007 en France et depuis 2018 dans les pays étrangers dans lesquels le Groupe emploie le plus grand nombre de salariés (Belgique, Allemagne et Autriche). A l'international, cette Charte a été adaptée à la législation propre à chaque pays.

Communiquée à tout nouvel entrant et disponible sur les différents sites intranet du Groupe, la Charte formalise les valeurs auxquelles chaque mandataire social et chaque membre du personnel doit se référer à tout moment : Respect de la personne, rigueur, recherche de l'excellence, confiance, équité, loyauté, honnêteté et transparence. Ces valeurs doivent se traduire dans des principes d'action professionnelle et de comportement individuel, dans le cadre des relations de chacun avec d'autres membres du personnel mais également dans le

cadre de ses relations avec des partenaires extérieurs au Groupe, des concurrents, les clients du Groupe, ses actionnaires, les autorités ainsi qu'avec la société civile dans son ensemble.

En France, dans le cadre de cette Charte, les administrateurs indépendants exercent le rôle de Déontologue chargé de traiter en dernier ressort toute question relative à un conflit d'intérêts auquel un collaborateur du Groupe est susceptible d'être confronté.

UN CODE DE CONDUITE ANTI-CORRUPTION

Dans le prolongement de la Charte éthique et pour réaffirmer sa volonté, en tant qu'acteur majeur des médias privés français, d'être éthiquement irréprochable, le Groupe s'est doté d'un Code de conduite anti-corruption.

Sa diffusion s'inscrit dans le cadre de la politique globale mise en œuvre par le Groupe afin de prévenir les faits de corruption (voir § 5.2.3).

UNE NOTE SUR LA PRÉVENTION DES DÉLITS ET MANQUEMENTS D'INITIÉS

Mise à jour en mars 2021, la note sur la prévention des délits et manquements d'initiés rappelle notamment aux mandataires sociaux et collaborateurs du Groupe en France 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 de la société NRJ GROUP ainsi que les principes relatifs aux fenêtres négatives et périodes d'embargo en vigueur au sein du Groupe.

DES ACTIONS FAVORISANT LE RESPECT DE LA VIE PRIVÉE

Le Groupe détient dans ses systèmes d'information des données à caractère personnel tant sur ses collaborateurs que sur ses tiers (auditeurs participants et gagnants mais aussi fournisseurs par exemple).

Depuis l'adoption du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) applicable en France depuis le 25 mai 2018, le Groupe s'est mobilisé en mettant en œuvre différentes actions : Outre la nomination d'un *Data Protection Officer*, il a ainsi notamment procédé à la modification et la mise en ligne de la politique de confidentialité et de la politique de cookies sur ses sites internet et ses applications mobiles, à la modification des clauses relatives aux données personnelles figurant sur ses sites internet/ applications mobiles, à la modification de la clause relative aux données personnelles dans le règlement des jeux qu'il organise, à la rédaction d'un avenant "sous-traitant" type destiné aux partenaires du Groupe, à la modification de la clause relative aux données personnelles figurant dans les contrats de travail et à l'adaptation de divers contrats par voie d'avenant en intégrant la notion de *Privacy by design*.

Ces actions de mise en conformité sont désormais intégrées dans le processus de renforcement continu des procédures de gestion des risques et de la conformité du Groupe. A ce titre, une mission d'audit interne a été menée en 2020 et fera l'objet d'une mission de suivi.

5.2.3 L'ÉTHIQUE DES AFFAIRES ET LA LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

[OTI]

Le Groupe attache la plus grande importance à l'éthique des affaires dans toutes ses activités. Cet engagement se traduit en particulier au travers des dispositifs présentés ci-après :

UN DISPOSITIF DE PRÉVENTION CONTRE LA CORRUPTION

S'appuyant sur la cartographie de l'exposition aux risques de corruption établie en 2017 et dans le respect des dispositifs introduits par l'article 17 de la loi relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique dite "Loi Sapin 2", au cours des exercices 2017 et 2018, le Groupe a déployé un ensemble de mesures visant à prévenir et détecter d'éventuels faits de corruption. En complément, en 2019, le Groupe a mis en place le dispositif d'évaluation des tiers en France.

A ce jour, le programme de prévention et de lutte contre la corruption du Groupe s'appuie ainsi principalement sur 4 dispositifs :

UN CODE DE CONDUITE ANTI-CORRUPTION

Le Groupe s'est doté d'un Code anti-corruption applicable en France, en Belgique, en Allemagne et en Autriche. Ce code formalise la volonté du Groupe d'appliquer 3 grands principes : "Tous concernés", "Tous irréprochables" et "Tous vigilants". Après avoir notamment rappelé ce que l'on entend par le terme "corruption" ainsi que les principes qui conduisent à qualifier un fait de corruption, ce Code présente les différents types de comportements à proscrire et les règles à respecter.

Tout manquement constaté à ce Code exposerait le collaborateur concerné à des sanctions disciplinaires.

UNE FORMATION OBLIGATOIRE ET CIBLÉE

La diffusion du Code de conduite anti-corruption auprès des salariés du Groupe s'est accompagnée de la réalisation, par des collaborateurs, d'une formation obligatoire au travers d'un module dédié à la compréhension du risque de corruption.

En France, cette formation a été délivrée en 2018 en présentiel aux principaux managers du Groupe puis sous forme d'e-learning aux collaborateurs exerçant des fonctions identifiées comme susceptibles d'être les plus exposées à d'éventuels risques de corruption mais aussi aux salariés en faisant la demande. Depuis 2019, cette formation est systématiquement inscrite dans le plan de formation de tous les nouveaux collaborateurs exerçant un métier qui la rendait obligatoire en application de la cartographie des risques. Dans ce cadre, au cours de l'exercice 2020, 65,9% (74,3% en 2019) des nouveaux arrivants ciblés ont suivi et validé le module de formation relatif à l'anti-corruption.

En Allemagne et en Autriche, une formation a été délivrée en 2018 en présentiel à l'ensemble des collaborateurs, dans chacune des antennes locales du Groupe et une nouvelle session de formation a été organisée en 2019 à l'intention des nouveaux collaborateurs et des autres salariés qui en exprimaient le souhait.

La crise sanitaire a conduit à reporter l'organisation d'une formation similaire qui était prévue en présentiel en Belgique en 2020. En fonction du contexte sanitaire de l'année 2021, cette formation pourrait être organisée à distance.

UN DISPOSITIF D'ALERTE

Dans un souci de mise en conformité avec les articles 8 et 17 de la "Loi Sapin 2", le Groupe s'est doté d'un dispositif d'alerte professionnelle (procédure dite des "lanceurs d'alerte").

En place depuis 2018 en France, en Belgique, en Allemagne et en Autriche, ce dispositif permet à tout mandataire social, à tout salarié mais aussi à tout collaborateur extérieur et occasionnel d'une société 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.

UN DISPOSITIF D'ÉVALUATION DES TIERS

En 2019, le Groupe a mis en place, en France, un dispositif d'évaluation des tiers (clients, fournisseurs directs et intermédiaires). Ce dispositif, dont l'application a été externalisée auprès d'un cabinet de conseil externe, a notamment pour objectifs de permettre de prendre une décision quant à l'entrée en relation d'affaires avec un tiers ou à la poursuite d'une relation et d'adapter le niveau de vigilance à chacun des tiers.

LE RENFORCEMENT DES PROCÉDURES INTERNES ET DOCUMENTS CONTRACTUELS

En France, plusieurs mesures sont venues compléter, dès 2018, les dispositifs précédemment mis en œuvre par le Groupe afin de prévenir d'éventuels faits de corruption et notamment :

- La mise en place d'une procédure dédiée aux cadeaux et invitations reçus par les collaborateurs dans le cadre de leurs relations professionnelles.

Cette procédure stipule notamment qu'un collaborateur se doit refuser tout cadeau ou invitation qui ne s'inscrit pas dans un contexte professionnel clair et transparent.

- La mise en place d'une procédure relative aux cadeaux et invitations offerts aux clients.

Présentée aux Instances Représentatives du Personnel au cours de l'année 2020, cette procédure sera effective à compter du 1^{er} semestre 2021. Elle vise à encadrer l'octroi de cadeaux et/ou invitations qu'un collaborateur est susceptible d'offrir dans le cadre de ses relations professionnelles.

- Une actualisation des documents contractuels (CGV et CGA).

Dans le cadre de l'article 17 de la "Loi Sapin 2", le Groupe a procédé à la mise à jour de ses Conditions Générales d'Achat et de ses Conditions Générales de Vente afin d'y inclure une clause anti-corruption.

En complément de ces procédures, une partie des activités de l'audit interne du Groupe est consacrée aux problématiques de compliance ("Sapin 2"), avec l'appui des services juridiques et/ou opérationnels internes compétents.

UN DISPOSITIF DE LUTTE CONTRE LE TRAVAIL DISSIMULÉ

Dans le cadre de ses obligations en matière de lutte contre le travail dissimulé, le Groupe a recours, depuis 2015, à une société dont la mission consiste à collecter, vérifier puis suivre la mise à jour des documents administratifs fournis par les prestataires du Groupe afin de s'assurer de leur respect des obligations légales en la matière.

Par la mise à disposition d'une plateforme collaborative, cette intervention 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.

UNE POLITIQUE FISCALE TRANSPARENTE

Le Groupe n'exerçant son activité qu'en Europe et ne disposant d'aucune implantation juridique (société, succursale ou bureau de représentation) dans un territoire inscrit dans la liste des états et territoires non coopératifs tels que définis par la législation française et internationale, il considère que l'évasion fiscale ne constitue pas un risque significatif.

Il est toutefois précisé que la politique fiscale de la société NRJ GROUP et des filiales du Groupe intègre les règles d'éthique du Groupe et se matérialise au travers des principes suivants :

- L'application d'une politique fiscale de transparence au sein du Groupe et le respect des lois et réglementations par l'ensemble des sociétés du Groupe, quel que soit le pays dans lequel elles opèrent.

La société NRJ GROUP veille à l'application de ces principes et établit par ailleurs des échanges constructifs et transparents avec les autorités fiscales.

- L'application d'une politique de prix de transfert conforme aux principes de l'OCDE.

Le Groupe respecte les principes visant à localiser le revenu là où la valeur est créée et documente, chaque année, la conformité de sa politique de prix de transfert aux principes fixés par l'OCDE.

5.3 UN ENGAGEMENT SOCIÉTAL

RISQUES ET ENJEUX

Editeur de contenus audiovisuels, le principal risque sociétal pour le Groupe consisterait dans le non-respect de ses engagements publics en matière d'éthique et de déontologie des contenus diffusés (voir "Facteurs de risques" au sein du Chapitre 4. § 4.4.1).

Le Groupe est par ailleurs attaché à la sensibilisation de son public aux grands enjeux de société dont la liste s'est enrichie, en 2020, des enjeux sanitaires et sociétaux liés à la crise sanitaire de la Covid-19.

Dans un contexte difficile, les antennes du Groupe se sont fortement mobilisées en faveur du personnel soignant et ont encouragé et facilité de nombreuses actions de solidarité. Elles ont par ailleurs diffusé gracieusement, dans le cadre de leurs obligations conventionnelles ou sur la base du volontariat, les messages sanitaires du gouvernement. Dans le même temps, le Groupe a continué de montrer son attachement aux grands combats de société en soutenant la recherche médicale et les associations œuvrant pour de grandes causes mais aussi en faveur de l'environnement et du développement durable.

Les relations de proximité des antennes de radio et de télévision avec leurs publics, dont l'interactivité s'est encore accrue dans le contexte de la crise sanitaire, font par ailleurs partie de l'ADN du Groupe au même titre que son fort ancrage sur l'ensemble du territoire français.

POLITIQUE ET DISPOSITIFS MIS EN ŒUVRE

5.3.1 DES PROCÉDURES DE SUIVI DES OBLIGATIONS DÉONTOLOGIQUES ET CONVENTIONNELLES

[OTI]

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 et qui portent, en particulier, 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 et l'indépendance de l'information et des programmes**,
- la **protection de l'enfance et de l'adolescence**.

En télévision, les conventions comprennent également des engagements relatifs à :

- 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 notamment en télévision, un service dédié à la conformité des programmes et au respect des obligations réglementaires ainsi qu'un 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.

De même, en radio, les équipes de production (internes et externes, locales et nationales) ainsi que les équipes des émissions de radio sont régulièrement sensibilisées aux obligations légales, réglementaires et conventionnelles et le Groupe réalise un suivi régulier de la programmation de ses radios.

En France, le rapport annuel sur les conditions d'exécution des obligations et engagements est adressé au CSA au plus tard le 30 avril de l'année suivante pour les services de télévision gratuite et au plus tard le 31 juillet de l'année suivante pour les services de radio.

Certains faits marquants et données présentés ci-après sont issus de ces rapports¹ qui valident les données chiffrées et correspondent ainsi à l'année 2019.

DES ENGAGEMENTS CONVENTIONNELS ET DES OBLIGATIONS LÉGALES RESPECTÉES EN RADIO

- En France, conformément à l'article 2-bis de la loi de 1986 et à l'article 3.2 de leur convention signée avec le CSA, les services de radios du Groupe sont tenus de respecter les dispositions relatives à la diffusion de chansons d'expression française. Ils doivent également respecter les quotas de diffusion de chansons francophones et le plafonnement des rotations de titres francophones ("malus").

Chaque service de radio doit également respecter ses obligations conventionnelles.

Aucun service de radio n'a été sanctionné au titre de ses engagements conventionnels et de ses engagements légaux, que ce soit au titre de 2018 ou au titre de 2019.

- En Belgique, le CSA impose aux radios d'assurer un minimum de 70% de production interne propre - NRJ Belgique s'étant pour sa part engagée sur 100% - et d'émettre en langue française. Ces deux obligations ont été respectées en 2019 et en 2020.

NRJ Belgique a également respecté, en 2019 et en 2020, les engagements pris auprès du CSA quant à la diffusion de musiques sur des textes en langue française (30%) et d'œuvres musicales de compositeurs, d'artistes interprètes ou de producteurs de la Communauté française (8% dont 6% entre 6h et 22h).

- En Allemagne, la réglementation relative aux radios privées est basée au niveau fédéral sur le

"Rundfunkstaatsvertrag" (traité de radiodiffusion) et, au niveau de chaque Land, sur le "Medienstaatsvertrag" (traité media).

La protection de la jeunesse est quant à elle régulée au niveau fédéral dans le "Jugendmedienschutz-Staatsvertrag".

Le secteur audiovisuel privé est règlementé par les Länder qui 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 et il n'a fait l'objet d'aucune plainte relative à ses engagements conventionnels au cours des exercices 2019 et 2020.

DES ENGAGEMENTS DE DIFFUSION DES ŒUVRES EUROPÉENNES ET DES ŒUVRES D'EXPRESSION ORIGINALE FRANÇAISE RESPECTÉS EN TÉLÉVISION

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 2019, les résultats de la diffusion des trois chaînes du Groupe, présentés ci-après, attestent du respect de ces engagements. Il en était de même au titre des exercices 2017 et 2018.

PART DES ŒUVRES EUROPÉENNES ET DES ŒUVRES D'EXPRESSION ORIGINALE FRANÇAISE DANS LE VOLUME TOTAL D'HEURES DE DIFFUSION D'ŒUVRES AUDIOVISUELLES⁽³⁾

	Quota	NRJ 12	CHÉRIE 25	NRJ Hits
Volume annuel		5 395h 5 mn	5 282 h 1 mn	8 110 h
Dont OE ⁽¹⁾	≥ 60%	66,9%	61,9%	61%
Dont EOF ⁽²⁾	≥ 40%	51,3%	52,7%	42%

(1) Œuvres Européennes

(2) Œuvres d'Expression Originale Française

(3) Source ; Rapport CSA 2019

¹ <https://www.csa.fr/Informers/Collections-du-CSA/Bilans/Bilans-medias/Les-chaines-de-televsions-publiques-privées/Rapport-annuel-sur-les-obligations-des-services-des-medias-audiovisuels-edites-par-le-Groupe-NRJ-Annee-2019>

PART DES ŒUVRES EUROPÉENNES ET DES ŒUVRES D'EXPRESSION ORIGINALE FRANÇAISE DANS LE NOMBRE TOTAL D'HEURES DE DIFFUSION D'ŒUVRES CINÉMATOGRAPHIQUES⁽¹⁾

	Quota	NRJ 12	CHÉRIE 25
Nombre de diffusions 24/24		154	192
Dont : œuvres cinématographiques européennes	≥ 60%	61,0%	60,4%
Dont : œuvres cinématographiques d'expression originale française	≥ 40%	40,3%	46,4%

(1) Source : Rapport CSA 2019

DES DISPOSITIFS VISANT À PROTÉGER 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 campagne intitulée "Enfants et écrans" vise à sensibiliser les téléspectateurs, et plus particulièrement les parents, sur les dangers de la télévision pour les enfants de moins de 3 ans. Cette campagne sur la protection des enfants de moins de trois ans, dissociée de la campagne signalétique jeunesse, a été diffusée pendant quatre jours consécutifs entre le 3 et le 6 juillet 2020 sur les antennes du Groupe ;
- 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. Pour l'année 2020, le CSA a décidé de reconduire les deux spots produits en 2018 pour cette campagne qui poursuit plusieurs objectifs : Appeler

l'attention de tous sur les effets de certains programmes sur le jeune public, inviter les parents et responsables éducatifs à utiliser des moyens de protection en prenant en compte les nouveaux usages et encourager au dialogue entre adultes et enfants.

NRJ 12, CHÉRIE 25 et NRJ Hits ont pleinement participé à la diffusion de cette campagne sur une période de trois semaines comprise entre le 20 novembre et le 10 décembre 2020. Les services non-linéaires du Groupe ont également participé à la diffusion de cette campagne en proposant, tant sur les sites internet que les Box des fournisseurs d'accès, les messages en télévision de rattrapage.

RADIO

Lors de leurs interventions et sur l'ensemble des antennes françaises, allemandes et belges du Groupe, les animateurs sensibilisent régulièrement leurs 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 2020, l'antenne NRJ a diffusé des spots de la MAAF et de la Sécurité Routière sur les dangers de l'alcoolémie.

Au cours de l'année 2020, les radios du Groupe ont également renouvelé leur soutien à la **campagne d'information pour la protection du jeune public** organisé par le CSA en diffusant deux messages spécifiquement conçus pour une diffusion en radio. Ainsi, NRJ a diffusé la campagne "en famille" et "entre amis" mettant en scène des enfants confrontés à des images choquantes ; elle a par ailleurs diffusé 24 fois la campagne du CSA "Violence enfants".

En Belgique, des messages constructifs et sensibilisants sont régulièrement diffusés à l'antenne, notamment par les animateurs des émissions en soirée (Olivier et Audrey dans "les Fous Duroy").

DES MESURES PERMETTANT DE FAVORISER L'ACCESSIBILITÉ DES PROGRAMMES TÉLÉVISÉS

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 CSA 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. CHÉRIE 25 a, quant à elle, souscrit des engagements plus importants en proposant un taux de 50% de ses programmes.

UN ENGAGEMENT SOCIÉTAL

Le tableau ci-dessous atteste du respect de leurs engagements par les deux chaînes du Groupe en 2019⁽¹⁾, étant précisé que ces engagements avaient également été respectés en 2017 et 2018 :

	Obligation	Réalisation
NRJ 12	40%	53,67%
CHÉRIE 25	50%	56,82%

(1) Source : Rapport CSA 2019

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 (procédé destiné à rendre des programmes accessibles aux aveugles et aux malvoyants grâce à une voix hors champ décrivant les scènes et intrigues). En conséquence, le CSA fixe pour les chaînes concernées, le volume de programmes à rendre accessibles aux personnes aveugles ou malvoyantes.

CHÉRIE 25, lors de la signature de sa convention en juillet 2012, a souscrit des engagements particuliers en proposant de diffuser chaque année 12 programmes en audio-description. En 2019, la chaîne a proposé à ses téléspectateurs 64 programmes en audio-description dont 14 inédits sur son antenne, respectant ainsi son obligation conventionnelle.

Dans la nouvelle convention de NRJ 12, signée avec le CSA le 29 mai 2019 et applicable à compter du 1^{er} janvier 2020, la chaîne devra rendre accessible en audiodescription des programmes aux termes d'une montée en charge. Toutefois, NRJ 12 a d'ores et déjà diffusé 14 programmes en audiodescription en 2019.

LA PROMOTION DE LA DIVERSITÉ 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, en France comme à l'international, 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 FEMMES-HOMMES

Le Groupe 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 les programmes diffusés et dans les actions menées auprès du public.

♦ Télévision

- Dans le cadre de la mise en application de la loi du 4 août 2014 sur l'égalité réelle entre les femmes et les hommes, et des dispositions insérées par ce texte

dans l'article 20-1 A de la loi du 30 septembre 1986, le CSA a adopté une délibération en février 2015 sur l'égalité entre les femmes et les hommes.

Entrée en vigueur le 1^{er} mars 2015, cette délibération impose aux éditeurs de services de diffuser des 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 permettant à chacun des diffuseurs de répondre aux obligations posées par la loi.

En 2020, les éditeurs de télévision ont communiqué au CSA pour le cinquième exercice consécutif des données qualitatives et quantitatives relatives à la représentation des femmes sur leurs antennes au titre de l'exercice 2019. Les données recueillies par le CSA auprès de l'ensemble des diffuseurs ont fait l'objet de la publication d'un rapport en mars 2020⁽¹⁾

(1) <https://www.csa.fr/Informer/Toutes-les-actualites/Actualites/Presence-des-femmes-dans-les-medias-audiovisuels-Le-CSA-releve-des-progres-dans-son-rapport-2019-notamment-a-la-radio>

	Part des femmes dans les intervenants	Part des femmes dans les experts des émissions de plateau
NRJ 12	50%	49%
CHÉRIE 25	76%	97%

S'agissant des données qualitatives au titre de l'exercice 2019, **NRJ 12 a déclaré 150 programmes et/ou sujets contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes** pour un total de 390 heures et **CHÉRIE 25 en a déclaré 157** pour un total de 621 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 CHÉRIE 25 ont déclaré respectivement 137 programmes pour un total de 1 147 heures et 27 programmes pour un total de 730 heures (fictions unitaires ou séries et œuvres cinématographiques).

- Le Groupe dispose avec CHÉRIE 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 et des fictions audiovisuelles mettant en avant les femmes. Comme indiqué ci-dessus, 97% des experts intervenus en 2019 sur l'antenne de CHÉRIE 25 étaient des femmes.

Les visages de CHÉRIE 25 sont tous féminins, qu'il s'agisse de Christine Bravo, de Sophie Coste ou d'Evelyne Thomas.

Le programme "Etre une femme, les grands entretiens" est diffusé régulièrement sur l'antenne de CHÉRIE 25 et met à l'honneur des femmes au parcours exceptionnel et à l'expertise reconnue.

NRJ 12 est également attentive à la représentation des femmes notamment dans ses programmes. Ainsi des expertes, des avocates, des psychiatres et des psychologues interviennent quotidiennement à l'antenne dans l'émission "Crimes et faits divers, la quotidienne" depuis septembre 2018.

- 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.

♦ Radio

En France, les réseaux nationaux du Groupe sont également assujettis à la loi de 2014 ainsi qu'à la délibération de février 2015, mentionnées ci-dessus en matière de Télévision.

En 2020, sur l'ensemble des antennes du Groupe, des sujets ont été diffusés dans les journaux d'information, notamment 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**. Ainsi, le 8 mars, l'antenne de Nostalgie a diffusé des extraits de l'interview de Suzy Rojzman, porte-parole du Collectif National pour les Droits des Femmes, et le 5 mars, elle a traité de l'ouverture d'une "Cité de l'égalité des droits des femme" à Paris. L'antenne de NRJ a également diffusé de nombreuses brèves et sujets sur les droits de la femme, au travers, notamment, d'une interview de la chanteuse MAELLE sur les femmes qui se font entendre dans le milieu de la musique et de Justine Hutteau qui a créé une société commercialisant des produits d'hygiène sains et écologiques à destination des femmes. L'antenne de CHÉRIE FM traite quant à elle régulièrement des sujets portant sur la lutte contre les violences sexuelles et sexistes, la lutte contre les violences conjugales ou plus généralement les droits de la femme.

Les radios du Groupe sont également attentives à la représentation des femmes et veillent à la mise en valeur des expertes dans le cadre de leurs journaux d'information.

Enfin, chaque année, le Groupe met en place des partenariats avec des courses pédestres dont l'objet est de promouvoir les femmes. En raison de la Covid-19, peu d'opérations ont été mises en place en 2020. L'antenne CHÉRIE FM a été partenaire du rallye Aïcha des Gazelles du Maroc mais l'édition 2020 a dû être reportée à 2021.

HANDICAP

Depuis de nombreuses années, le Groupe 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.

♦ Télévision

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 CHÉRIE 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.

Le CSA a publié, en septembre 2020, le baromètre de la diversité de la société française pour 2019⁽¹⁾.

(1) <https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Observatoire-de-la-diversite/Barometre-de-la-diversite-de-la-societe-francaise-resultats-de-la-vague-2019>

Durant l'année 2020, plusieurs actions ont été menées par le Groupe en télévision en termes de représentation de la diversité au titre des engagements souscrits auprès du CSA.

A titre d'exemple, à l'occasion de la **Journée pour l'élimination de la pauvreté**, qui se déroule chaque année le 17 octobre, NRJ 12 et CHÉRIE 25 ont diffusé un entretien réalisé avec le Délégué Général de l'association ATD Quart Monde.

La sensibilisation à la question du handicap a également été abordée en 2020 notamment à l'occasion de la **Journée internationale des langues des signes** le 23 septembre. A cette occasion, un entretien avec la Directrice Générale de l'association Média-Pi a été réalisé, entretien durant lequel ont pu être exposées les actions de l'association et les difficultés rencontrées par les personnes sourdes et malentendantes. Une traductrice en langue des signes accompagnait la Directrice Générale.

A l'occasion de la **Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées** qui s'est déroulée du 16 au 22 novembre 2020, NRJ 12 et CHÉRIE 25 ont diffusé un programme court réalisé par des personnes en situation de handicap, adhérentes d'un ESAT parisien, filmées dans leur quotidien professionnel.

Ce programme a été diffusé chaque jour de cette semaine, avec un relais sur les réseaux sociaux des chaînes.

En outre, et de nouveau cette année, les télévisions du Groupe ont participé à l'opération "**Nous sommes la France**" le 14 juillet, en diffusant sur leurs antennes un message de promotion de la diversité, avec un relais sur les réseaux sociaux et les sites internet des chaînes.

♦ Radio

Au cours de l'année 2020, les antennes radios du Groupe ont abordé à plusieurs reprises des sujets liés au handicap et ont **permis à plusieurs associations dont APF France Handicap et Handicap International de disposer d'un espace de visibilité.**

PROMOTION D'UNE ALIMENTATION ET D'UNE ACTIVITÉ PHYSIQUE FAVORABLES A LA SANTÉ

♦ Télévision

Conscient du rôle qu'il peut jouer pour prévenir des comportements nutritionnels déséquilibrés, dès 2009, le Groupe a signé 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 une première fois pour 5 ans à compter du 1^{er} janvier 2014, et arrivant à échéance le 31 décembre 2018, cette Charte dite "Charte alimentaire" a fait l'objet, durant l'année 2019, de négociations entre les professionnels du secteur audiovisuel (diffuseurs, représentants des producteurs, auteurs) mais également des représentants des annonceurs publicitaires, des industries agro-alimentaires, d'associations, et a été étendue aux acteurs radiophoniques volontaires, aux acteurs de la publicité extérieure et aux acteurs du numérique, sous l'égide du Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Signée le 30 janvier 2020, une nouvelle **Charte alimentaire** visant à promouvoir une alimentation et des comportements favorables à la santé dans les programmes audiovisuels et les publicités s'applique depuis le 1^{er} février pour une durée de cinq ans.

Les chaînes gratuites du Groupe ont néanmoins diffusé durant l'année 2019, des **programmes de sensibilisation aux bons comportements alimentaires** au travers du programme court "*Et toi tu*

manges quoi?", commun aux deux chaînes, ainsi que du magazine "*On remet le couvert*" diffusé sur l'antenne de CHÉRIE 25.

Le volume d'heures des émissions conformes à la Charte Alimentaire a été le suivant en 2018 et 2019 :

Chaîne	Volume d'heures des émissions conformes à la Charte Alimentaire	
	2019	2018
NRJ 12	14 h 22 mn	14 h 25 mn
CHÉRIE 25	26 h 26 mn	17 h 52 mn

NRJ 12 et CHÉRIE 25 ont également soutenu les **Journées Européennes de l'Obésité ("JEO")** les 17 et 18 mai 2019 en diffusant à plusieurs reprises un entretien d'Anne-Sophie Joly, Présidente du Collectif National des Associations d'Obèses ("CNAO"), ainsi que le message de sensibilisation réalisé par le Collectif et intitulé "Relevons le défi de l'obésité".

Les réseaux sociaux ont relayé ces messages et assuré une visibilité au CNAO.

♦ Radio

En France, les antennes radios du Groupe, et notamment CHÉRIE FM, ont abordé à plusieurs reprises des sujets visant à sensibiliser les auditeurs sur l'importance d'une bonne alimentation et d'une pratique sportive.

En Belgique, le Groupe respecte la réglementation belge⁽¹⁾ 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".

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

En Allemagne, les thématiques liées à une alimentation saine et à une activité physique favorables à la santé sont souvent évoquées à l'antenne et font également l'objet de partenariats.

5.3.2 UNE MOBILISATION FORTE FACE À LA CRISE SANITAIRE

Face à une crise sanitaire sans précédent par sa durée et par sa gravité, les antennes Radio et Télévision du Groupe se sont mobilisées au travers de nombreuses actions de solidarité, relayées sur les sites et applications mobiles du Groupe, au profit de ses auditeurs et du personnel soignant.

♦ Sur les chaînes de télévision

Conformément à la procédure de mobilisation des médias figurant à l'article 16-1 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée, qui prévoit la diffusion de **messages d'alerte sanitaire** sur les services de télévision diffusés par voie hertzienne terrestre et les sociétés nationales de programme, NRJ 12 et CHÉRIE 25 ont diffusé, depuis le 29 février 2020, les différents messages d'alerte sanitaire liée à la pandémie de la Covid-19 émis par le Ministère de la Santé.

Le magazine *Urgences* a proposé le 19 avril un numéro spécial consacré à la pandémie et plus particulièrement au quotidien des personnels de santé.

Un numéro spécial de "*Crimes et Faits divers, le prime*" diffusé le 18 mai a traité le sujet des violences interfamiliales durant le confinement, avec de nombreux témoignages et éclairages d'experts, avocats, psychologues et psychiatres.

NRJ 12 a également proposé à ses téléspectateurs de suivre les meilleurs moments des deux concerts inédits "**NRJ Music Tour dans ton salon**", diffusés les 10 mai et 21 juin, permettant ainsi à ses téléspectateurs, dans cette période compliquée, d'assister à un concert depuis leur canapé (cf. 5.3.5).

♦ Sur les antennes radio et sur les supports digitaux

Conformément à la procédure de mobilisation des Médias (Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée), le Groupe relaye régulièrement les différents spots radio réalisés par le Ministère des Solidarités et de la Santé.

Depuis le premier confinement, il a également communiqué à de nombreuses reprises sur la pandémie au travers de sujets pratiques autour de la situation dans les hôpitaux, de la fermeture des écoles, du télétravail, des reports et annulations des spectacles, de l'occupation des enfants pendant le confinement, etc. ou encore au travers de conseils de psychologues pour calmer les angoisses des enfants face à la Covid ou d'idées d'exercices pour garder la forme pendant le confinement.

Au-delà de la diffusion de ces spots et sujets, le Groupe a pris et/ou favorisé de nombreuses initiatives. Ainsi :

- Du 18 mars au 7 mai, l'antenne NRJ et ses stars se sont mobilisés en faveur des soignants au travers de la "**NRJ Big Action**" : Chaque jour, les artistes intervenaient en direct à l'antenne et, en annonçant la mise en ligne et en vente exceptionnelle d'effets personnels et d'objets inédits, ils invitaient les

auditeurs à faire un don **au profit de l'association SPS (Association Soins aux Professionnels en Santé)** et soutenaient en direct les professionnels de la santé et le personnel hospitalier qui sont en première ligne face à la Covid-19 ;



- Dans le cadre du jeu organisé dans sa matinale et afin de rendre hommage aux héros du quotidien, du 22 au 26 juin, **Manu a permis à des soignants de "doubler leur salaire"** ;
- Du 6 avril au 18 mai, le Groupe a mis en place "**NRJ Héros**", **une radio digitale** éphémère destinée à **faciliter le quotidien du personnel soignant** en relayant les initiatives et les appels à la solidarité, tout en proposant un accompagnement musical. Cette webradio, sur laquelle sont intervenus quotidiennement des animateurs et journalistes du Groupe en France et en Belgique, était disponible sur toutes les plateformes, les sites web et les applis des 4 antennes du Groupe en France et en Belgique ;



- Du 23 mars au 12 avril, le Groupe est venu en **soutien de la Fondation des Hôpitaux de France** via rireetchansons.fr et les réseaux sociaux. **En diffusant la chanson "On fait comme si" de Calogero** qui raconte comment les confinés perçoivent et s'adaptent à leur situation, les animateurs ont invité les auditeurs à faire des dons en faveur de la Fondation ou à acheter le titre à son profit ;
- Du 3 juillet au 26 août, le Groupe a soutenu la sortie du single "Le pouvoir des Fleurs" en faveur de la recherche contre la Covid-19 (cf § 5.3.3 ci-dessous) ;
- En Belgique, avec la "Pizza des Héros", les Fous Duroy sur NRJ ont livré des pizzas au personnel soignant avec la complicité des auditeurs ;
- Plus généralement, les antennes radio du Groupe ont favorisé le succès de nombreuses opérations de solidarité nées pendant le confinement en leur donnant une visibilité : Plateforme téléphonique disponible pour aider les soignants à évacuer le stress, plateforme "réserve civique" pour les citoyens proposant leur aide, fleuristes offrant des fleurs au personnel soignant et boulangers leur proposant le petit déjeuner, aide aux personnes âgées, dispositifs en faveur des jeunes et des étudiants, etc.

5.3.3 UN SOUTIEN À LA RECHERCHE MÉDICALE ET AUX ASSOCIATIONS ŒUVRANT POUR DE GRANDES CAUSES

RECHERCHE MÉDICALE

SOUTIEN À LA FONDATION NRJ

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

Elle remet chaque année un Prix Scientifique d'un montant de 150 000 euros 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 scientifique procède à la sélection du lauréat au vu des dossiers reçus par appel à candidatures.

En 2020, Madame Sonia GAREL (Institut de Biologie de l'École Normale Supérieure - Paris) a été récompensée pour ses recherches sur "Les microglies à l'interface entre l'assemblage des circuits cérébraux et les signaux environnementaux".

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.

Pour sa part, le Groupe soutient la Fondation NRJ en reversant 0,15 euro par exemplaire vendu de la compilation NRJ Music Awards.

PARTENARIATS ET ACTIONS DE COMMUNICATION AU PROFIT D'ASSOCIATIONS ET ORGANISMES D'UTILITÉ PUBLIQUE

Au cours de l'année 2020, le Groupe a apporté sa contribution à la lutte contre la pandémie de la Covid-19 en nouant un **partenariat avec l'Institut Pasteur**. Le Groupe a **soutenu**, sur l'ensemble de ses antennes Radio et sur toutes ses plateformes, **la sortie du single "Tous unis : Le pouvoir des fleurs 2020"**, auquel de nombreux artistes ont participé, et les recettes de commercialisation de ce single ont été reversées à l'Institut Pasteur.

Comme chaque année, l'engagement du Groupe en faveur de la recherche médicale s'est également traduit par la mise en place d'actions de communication sur ses antennes de radio et/ou de télévision au profit de diverses associations et organismes d'utilité publique.

Dans ce cadre, **les antennes de télévision du Groupe, partenaires depuis de nombreuses années du Pasteurdon, ont soutenu l'opération** le week-end du 9 au 11 octobre 2020 avec un dispositif dédié. Le Groupe a diffusé, sur les antennes de NRJ 12 et de CHÉRIE 25, le clip de lancement de l'opération ainsi que le clip réalisé

avec les parrains de l'événement, Evelyne Thomas, Sébastien Cauet et Alexandra Lamy. L'appel aux dons a été diffusé sous la forme d'un habillage dynamique pendant les trois jours de l'opération. Sur les réseaux sociaux des deux chaînes, des *posts* ont relayé l'opération. Le Groupe a ainsi contribué à mieux faire connaître les recherches de l'Institut Pasteur et à encourager la mobilisation et la générosité de tous.

Au cours de l'année 2020, le Groupe a également offert un espace de communication en faveur d'organismes tels que, par exemple, la Fondation de France, la Fondation pour la Recherche Médicale, l'Institut des Maladies Génétiques Imagine, l'ARSEP Fondation pour l'aide à la recherche sur la sclérose en plaques, l'association Vaincre la Mucoviscidose, l'Institut du Cerveau et de la Moelle épinière, Aides Association ou encore l'Agence de Biomédecine.

MONDE ASSOCIATIF

Depuis de nombreuses années, le Groupe 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 des actions de communication en faveur de grandes causes, d'associations caritatives ou d'utilité publique ou encore par l'implication directe des collaborateurs du Groupe dans des actions bénévoles.

DES RELAIS SUR LES ANTENNES DE TÉLÉVISION

De nombreuses associations bénéficient chaque année de relais sur les antennes des chaînes du Groupe.

Ainsi, **en 2019⁽¹⁾, CHÉRIE 25 a permis à plus de 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...*).

⁽¹⁾ Données CSA - Bilan 2019 de CHÉRIE 25

L'exposition accordée au bénévolat et au monde associatif s'illustre chaque semaine par des sujets, portraits ou interviews de membres d'associations venant, par exemple, en aide aux enfants malades ou aux personnes handicapées.

NRJ HITS s'est associée à la campagne annuelle des Restos du Cœur en diffusant à de très nombreuses reprises la vidéo-musique de la chanson choisie comme "hymne" pour l'année 2020. Ainsi, le clip "A côté de toi" a été diffusé plus de 1 290 fois sur son antenne.

L'émission "*Les Anges 12 Asian Dream*", diffusée durant l'année 2020 sur l'antenne de **NRJ 12, a quant à elle, soutenu l'association "A chacun son Everest"** qui accompagne les enfants atteints de cancer ou de leucémie, ainsi que les femmes souffrant du cancer du sein.

UN SOUTIEN FORT AU PROFIT D'ANNONCEURS ASSOCIATIFS EN RADIO

Le monde associatif est également présent sur les antennes des radios NRJ, Nostalgie et CHÉRIE.

Outre les actions précitées en faveur de la recherche médicale, en 2020, le Groupe a pu donner de la visibilité aux actions et initiatives menées par des associations telles que la Croix-Rouge française, le Secours Populaire Français, Psychodon, l'Etablissement Français du Sang, la Fondation des femmes ou encore Enfance et Partage. Au total, **en 2020, 39 annonceurs associatifs ont bénéficié du soutien du Groupe en radio.**

Plusieurs opérations ont également été réalisées au cours de l'exercice 2020 sur l'antenne de NRJ Belgique,

notamment au travers de l'opération "100 minutes pour sauver/changer le monde", qui consiste à offrir 100 minutes de publicité à 16 associations œuvrant notamment dans le domaine du handicap, de la santé et de l'environnement.

DES ACTIONS HORS ANTENNES

En complément des actions menées sur ses antennes, le Groupe peut mobiliser ses salariés afin de soutenir le monde associatif.

Si aucune action n'a pu être menée en 2020 en raison de la pandémie de la Covid-19, les salariés du Groupe ont pu, dans le passé, collaborer avec l'Etablissement Français du Sang en participant à une opération de collecte annuelle ou se mobiliser avec Sidaction en soutenant les bénévoles pendant leur temps de travail.

5.3.4 UNE CONTRIBUTION ACTIVE AU DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL

Bien qu'il soit un groupe de média national, le Groupe présente également la particularité d'être un acteur important en radio sur l'ensemble du territoire français, trois de ses antennes (NRJ, NOSTALGIE et CHÉRIE FM) ayant un **décrochage local dans plus de 70 villes de France** : Chaque jour, 4 heures de programmation différent ainsi selon les régions.

Outre la possibilité qu'offrent ces décrochages d'adapter les contenus diffusés aux spécificités régionales (informations locales, rubriques météo et trafic routier, événements locaux, etc.) et de contribuer ainsi à la promotion de l'identité culturelle locale, ils participent au développement économique régional au travers de la création d'emplois directs (journalistes et collaborateurs antennes) et indirects mais aussi au travers des investissements réalisés.

La commercialisation des espaces publicitaires disponibles sur ces antennes locales est réalisée par la société de régie publicitaire locale du Groupe, implantée dans les mêmes sites.

Au total, les **activités de régie commerciale et des antennes de radio locales ont contribué à l'emploi direct d'environ 600 collaborateurs en régions** au cours de l'exercice 2020.

La carte ci-dessous présente les principales implantations de la société de régie commerciale en régions⁽¹⁾ en 2020 :



(1) Hors Île-de-France

Par ailleurs, la société towerCast, filiale du Groupe, exerce une **activité de diffusion à partir d'installations techniques installées sur 840 sites répartis sur l'ensemble du territoire français.**

Cette société, qui employait près de 100 salariés en province au 31 décembre 2020 et qui réalise des investissements importants, est également un acteur actif du développement régional.

5.3.5 UNE PROXIMITÉ FORTE DES ANTENNES AVEC LEUR PUBLIC, ADAPTÉE DANS LE CONTEXTE DE LA COVID-19

Les antennes du Groupe attachent la plus grande importance à la proximité et à la qualité de leurs relations avec leurs auditeurs. Dans le contexte de la pandémie, elles ont su s'adapter afin de maintenir les liens avec leur public.

Hors du contexte pandémique, en radio, des auditeurs sont fréquemment invités à participer à des enregistrements publics et à prendre la parole en direct sur les antennes, des "délocalisations" (émissions en province et en public) sont régulièrement effectuées permettant ainsi à un artiste et donc à une antenne radio de rencontrer son public et de nombreux événements et concerts gratuits sont organisés, ce qui donne l'opportunité au Groupe d'aller à la rencontre de ses auditeurs et de l'ensemble de son public en région.

Dans le contexte de la crise sanitaire de la Covid-19, la plupart de ces moments de rencontre ont dû être annulés, même si le Groupe a essayé de maintenir quelques événements dans le respect de consignes sanitaires strictes comme une "délocalisation" de Manu au mois de juin à la Tour Eiffel, en présence de 20 auditeurs distancés. Toutefois, les interactions des antennes radio avec leur public sont restées très fortes.

UNE OFFRE DE PROGRAMMES ET DE CONTENUS ADAPTÉE POUR ACCOMPAGNER UN NOUVEAU QUOTIDIEN

Les 4 radios du Groupe ont en effet rapidement adapté leur offre de programmes et de contenus pour accompagner leurs auditeurs : Cauet et Manu ont réalisé leurs émissions en *live* de chez eux pendant le confinement, **les matinales de NRJ et de CHÉRIE FM ont été prolongées d'une heure pour accompagner le nouveau rythme de leurs auditeurs** en télétravail, les antennes se sont mobilisées et ont développé de nombreuses actions de solidarité (cf. 5.3.2).

UNE INTERACTIVITÉ FORTE SUR LES SITES INTERNET, APPLIS ET RÉSEAUX SOCIAUX

Le Groupe a poursuivi sa politique de développement constant qui favorise et renforce l'interactivité et la

proximité des antennes avec leurs auditeurs, via leurs sites internet, leurs applications mobiles et les réseaux sociaux : NRJ est la 1^{ère} marque de radio musicale sur Facebook, Twitter, Instagram et Tiktok ; NRJ 12 est la 1^{ère} chaîne TV sur la TNT et la 4^{ème} chaîne nationale sur Facebook ⁽¹⁾.

(2) Source : SocialBakers classement Twitter & Facebook – Classement ad hoc instagram au 22.01.2021. Classement des marques TV Hertzienne, TNT & TNT HD (hors chaînes infos)

Pour maintenir les liens avec ses auditeurs, téléspectateurs et internautes, outre les actions évoquées au § 5.3.3, le Groupe a également adapté son offre digitale et proposé de **nombreux contenus spécifiques sur les réseaux sociaux** : Spot NRJ Video digital "Restez chez vous" avec un animateur NRJ et des artistes, "NRJ 1 heure avec ..." sur IGTV Instagram NRJ ou encore "NRJ ConfinHead" (un artiste se confiant et racontant son expérience de confinement) sur YouTube et NRJ.fr.

DES CONCERTS EN LIVE SOUS UNE FORME INNOVANTE ET 100% DIGITALE

Parce que la plupart des actions qui sont habituellement déployées sur l'ensemble du territoire français n'ont pu être organisées (NRJ Summer Tour, NRJ Music Tour, Concerts Super Privés Chérie FM, etc.), le Groupe a offert des concerts inédits à ses auditeurs ("the New live Experience") avec la présence d'artistes de renom, sous une forme innovante et 100% digitale.

Deux éditions "NRJ Music Tour dans votre salon" ont ainsi été proposées et retransmises en live sur NRJ.fr, l'appli NRJ, en Facebook Live et sur la chaîne YouTube NRJ. Les meilleurs moments de la deuxième édition ont été diffusés sur NRJ 12 lors d'une soirée animée par Cauet à l'occasion de la Fête de la musique.

Ces éditions ont été reprises par les stations NRJ dans le monde et notamment en Belgique, en Allemagne, en Autriche et en Suède.

5.3.6 DES RELATIONS ÉTROITES AVEC LES ANNONCEURS DANS LE RESPECT DE LA RÉGLEMENTATION

Les annonceurs achètent de l'espace publicitaire au Groupe pour la diffusion de leurs campagnes.

En France, le Groupe commercialise lui-même les espaces publicitaires de ses médias grâce à deux sociétés de régie commerciales puissantes : Une régie nationale qui commercialise l'espace publicitaire national des 4 radios du Groupe, des 3 chaînes de

télévision et de l'ensemble des supports digitaux ainsi que la publicité liée aux événements organisés sur le plan national et une régie locale qui, par la diversité de ses implantations géographiques, propose une offre unique de communication de proximité aux annonceurs (offre radio, animations en points de vente, Street marketing, solutions digitales, etc.).

Ces sociétés de régie commerciale ont pour objectif premier la satisfaction de leurs clients et le développement de leurs relations. Dans ce cadre, elles s'attachent à organiser des **rendez-vous privilégiés avec les annonceurs** (événements, conférence de rentrée Média, rencontres directes, etc.). La société de régie nationale procède par ailleurs régulièrement à des **études sur les cibles commerciales** qu'elle met à la disposition de ses clients 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 telle que modifiée par la loi du 6 août 2015, dite "Loi Sapin". Les **règles de diffusion** (durée du temps publicitaire, contenu, etc.) sont quant à elles 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.

En Belgique, les relations avec les annonceurs sont principalement prises en charge par la société de régie publicitaire externe qui, sauf accord spécifique ou clause contraire, garantit NRJ Belgique contre tout recours et est du croire des montants dus par les annonceurs. La Régie veille au premier chef au respect des dispositions légales applicables et, en particulier, aux dispositions du Code de Droit Economique de février 2013 et des codes d'autorégulation ainsi que des règles de déontologie et d'éthique publicitaire. Il en est de même de NRJ Belgique en cas de commercialisation directe sans intervention de la Régie.

Les règles de diffusion (durée du temps publicitaire, contenu, etc.) sont, quant à elles, régies par le décret service media audiovisuel et par les autorisations délivrées par le CSA à NRJ Belgique pour chacun des formats radiophoniques dont elle est Editeur responsable.

En Allemagne, il n'existe à ce jour aucune contrainte légale en matière de transparence des prix.

5.3.7 DES ACHATS RESPONSABLES

Si le Groupe n'intègre pas explicitement d'exigences environnementales ou sociétales dans le choix de ses fournisseurs de biens et services autres que les fournisseurs contribuant aux contenus de ses émissions, 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.

SOUS-TRAITANCE

Lorsqu'il a recours à des prestataires pour couvrir des besoins dans des domaines d'activité 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.

5.3.8 LE RESPECT DES DROITS DE L'HOMME

Comme indiqué ci-dessus, à travers ses médias le Groupe soutient différents mouvements associatifs promouvant les droits de l'Homme au sens large.

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 et au travers des actions prises dans le cadre de la RGPD, le Groupe se mobilise en faveur du respect de la vie privée.

Le Groupe n'exerce par ailleurs son activité que dans des filiales implantées dans des pays d'Europe ayant 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.

5.4 LA PERFORMANCE SOCIALE

PRÉAMBULE MÉTHODOLOGIQUE

Les indicateurs de performance et commentaires figurant dans cette partie sont relatifs aux salariés des entités françaises et allemandes ainsi qu'aux salariés de NRJ Belgique, seule entité belge consolidée par intégration globale. Certaines données ne sont toutefois fournies que pour la France parce qu'elles sont non pertinentes ou non significatives dans les entités étrangères.

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.

EFFECTIFS DU GROUPE

[OTI]	En nombre			Part
	2018	2019	2020	du total 2020
France	1 401	1 412	1 363	86,54%
Allemagne	158	163	156	9,90%
Belgique	14	16	16	1,02%
Reste de l'Europe	49	44	40	2,54%
International	221	223	212	13,46%
TOTAL	1 622	1 635	1 575	100%

Comme il apparaît dans le tableau ci-joint, les effectifs entrant dans le périmètre du reporting de la DPEF représentent 97,46% des effectifs totaux du Groupe.

RISQUES ET ENJEUX

Les collaborateurs sont la clé de voûte de la réussite du Groupe. A ce titre, en matière sociale, le principal risque du Groupe réside dans la perte de compétences et de savoir-faire liée au départ de collaborateurs.

La fidélisation des collaborateurs dans un environnement respectueux de l'égalité des chances et de traitement, ainsi que l'acquisition et le développement de leurs compétences, sont ainsi les enjeux majeurs du Groupe.

Si ces enjeux ont conservé toute leur acuité en 2020, la crise sanitaire de la Covid-19, inédite par sa nature, sa durée et sa gravité, a également conduit à replacer au premier rang des enjeux du Groupe, la santé et la sécurité de ses collaborateurs.

POLITIQUE ET DISPOSITIFS MIS EN ŒUVRE

Depuis le début de la crise sanitaire de la Covid-19, la Direction du Groupe n'a eu de cesse de mettre en place un ensemble de mesures visant à préserver et à garantir la sécurité de ses collaborateurs, tout en continuant à délivrer les prestations attendues par ses auditeurs, téléspectateurs et clients.

Cette volonté s'est traduite par la mise en place d'actions concrètes et adaptées, et notamment :

- l'instauration de mesures de sécurité (cf. 5.4.1) ;
- une information régulière des collaborateurs (cf. 5.4.1) ;

- un dialogue social renforcé (cf. 5.4.6) ;
- des mesures financières en faveur des collaborateurs placés en activité partielle (cf. 5.4.3) ;
- mais aussi la mise en œuvre de plans de continuité des affaires pour permettre d'assurer au maximum le maintien des activités du Groupe, de réduire la mise en place de l'activité partielle et le nombre de collaborateurs concernés et de limiter ainsi le montant de l'aide financière à consentir par l'Etat.

5.4.2 DANS UN CONTEXTE DE CRISE SANITAIRE, UNE PRIORITÉ DONNÉE À LA SANTÉ ET À LA SÉCURITÉ DES COLLABORATEURS

L'INSTAURATION DE MESURES DE SÉCURITÉ ADAPTÉES À LA LUTTE CONTRE LA COVID-19

En raison de la gravité du contexte sanitaire, des mesures de sécurité individuelles et collectives ont rapidement été instaurées dans les locaux du Groupe.

En premier lieu, des consignes sanitaires générales, notamment issues des recommandations gouvernementales, ont été communiquées : Principe de distanciation de plus d'un mètre minimum, lavage rigoureux et fréquent des mains, port du masque homologué dans les zones communes, désinfection des équipements partagés entre plusieurs collaborateurs, présence de poubelles dédiées pour les masques jetables, aération fréquente des lieux de travail, interdiction d'utiliser les ventilateurs, etc. Des consignes portant sur les flux d'entrée et de sortie des bâtiments, sur l'utilisation des ascenseurs et sur l'utilisation des salles de réunions ont également été imposées.

Des books sanitaires retraçant l'ensemble de ces règles ont été rédigés en concertation avec les CSE. Après échanges réguliers avec ces derniers, les différents books ont été mis à jour à cinq reprises au cours de l'année, afin de tenir compte notamment de l'évolution des consignes gouvernementales.

En second lieu et avec l'appui de la médecine du travail et des instances représentatives du personnel, une procédure "cas possible" a été mise en place.

Enfin, et ce dès le début de la crise sanitaire, l'entretien des locaux a été renforcé et des masques chirurgicaux ont été et continuent encore à être distribués à l'ensemble des collaborateurs.

UNE INFORMATION RÉGULIÈRE DES COLLABORATEURS

Les consignes et les règles relatives à la Covid-19 ont régulièrement été communiquées à l'ensemble des collaborateurs. Au total, plus de 60 communications ont été envoyées par mail au sein des deux UES. Ces communications avaient vocation à informer les collaborateurs notamment sur :

- Les règles à respecter pour lutter contre le virus (lavage des mains, port du masque, distanciation...);
- La nouvelle organisation du travail (mise en place du télétravail, dispositif d'activité partielle...);
- La conduite à respecter en cas de symptômes;
- Les formations spécifiques proposées dans le contexte, telles par exemple que "le retour au travail" ou "travailler à distance";
- La communication des books sanitaires.

En outre, parce que cette période de crise sanitaire peut être particulièrement difficile à vivre, à plusieurs reprises la Direction a rappelé aux collaborateurs l'existence du dispositif "PSYA", dispositif d'écoute, de soutien et d'accompagnement psychologique préservant l'anonymat et la confidentialité des échanges.

LE DÉPLOIEMENT DE STRATÉGIES VISANT À ASSURER LE MAINTIEN DE L'ACTIVITÉ DES COLLABORATEURS A DISTANCE ET/OU UNE REPRISE D'ACTIVITÉ SUR LE LIEU DE TRAVAIL DANS DES CONDITIONS SANITAIRES STRICTES

Afin de préserver au maximum son activité, le Groupe a poursuivi les efforts de digitalisation engagés, permettant à de nombreux collaborateurs de maintenir leur activité à distance.

Il a par ailleurs maintenu le maximum d'événements possibles avec ses auditeurs et téléspectateurs, en les repensant et en imposant des contraintes sanitaires.

LA PRÉVENTION DES AUTRES RISQUES LIÉS À LA SANTÉ ET À LA SÉCURITÉ AU TRAVAIL

Au-delà du contexte très particulier lié à la Pandémie, le Groupe est attentif à la prévention des risques auxquels peuvent être exposés les collaborateurs.

PRÉVENTION DES RISQUES PSYCHOSOCIAUX

Un plan d'action sur la prévention des risques psychosociaux a été signé en 2014 au sein de l'UES Boileau et en 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 en partenariat avec un cabinet externe, mis en place depuis plus de 5 ans au sein du Groupe.

PRÉVENTION EN MATIÈRE DE SÉCURITÉ AU TRAVAIL

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. Au cours de l'année 2020, 492 collaborateurs ont ainsi été formés à la sécurité en France.

ACCIDENTS DU TRAVAIL

♦ Nombre et taux de fréquence ⁽¹⁾

	2020	
	Nombre d'accidents de travail	Taux de fréquence
France	10	4,06
Allemagne	2	7,80
Belgique	Néant	-

(1) Y compris les accidents de trajet ; Seuls sont pris en compte les AT ayant entraîné un arrêt de travail, ayant eu lieu ou déclarés au cours de l'année présentée. Taux de fréquence calculé pour 1 million d'heures travaillées. Ces heures 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/N

♦ Taux de gravité ⁽¹⁾

	2020
France	0,21
Allemagne	0,027
Belgique	Néant

(1) Nombre de jours calendaires perdus par incapacité de travail, pour 1 000 heures travaillées

5.4.3 LA FIDÉLISATION DES COLLABORATEURS

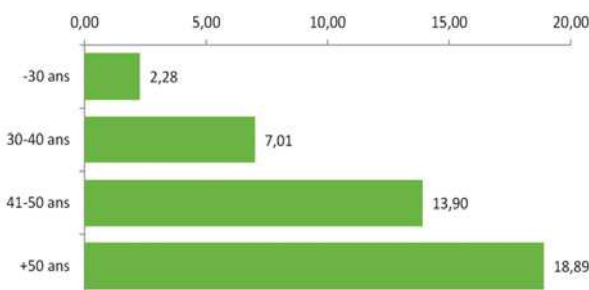
La fidélisation des collaborateurs constitue un enjeu majeur permettant de préserver les savoir-faire et compétences de l'entreprise, de garantir leur transmission et de diffuser la culture du Groupe.

Dans ce cadre, différentes politiques et dispositifs sont mis en œuvre afin de développer le sentiment d'appartenance des collaborateurs au Groupe, notamment lors de leur intégration, de garantir la qualité du management, et de favoriser les évolutions professionnelles (emploi occupé, mobilité géographique, rémunération, etc.).

ANCIENNETÉ MOYENNE DES COLLABORATEURS

[OTI]

L'ancienneté moyenne des collaborateurs en France par tranche d'âge, présentée dans le graphique ci-dessous, atteste de la fidélisation d'une part importante des collaborateurs du Groupe, dont l'ancienneté moyenne est de 10,6 ans.



Un profil d'ancienneté moyenne d'une structure comparable est constaté en Allemagne et en Belgique.

L'INTÉGRATION

En France, chaque nouvel entrant se voit communiquer un **livret d'accueil** exposant les principales activités du Groupe et détaillant les différents éléments d'information nécessaires à ses premiers jours au sein du Groupe. Des **réunions d'accueil et d'intégration** (suspendues en 2020 en raison de la pandémie) sont également organisées chaque mois à destination des collaborateurs nouvellement embauchés. Ces réunions ont pour objectifs de présenter le Groupe et ses diverses activités et de créer du lien entre les nouveaux entrants et l'équipe des Ressources Humaines. 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.

De façon analogue, en Belgique, chaque nouvel entrant reçoit un "guide de collaboration agréable et responsable" qui présente le Groupe, ses valeurs ainsi que des informations pratiques. En complément, il peut accéder au site intranet qui lui permet de consulter les informations et actualités propres à l'entreprise. Par ailleurs, depuis 2019, tout nouvel entrant bénéficie de l'appui d'un parrain qui facilite son intégration.

Bien que la procédure d'intégration soit moins formalisée en Allemagne, les équipes de chacune des antennes locales attachent la plus grande importance à l'information des nouveaux entrants et à leur rapide intégration.

LE MANAGEMENT

Soucieux de la qualité et de l'harmonisation des pratiques managériales, le Groupe intègre la **formation des managers** dans ses axes stratégiques pour la définition de son plan de formation.

En 2018, le Groupe a développé en France un nouveau programme de formation interne qui est reconduit depuis lors. Ce programme est composé de 3 modules :

- "Les fondamentaux du management"
- "Du manager au leader"
- "La prévention des risques psycho-sociaux".

De 2017 à 2019, environ 100 managers ont ainsi bénéficié d'un programme de formation adapté chaque année. En 2020, en raison de la crise de la Covid-19, les formations n'ont pu être déployées qu'en fin d'année. Néanmoins, en 2020, 71 managers **[OTI]** ont pu bénéficier d'une formation managériale en France.

La régie locale du Groupe, la société Régie Networks, qui emploie 379 collaborateurs au 31 décembre 2020, a mis en place dès 2018 un référentiel de compétences managériales afin de partager les valeurs communes et de formaliser les attendus en termes de comportements managériaux. Chaque manager est évalué sur la base de ce référentiel qui a par ailleurs été diffusé auprès de l'ensemble des collaborateurs.

En France, comme à l'international, les managers sont également sensibilisés à l'importance de mettre en œuvre un **entretien annuel** avec l'ensemble de leurs collaborateurs. Ces entretiens ont pour objectifs de faire le point sur l'année écoulée et d'établir conjointement la feuille de route pour l'année à venir. En France, un support d'entretien ainsi qu'un guide sont accessibles sur l'intranet du Groupe. En 2020, cinq ateliers de formation interne destinés à former les managers à la thématique "conduire efficacement un entretien professionnel" ont été proposés. Ces sessions se sont déroulées en visioconférence et près de 80 managers y ont participé. Les comptes-rendus des entretiens menés sont analysés et traités par la Direction des Ressources Humaines afin que soient mises en place les éventuelles mesures et/ou accompagnements demandés par les collaborateurs (entretiens RH, formations...).

PROMOTION INTERNE ET MOBILITÉ

La mobilité interne est l'une des clés de la fidélisation des collaborateurs. Elle doit être favorisée dans la mesure du possible afin de permettre l'évolution des collaborateurs qui en expriment le souhait.

Premier réflexe dans la démarche de recrutement, la mobilité interne est encadrée, en France, par des procédures disponibles sur l'intranet du Groupe et destinées à garantir l'égalité de traitement dans la gestion des candidatures.

En France, comme en Belgique, les collaborateurs disposent par ailleurs de la liste des postes à pouvoir afin de faciliter leur démarche.

COLLABORATEURS AYANT BÉNÉFICIÉ D'UNE PROMOTION INTERNE

[OTI]

Parmi les collaborateurs présents en France au 31 décembre 2019, 46 ont bénéficié d'une promotion interne⁽¹⁾ en 2020 (55 en 2019 pour les collaborateurs présents au 31 décembre 2018).

(1) Une promotion s'entend de l'attribution de responsabilités élargies, actées par une modification de libellé d'emploi en paie.

LES RÉMUNÉRATIONS ET L'ÉVOLUTION 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, Activités Internationales et Développement 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 des 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 regard des résultats collectifs et/ou individuels des collaborateurs. Les critères d'attribution sont qualitatifs et/ou quantitatifs et définis contractuellement.

Deux UES existent au sein du Groupe en France : L'UES Boileau et l'UES Régions. Les discussions menées dans le cadre de la Négociation Annuelle Obligatoire ("NAO") pour l'année 2020 au sein de ces deux UES ayant conduit à des procès-verbaux de désaccord, des mesures unilatérales ont été prises par la Direction du Groupe, notamment en termes d'enveloppe d'augmentation générale et d'enveloppe d'augmentations individuelles.

LA PERFORMANCE SOCIALE

COLLABORATEURS AYANT BÉNÉFICIÉ D'UNE AUGMENTATION DE SALAIRE

Part des collaborateurs présents au 31/12/N ayant bénéficié d'une augmentation de salaire (individuelle ou collective) en N :

	2018	2019	2020
France [OTI]	47,1%	44,3%	47,6%
Allemagne	23,4%	12,3%	12,9%
Belgique	100%	43,8%	81,3%

MESURES FINANCIÈRES EN FAVEUR DES SALARIÉS FRANÇAIS EN ACTIVITÉ PARTIELLE EN 2020

Lors du premier confinement, la forte chute du chiffre d'affaires des pôles Radio et Télévision a conduit le Groupe à placer des collaborateurs en activité partielle pendant plusieurs semaines, dès la mi-mars pour la quasi-totalité de ses équipes en régions et dès le début du mois d'avril pour une partie de ses salariés parisiens. De nouvelles mesures de chômage partiel, de durée variable, ont dû être mises en œuvre par le Groupe pour certains salariés à compter du deuxième confinement

Afin que les collaborateurs du Groupe placés en activité partielle ne soient pas affectés financièrement par cette situation, la Direction du Groupe leur a permis de bénéficier d'un **maintien de leur salaire** à 100%. Elle a en outre décidé de réajuster les objectifs définis dans le cadre des rémunérations variables afin de permettre aux collaborateurs concernés de pouvoir en bénéficier.

ACCORD DE PARTICIPATION ET PERECO

En France, 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 de l'exercice 2019 du Groupe ont permis de constituer une réserve de participation d'un montant de 3,85 millions d'euros (3,44 millions au titre de 2018). Ainsi, 1 722 collaborateurs (1 774 en 2019) ont pu bénéficier, en 2020, d'un versement au titre de la participation rattachée à l'exercice 2019.

La gestion de l'épargne salariale liée aux sommes attribuées au titre de la participation 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 ("PERECO") 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.

QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

Un **accord portant sur la qualité de vie au travail** a été signé au sein de l'UES Boileau le 28 novembre 2018. Cet accord permet de réaffirmer l'engagement du Groupe sur l'égalité professionnelle et la diversité, sur la prise en compte de l'équilibre vie privée/vie professionnelle avec différentes mesures relatives à la parentalité, et sur le droit à la déconnexion des collaborateurs.

Une négociation similaire menée au sein de l'UES Régions a conduit à la conclusion, le 3 octobre 2019, de deux accords portant respectivement sur l'égalité professionnelle et sur l'articulation entre la vie personnelle et familiale et la vie professionnelle.

Au-delà de ces accords, le Groupe est soucieux de permettre à ses salariés de maintenir un équilibre entre vie professionnelle et vie familiale, et accède, dans la plupart des cas, aux demandes de travail à temps partiel qui sont formulées.

SALARIÉS À TEMPS PARTIEL

Les données relatives aux collaborateurs⁽¹⁾ travaillant à temps partiel, en légère diminution en 2020 par rapport aux exercices précédents, sont présentées ci-dessous :

	2018		2019		2020	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
France [OTI]	117	8,3	105	7,4	80	5,9
Allemagne	22	13,9	28	17,2	28	17,9
Belgique	5	35,7	5	31,2	3	18,8
TOTAL	144	8,9	138	8,4	111	7,1

(1) 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.

5.4.4 L'ACQUISITION ET LE DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

RECRUTEMENT

En France, le Groupe procède en moyenne au recrutement de 250 collaborateurs chaque année. Afin d'optimiser cette activité, tant sur le plan de la qualité des profils que du délai nécessaire au recrutement, le Groupe a décidé en 2018 de centraliser la fonction recrutement et d'internaliser cette activité notamment pour les postes relevant de son cœur de métier.

EMBAUCHES - EMBAUCHES EN CDD ET CDI

	2018		2019		2020		
	Total	Total	CDD	CDI	Total	CDD	CDI
France	314	248	31	217	161	22	139
Allemagne	41	39	9	30	36	10	26
Belgique	4	5	2	3	3	-	3
TOTAL (1)	359	292	42	250	200	32	168
% embauches en CDI				85,6			84,0

(1) 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 tandis que les embauches en CDI (en diminution dans un contexte de Covid-19) sont à mettre en parallèle avec les sorties (223 au total au cours de l'exercice 2020).

Le Groupe, soucieux de garantir la **non-discrimination** dans ses processus de recrutement, s'est doté il y a plusieurs années d'une **charte du recrutement** destinée aux managers et décrivant les bonnes pratiques à respecter. En complément, en 2020, la responsable du recrutement pour l'ensemble du Groupe (à l'exception de la société de régie publicitaire locale) a bénéficié d'une formation spécifique au recrutement sans discrimination.

Le Groupe a également développé une politique d'alternance (notamment pour les fonctions commerciales et les fonctions de technicien et de négociateur au sein de l'entité towerCast) afin de favoriser le partage entre les nouvelles générations et les collaborateurs les plus expérimentés. A cet effet, les tuteurs sont formés au tutorat afin de professionnaliser le suivi et l'accompagnement des alternants. Cette politique permet au Groupe de constituer un vivier de futurs collaborateurs et d'identifier les talents de demain.

NOMBRE D'ALTERNANTS

[OTI] Le nombre d'alternants présents au cours de l'année civile est présenté ci-dessous :

	2018	2019	2020
France	62 ⁽¹⁾	69 ⁽¹⁾	72 ⁽¹⁾
Allemagne	2	2	2
Belgique	2	-	-
TOTAL	66	71	74

(1) Dont 4 ont bénéficié d'un CDI à l'issue de leur stage (4 en 2018 et 4 en 2019)

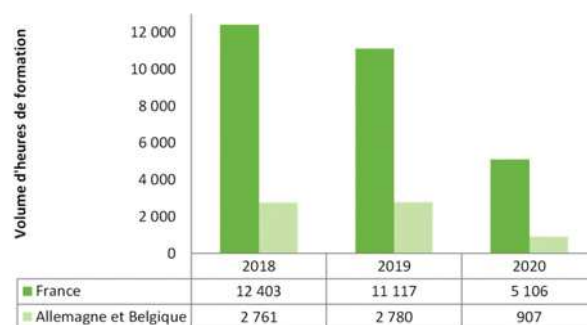
FORMATION

Le Groupe considère 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 ce cadre, le Groupe communique chaque année aux managers les domaines stratégiques dans lesquels il souhaite particulièrement investir en termes de formation. En 2020, les domaines retenus ont été le management, le développement commercial, les formations éditoriales et média ainsi que les formations informatiques.

Tenant compte de ces orientations, les managers transmettent aux Ressources Humaines les besoins en formation de leurs équipes en établissant des degrés de priorité. En France, afin de les accompagner dans le recensement de leurs besoins, le Groupe a mis à disposition des managers un catalogue de formations adaptées aux orientations stratégiques et aux métiers du Groupe.

NOMBRE D'HEURES DE FORMATION EXTERNE

Le plan de développement de compétences de l'année 2020 a été fortement impacté par la crise sanitaire dans l'ensemble des pays, comme l'attestent les données ci-dessous.



(1) 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").

En France, aucune formation n'a pu avoir lieu entre le mois de mars et juin 2020. Des solutions de formations à distance (e-learning, webinars, etc.) ont toutefois été proposées à l'ensemble des collaborateurs du Groupe pour pallier cette situation.

LA PERFORMANCE SOCIALE

NOMBRE ET PART DES COLLABORATEURS FORMÉS

Le Groupe veille à ce que les formations dispensées soient équitablement réparties entre ses collaborateurs, comme l'attestent les données ci-après

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

	2018		2019		2020	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
France [OTI]	961	68,5	1 040	73,6	659	48,3
Allemagne	101	63,9	99	61,0	42	26,9
Belgique	6	42,9	3	18,8	9	56,3
TOTAL	1 068	65,8	1 142	71,8	710	45,7

NOMBRE MOYEN D'HEURES DE FORMATION PAR SALARIÉ ⁽¹⁾

	2018	2019	2020
France [OTI]	8,8	9,3	3,8
Allemagne	26	27,5	12,0
Belgique	9,4	3,5	25,2

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

5.4.5 DES MESURES EN FAVEUR DE L'ÉGALITÉ DES CHANCES ET DE TRAITEMENT

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 en 2018 un plan "diversité" auprès de la Région Bruxelloise. En 2019, une cellule de 4 personnes a été constituée au sein de NRJ Belgique avec pour objectif d'élaborer un plan visant à conduire la société à être une organisation qui cultive la diversité et la non-discrimination (utilisation de la communication inclusive, diversité dans les recrutements, mise en place de duo-days, etc.). Cette démarche a conduit **NRJ Belgique à se voir décerner le Label Diversité promu par l'Actiris, l'Office régional bruxellois de l'emploi**, en janvier 2019. En 2020, un nouveau plan "diversité" a été introduit pour la période 2020-2022 afin de pérenniser ce label.

ÉGALITÉ FEMMES/HOMMES

L'importance qu'accorde le Groupe au principe d'égalité femmes/hommes se traduit en premier lieu au niveau de la Gouvernance du Groupe.

PARITÉ HOMMES/FEMMES AU SEIN DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

	Nombre total d'administrateurs	Part des femmes administrateurs ⁽¹⁾
31/12/2020	8	50%
31/12/2019	8	50%
31/12/2018	8	50%

(1) Y compris l'administrateur représentant les salariés

L'importance accordée par le Groupe au principe d'égalité hommes/femmes se traduit en second lieu au niveau de sa politique sociale dont il est un élément fondamental. Cette politique 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.

ACCORDS COLLECTIFS

Des accords collectifs portant sur l'égalité professionnelle et sur la qualité de vie au travail ont été conclus en 2018 et en 2019 au sein de chacune des deux UES du Groupe. Ces accords comportent des mesures en termes d'embauche, de formation, de rémunération effective mais aussi d'articulation entre l'activité professionnelle et l'exercice de la responsabilité familiale.

RÉPARTITION PAR GENRE DES EFFECTIFS



INDEX ÉGALITÉ 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.

Conformément à la Loi du 5 septembre 2018 pour la liberté de choisir son avenir professionnel, et à son décret d'application du 8 janvier 2019 visant à supprimer les écarts de rémunération entre les femmes et les hommes, le Groupe calcule chaque année son index égalité femmes-hommes ⁽¹⁾

	Seuil minimal	Index UES Régions	Index UES Boileau
2020	75	93	93
2019	75	94	89
2018	75	87	76

⁽¹⁾ Index calculé à partir de 5 indicateurs : L'écart de rémunération entre les femmes et les hommes, l'écart dans les augmentations annuelles entre les femmes et les hommes, l'écart dans les promotions entre les femmes et les hommes, les augmentations des femmes à leur retour de congé maternité et la présence de femmes dans les 10 plus hautes rémunérations.

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.

PART DES FEMMES PAR CSP

La part des femmes dans chaque catégorie socio-professionnelle en France et en Allemagne⁽²⁾ était la suivante au 31 décembre de chacun des trois derniers exercices :

	France [OTI]			Allemagne		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Cadres	45%	46%	46%	-	-	-
TAM ⁽¹⁾	54%	48%	46%	-	-	-
Employés	28%	27%	26%	46%	46%	37%

⁽¹⁾ TAM : Techniciens et agents de maîtrise

⁽²⁾ Un seul cadre (homme) parmi les effectifs en Belgique

⁽³⁾ 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.

INSERTION DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

SIGNATURE DE LA CHARTE DU CSA EN FRANCE

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.

En décembre 2019, le Groupe a signé une Charte relative à la représentation des personnes handicapées et du handicap dans les médias audiovisuels aux côtés du Ministre de la Culture, de la Secrétaire d'Etat chargée des personnes handicapées, du CSA et des différentes groupes audiovisuels français.

ACCORDS COLLECTIFS

Dès 2015, des négociations en faveur de l'emploi et l'insertion professionnelle des personnes en situation de handicap avaient conduit à la signature d'un accord au sein de l'UES Régions puis de l'UES Boileau. Ces accords étant devenus caducs, de nouvelles négociations ont été ouvertes en 2019. Dans ce cadre, un nouvel accord a été signé en octobre 2019 au sein de l'UES Régions et des négociations similaires seront menées en 2021 au sein de l'UES Boileau.

L'accord signé en 2019, qui comporte des actions complémentaires à celles de l'accord précédent, vise 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.

ACCOMPAGNEMENT DES COLLABORATEURS

♦ Mise à disposition d'une ligne info-service

Depuis 2018, le Groupe poursuit les actions relatives à l'insertion professionnelle et au maintien dans l'emploi des travailleurs en situation de handicap avec la mise à disposition d'une ligne info-service dédiée. Accessible par numéro vert et par mail, cette ligne permet aux collaborateurs d'obtenir des informations sur :

- le handicap (typologies, situations...);
- les démarches de reconnaissance et de renouvellement de la situation de handicap ("RQTH");
- les acteurs du handicap et leur mission ;
- les aides de droit commun à destination des travailleurs handicapés.

♦ Nomination de deux référents handicap

Deux référents "handicap" ont pour mission de répondre de manière confidentielle et anonyme à toute question sur le handicap, sur les aides existantes, l'intégration d'une personne en situation de handicap, l'accompagnement à la démarche de reconnaissance et de renouvellement (RQTH) ou encore la coordination des aménagements de poste nécessaires.

RECRUTEMENT

Dans l'objectif de développer une politique handicap active et durable, le Groupe a à cœur de favoriser ces recrutements. Dans ce cadre :

- Chaque annonce de recrutement publiée par le Groupe fait état de son engagement en faveur de l'insertion des personnes en situation de handicap. Le Groupe garantit l'égalité de traitement pour l'ensemble des candidatures reçues ;
- Le Groupe entretient des relations étroites avec les Cap Emplois, organismes de placement spécialisés ;
- En octobre 2020, le Groupe a participé au Salon du recrutement "Carrefour pour l'emploi" au sein de l'espace uniquement réservé aux candidats en situation de handicap.

ACCUEIL DE PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Le Groupe promeut la découverte et l'accès à ses métiers auprès des personnes en situation de handicap. Ainsi, chaque année, le Groupe soutient la Semaine Nationale pour l'Emploi des Personnes Handicapées ("SEEPH") au travers de deux actions : D'une part, sa participation à l'opération "*Un jour, un métier en action*", en partenariat avec l'AGEFIPH, et, d'autre part, une campagne de sensibilisation auprès de ses collaborateurs. Il s'engage également chaque année dans le dispositif *Duoday*.

En raison du contexte sanitaire, les opérations "Duoday" et "Un jour, un métier" n'ont pu être conduites en 2020 mais le Groupe prévoit de les renouveler dès 2021. Par ailleurs, durant la SEEPH, une campagne de sensibilisation des collaborateurs a été menée grâce à une communication quotidienne par email autour de la thématique du Handicap. Les équipes de production du Groupe ont par ailleurs réalisé un programme court tourné par des personnes en situation de handicap et filmant, dans leurs activités professionnelles, des adhérents d'un ESAT. Ce programme a été mis en avant plusieurs fois par jour sur les chaînes NRJ 12 et CHÉRIE 25, tout au long de cette semaine.

PRESTATIONS DE SERVICES – SECTEUR ADAPTÉ ET PROTÉGÉ

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 Cèdre ELISE qui est une Entreprise Adaptée qui crée des emplois pour des personnes en difficultés, handicapées ou sans qualification. De même, le Groupe a eu recours à une entreprise du secteur adapté pour des campagnes de mailing.

En 2020, le chiffre d'affaires réalisé avec le secteur adapté et protégé s'est élevé à 29 milliers d'euros.

PLAN DIVERSITÉ - BELGIQUE

En Belgique, la mise en œuvre d'un plan "diversité" a conduit à ce que diverses mesures soient prises parmi lesquelles l'organisation de "DuoDays" et la présentation de l'écriture inclusive. Une politique de communication a par ailleurs été mise en place dans le cadre de la publication des offres d'emploi. Les bureaux ont été aménagés et la société NRJ Belgique a ponctuellement recours à une Entreprise de Travail Adapté lors de la destruction d'archives.

PROMOTION ET RESPECT DES STIPULATIONS DES CONVENTIONS FONDAMENTALES DE L'OIT – DROITS DE L'HOMME

La Déclaration de l'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 états qui ont ratifié les conventions de l'OIT.

Le Groupe, qui a inscrit la lutte contre les discriminations, l'équité et le respect de la personne au cœur même de sa Charte d'Ethique, promeut le respect de ces conventions au sein de ses filiales et soutient les mouvements associatifs promouvant les droits de l'Homme au sens large (cf. 5.3.3).

5.4.6 LE DIALOGUE SOCIAL

Il est en préambule précisé qu'au 31 décembre 2020, les effectifs en France se répartissaient entre 770 salariés au sein de l'UES Boileau dont fait partie la société towerCast (soit 56,49% des effectifs) et 593 salariés (soit 43,51%) au sein de l'UES Régions.

UN DIALOGUE SOCIAL RENFORCÉ DEPUIS LE DÉBUT DE LA CRISE SANITAIRE

Dès le début de la crise sanitaire, la Direction a veillé à impliquer les différentes instances représentatives du personnel dans la cadre d'un dialogue social de qualité. C'est ainsi qu'au cours de l'année 2020, 58 réunions du CSE ont eu lieu au sein des deux UES.

Par ailleurs, grâce au dialogue social et afin de limiter le recours à l'activité partielle au sein des deux UES, un accord portant sur les mesures d'urgence en matière de congés payés, RTT, a été signé (voir ci-après).

Enfin, et afin d'associer les CSSCT et la médecine du travail notamment aux mesures de prévention retenues dans le cadre de la crise sanitaire liée à la Covid-19, il a été convenu d'un principe d'information systématique de ces deux organes à chaque signalisation d'un cas positif.

RELATIONS PROFESSIONNELLES

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

Comme indiqué ci-avant, au cours de l'année 2020, cette exigence s'est 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 2020 ⁽¹⁾	Nombre d'élus
Membres des CSE ⁽²⁾	29
Membres au sein des CHSCT	12
Délégués syndicaux	7
Représentants syndicaux (aux CSE)	2

⁽¹⁾ UES Régions et UES Boileau

⁽²⁾ Titulaires

Dans le Groupe en France, le paysage syndical est diversifié : Le SNME CFDT, 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 qui ne relève pas de la décision de l'employeur mais de la seule initiative des salariés. Dans le Groupe, une seule filiale (employant 18 salariés, soit moins de 12% des salariés), 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.

BILAN DES ACCORDS COLLECTIFS

SUJETS TRAITÉS EN 2020

L'année 2020 a notamment été marquée, en France, par les actions suivantes avec les partenaires sociaux :

♦ UES Boileau et UES Régions

Un avenant au règlement de plan d'épargne retraite d'entreprise collectif (PERECO) et un avenant au règlement de plan d'épargne d'entreprise (PEE) ont été signés le 21 décembre 2020.

Ces deux avenants ont notamment pour objet de modifier certains fonds de placement de l'épargne salariale et de mettre à jour les dispositions des accords avec les dernières évolutions législatives et réglementaires.

♦ UES Boileau

- 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") 2020 a été signé en décembre 2019.

- Un accord relatif aux jours de congés a été signé le 14 avril 2020 pour une durée déterminée (jusqu'au 31 juillet 2020). Cet accord a été négocié sur la base de l'ordonnance n°2020-323 du 25 mars 2020 portant mesure d'urgence en matière de congés payés, de durée du travail et de jours de repos pour faire face à l'épidémie de la Covid-19.

- Un accord sur le don de jours de repos a été signé le 29 avril 2020, pour une durée indéterminée.

♦ UES Régions

- 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") 2020 a été signé en janvier 2020 ;

- Un accord relatif aux jours de congés a été signé le 16 avril 2020 pour une durée déterminée (jusqu'au 30 septembre 2020). Cet accord a été négocié sur la base de l'ordonnance n°2020-323 du 25 mars 2020 portant mesure d'urgence en matière de congés payés, de durée du travail et de jours de repos pour faire face à l'épidémie de la Covid-19 ;

- Un accord sur le don de jours de repos a été signé le 15 mai 2020, pour une durée indéterminée.

ACCORDS COLLECTIFS D'ENTREPRISE ET PLANS D'ACTIONS EN VIGUEUR EN 2020

Les thématiques des accords collectifs conclus et des plans d'actions en vigueur dans le Groupe au cours de l'exercice 2020 sont présentées ci-après.

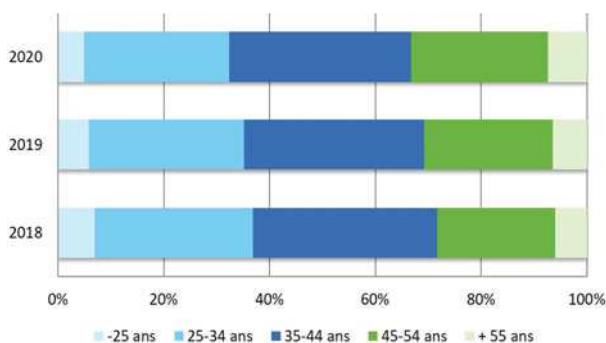
Leurs impacts sur la performance économique du Groupe ainsi que sur les conditions de travail ont été présentés au sein de ce chapitre pour ce qui concerne, notamment, l'évolution des rémunérations et la mise en place d'un PERECO, la qualité de vie au travail, l'égalité femmes/hommes ou encore l'insertion des personnes en situation de handicap.

THÉMATIQUE	DATE DE L'ACCORD	
	UES RÉGIONS	UES BOILEAU
Plan d'action sur la prévention des risques psychosociaux	5/01/2015	20/10/2014
Accord sur égalité professionnelle et qualité de vie au travail		
Egalité professionnelle, Insertion professionnelle et maintien dans l'emploi des travailleurs handicapés, Articulation entre la vie personnelle et familiale et la vie professionnelle	3/10/2019	28/11/2018
Epargne salariale		
Accord de participation consolidé		14/02/2019
Plan d'Epargne	7/12/2012 - Avenants du 27/05/2014 et du 21/12/2020	
Accord relatif au règlement de PERECO	06/07/2017 et Avenant du 21/12/2020	
Protocole d'accord sur la réduction du temps de travail	29/12/2000	
	Avenant du 12/11/2007	
Accord sur le travail de nuit	09/07/2010 et Avenant du 30/09/2010	20/11/2015
Moyens syndicaux accordés aux organisations syndicales		
Accord sur les moyens accordés	14/11/2007 et Avenant du 10/12/2007	
Accord sur les droits d'auteur des journalistes	30/09/2010	20/09/2012
Périmètre UES		
Périmètres UES Boileau : Extension à Chérie HD		23/10/2012
Périmètre UES Régions	28/04/2014 et Avenant du 7/02/2019	
Charte déontologique des journalistes		09/04/2018
Comité social et économique		
CSE	18/07/2019	27/03/2019
Recours au vote électronique pour les élections du CSE		19/04/2019
Accord sur les jours de congés	16/04/2020	14/04/2020
Accord sur le don de jours de repos	15/05/2020	29/04/2020

5.4.7 AUTRES INDICATEURS PERTINENTS

EFFECTIFS 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 2020, elle fait ressortir une part significative (61,8%) de salariés âgés de 25 à 44 ans, la part des salariés âgés de 25 à 34 ans s'élevant à elle-seule à 27,4%, ce qui s'explique notamment par les spécificités de l'activité du Groupe et des métiers qui y sont exercés.

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	2018	2019	2020
CDI	96,6%	96,0%	97,9%
CDD	3,4%	4,0%	2,1%

PART DES INTERMITTENTS DANS L'EFFECTIF

En France seulement, le Groupe a recours à des intermittents⁽¹⁾, notamment pour ses activités en télévision et son activité "Événementiel".

(1) 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 [OTI] :

	2018	2019	2020
Part des intermittents	2,81%	3,89%	2,77%

(1) 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 : un cachet équivaut à un jour travail, soit 8 heures de travail)

5.5 UNE PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE

RISQUES ET ENJEUX

La société towerCast, en sa qualité d'opérateur de services exploitant des sites de diffusion de communications électroniques, doit s'assurer que le niveau d'exposition aux champs électromagnétiques du public et de ses salariés reste inférieur aux limites fixées par la réglementation française et par les autorités de régulation (ARCEP, ANFR et CSA). En outre, dans le respect de la loi Abeille, elle doit fournir une information préalable à toute modification substantielle de ses installations radioélectriques afin d'apprécier la sobriété de l'exposition aux champs électromagnétiques.

Par ailleurs, même si, par nature, les activités des sociétés du Groupe ont un impact environnemental limité, le Groupe s'efforce de limiter son empreinte environnementale.

Il souhaite également apporter son soutien à la protection de l'environnement et s'efforce, dans sa sphère d'influence, de promouvoir une attitude responsable dans ce domaine et de sensibiliser ses auditeurs aux enjeux environnementaux.

POLITIQUE ET DISPOSITIFS MIS EN ŒUVRE

5.5.1 PROTECTION CONTRE L'EXPOSITION AUX CHAMPS ÉLECTROMAGNÉTIQUES

Les émissions électromagnétiques peuvent soulever des questions quant aux effets à long terme que ces rayonnements sont susceptibles d'avoir sur la santé.

PROTECTION DES SALARIÉS INTERVENANT SUR LES SITES DE DIFFUSION

En France, la réglementation relative à la protection des travailleurs contre les risques liés aux champs électromagnétiques est fixée par le Décret n°2016-1074 du 3 août 2016.

Un Arrêté du 5 décembre 2016 précise par ailleurs les grandeurs physiques que représentent les valeurs limites d'exposition professionnelle et les valeurs déclenchant l'action décrivant l'exposition à des champs électromagnétiques en milieu de travail.

Soucieuse du strict respect de cette réglementation, la société towerCast a mis en œuvre des mesures de prévention et de protection de ses salariés.

Elle a ainsi élaboré une cartographie des risques applicable aux sites de diffusion sur lesquels interviennent ses salariés, qui est organisée autour de 4 axes fondamentaux :

- Qualification nécessaire à l'intervention d'un salarié,
- Formation du salarié,
- Reconnaissance de la capacité du salarié à intervenir,
- Dotation en équipements de protection.

Appliquée à l'ensemble de ses sites d'intervention depuis de nombreuses années, cette cartographie permet de définir les conditions d'accès et de travail et de veiller à l'adéquation des intervenants avec les contraintes particulières de chacun des sites.

La société towerCast complète son processus d'évaluation des risques par la réalisation régulière de missions d'audit sur sites et de mesures de champs permettant de déterminer les niveaux réels d'exposition et de s'assurer ainsi du respect des niveaux réglementaires. A ce titre, au cours de l'exercice 2020, 633 missions d'audit sur sites (soit 100 missions de moins qu'en 2019, ce qui est inhérent aux périodes de confinement) et 291 mesures de champs sur 97 sites **[OTI]** ont été réalisées.

La démarche de prévention et de protection des salariés de towerCast s'appuie également sur un plan de formation continue en termes d'habilitation et de prévention des risques qui fait l'objet d'un rapport de suivi trimestriel.

Le nombre de collaborateurs formés au cours des trois derniers exercices est présenté ci-dessous : **[OTI]**

Thématique	2018	2019	2020
Habilitation électrique ⁽¹⁾	32	36	33
Habilitation "hauteur" ⁽¹⁾	23	50	24
Plan de prévention ⁽²⁾	55	18	Néant
TOTAL	110	104	57⁽³⁾

(1) Habilitations valables pendant 3 ans

(2) Formation qui donne lieu à un recyclage tous les 2 ans

(3) Diminution liée à la Covid-19 rendant difficile / impossible le suivi de formations en présentiel

La société towerCast adopte une démarche visant à garantir la sécurité et améliorer la qualité de ses sites de diffusion. A ce titre, un plan de prévention pour intervention sur les ouvrages est systématiquement établi. Ce plan concerne les opérations de travaux, de maintenance et des contrôles destinés à assurer la pérennité des ouvrages. Il permet de qualifier les risques éventuels liés à la sécurité et à l'environnement sur les sites où ses salariés opèrent.

PROTECTION DU PUBLIC

S'agissant de la protection du public en France, les dispositions réglementaires qui s'appliquent sont celles du Décret n°2002-775 du 3 mai 2002 qui a transposé en droit français la Recommandation européenne relative aux valeurs limites d'exposition du public aux champs électromagnétiques émis par les équipements utilisés dans les réseaux de télécommunications par les installations radioélectriques.

En outre, conformément au Décret n°2013-1162 du 14 décembre 2013 et à l'arrêté de la même date qui s'y réfère, 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 gratuitement la mesure de l'exposition aux ondes électromagnétiques, soit dans les locaux d'habitation, soit dans des lieux accessibles au public. Lorsqu'elle est sollicitée directement, la société towerCast oriente le demandeur vers les organismes habilités et notamment vers l'ANFR qui instruit la demande et réalise les mesures si nécessaire. Les résultats de ces mesures sont rendus publics par l'Agence sur le site www.cartoradio.fr.

La loi Abeille du 9 février 2015 relative à la sobriété, à la transparence, à l'information et à la concertation en matière d'exposition aux ondes électromagnétiques est par ailleurs venue renforcer l'obligation de concertation

et d'information du maire et du public quant à l'implantation et à la modification d'installations radioélectriques.

Dans le respect de cette loi, la société towerCast réalise systématiquement un Dossier d'Information Mairie ("DIM") qui intègre une simulation préalable d'exposition dans le cadre des démarches d'autorisation administratives.

PROTECTION DE L'ENSEMBLE DES PARTIES PRENANTES

Outre les valeurs limites d'exposition fixées par la réglementation, la société towerCast doit s'assurer du respect des niveaux d'exposition fixés par les Autorités de régulation notamment.

Des mesures d'exposition sont commanditées ponctuellement à l'initiative des services de l'ARCEP et du CSA, seuls les éventuels dépassements étant signalés à towerCast. Dans ce cadre, un seul dossier a été signalé en 2020, confirmant ainsi la conformité des installations de towerCast aux diverses décisions. Sur le dossier signalé, les dépassements, faibles, ont donné lieu à une étude visant à modifier le système d'antennes afin d'atténuer les niveaux de champs.

En complément, la société towerCast procède elle-même, régulièrement, à des mesures d'exposition.

5.5.2 EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

Si, par nature, les activités du Groupe tendent à limiter ses impacts environnementaux directs, le Groupe est attentif à ses consommations de ressources dans le double objectif d'assurer une maîtrise des coûts à court terme et de contribuer positivement à la protection de l'environnement à moyen et long terme en réduisant son empreinte environnementale.

En 2019, deux sociétés françaises du Groupe ont fait procéder à un audit énergétique selon un plan quinquennal : La société Régie Networks (audit du parc de véhicules loués et de 5 bâtiments en régions) et la société NRJ Production qui détient les immeubles 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, notamment dans ses sites parisiens dont il est propriétaire.

CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ

CONTEXTE LIÉ AUX ACTIVITÉS DU GROUPE

La consommation d'électricité du Groupe est liée à hauteur de près de 85% à l'exploitation, en propre ou auprès d'opérateurs tiers, de sites de diffusion.

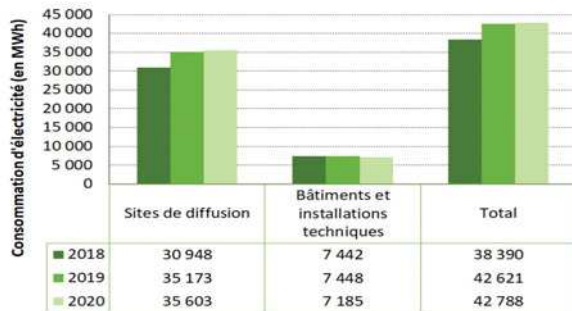
Au 31 décembre 2020, 840 sites sont exploités, en France, par la société towerCast. Au-delà des investissements techniques réalisés par le Groupe afin de rendre ses équipements plus performants, la consommation électrique de la société towerCast est largement dépendante de son niveau d'activité et notamment du nombre de prestations de diffusion réalisées.

La consommation d'électricité du Groupe résulte, pour le solde, du chauffage de certains locaux (notamment ceux du site parisien de la rue Boileau et ceux de la plupart des sites des antennes de radio et de régie locales), des équipements techniques de production et de diffusion des programmes en radio et en télévision qui ont des besoins de refroidissement importants, du système de climatisation et de ventilation des locaux ainsi que de leur éclairage, et, plus accessoirement, des équipements bureautiques, ascenseurs, etc.

ÉVOLUTION DE LA CONSOMMATION ET MESURES PRISES

Le graphique ci-dessous récapitule, pour les 3 derniers exercices, la consommation d'électricité des sites de diffusion, des sites parisiens et des antennes locales et des locaux administratifs en France, en Allemagne et en Belgique.

[OTI]



Note méthodologique :

- Antennes locales

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 12% de la consommation des antennes régionales en 2020 (12% en 2018 et 13% en 2019)

Au titre de l'exercice 2020, la consommation globale du Groupe s'élève à 42 788 MWh, soit un montant comparable à celui de l'exercice 2019.

♦ Sur les sites de diffusion

La consommation électrique de la société towerCast est dépendante du nombre de sites exploités, étant par ailleurs précisé que la consommation varie d'un site à un autre en fonction de la puissance des émetteurs qui y sont installés et du nombre de prestations réalisées à partir de ce site. Ainsi, la consommation électrique a progressé de 1,2% de 2019 à 2020 alors que concomitamment le nombre de prestations délivrées par la société (hors prestations d'hébergement telecom qui ne comportent aucune fourniture d'énergie) a progressé de 5,3%, ce qui illustre le progrès technologique mis en œuvre dans le réseau.

♦ Dans la gestion des bâtiments et des équipements techniques

En régions que ce soit en France, en Belgique ou en Allemagne, 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. Des luminaires en LED sont toutefois installés au fur et à mesure des rénovations.

A Paris, le Groupe est propriétaire des immeubles dans lesquels il exerce son activité. Il a poursuivi en 2020 sa démarche d'investissements notamment destinés à améliorer les performances énergétiques ; les principaux investissements réalisés ont consisté à finaliser la mise en place d'une Gestion Technique centralisée ("GTC") sur le site de Boileau et à mettre en place une même GTC sur le site de Gautier. Ces installations permettent de modifier les consignes, de contrôler et de paramétrer les éclairages mais aussi le chauffage, la climatisation et la ventilation. En outre, la rénovation de bureaux a continué de s'accompagner du changement de luminaires au profit d'éclairages LED de 23W avec variateur permettant de réduire la puissance.

L'analyse de l'évolution de la consommation, au mois le mois, de 2019 à 2020, montre toutefois que la baisse de la consommation constatée est corrélée, en France, à la période du premier confinement.

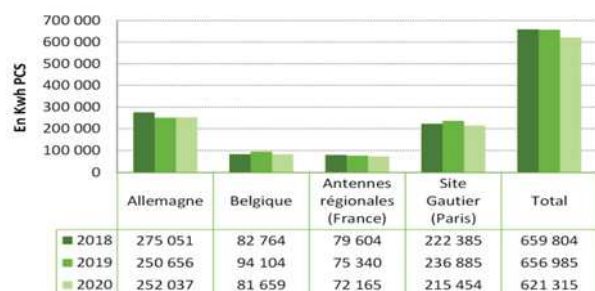
CONSOMMATION DE GAZ

Dans le Groupe, la consommation de gaz résulte essentiellement du chauffage de l'immeuble parisien de l'avenue Théophile Gautier et de la majorité des locaux situés en Allemagne.

ÉVOLUTION DE LA CONSOMMATION ET MESURES PRISES

Le graphique ci-après récapitule la consommation de gaz au cours des 3 derniers exercices :

[OTI]



La diminution de la consommation de gaz de 2019 à 2020 est essentiellement liée au premier confinement, le chauffage ayant été mis à l'arrêt dans les zones de travail non occupées.

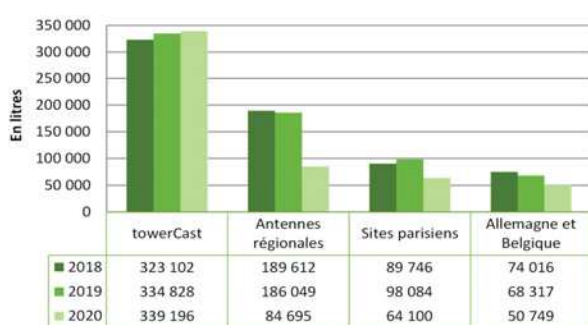
CONSOMMATION DE CARBURANT

La consommation directe de carburant résulte de l'usage professionnel de la flotte de véhicules légers du Groupe, soit environ 450 véhicules en France.

[OTI]

ÉVOLUTION DE LA CONSOMMATION ET MESURES PRISES

Le graphique ci-après présente la consommation directe de carburant de l'ensemble du Groupe, pour un parc de véhicules comparable, au cours des 3 derniers exercices.



La consommation globale a été ramenée de 687 278 litres en 2019 à 538 740 litres en 2020. Il convient toutefois de préciser que les données ne sont pas totalement comparables d'un exercice à l'autre, la réduction de la consommation étant corrélée aux deux périodes de confinement et à la baisse de l'activité de régie publicitaire. Cette baisse a été particulièrement sensible pour les équipes de régie des antennes régionales dont la quasi-totalité a été placée pendant plusieurs semaines en situation de chômage partiel dès la mi-mars.

Le parc de véhicules 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 fin 2017 et dans le cadre de l'évolution régulière de son parc, le Groupe avait pris en compte des critères énergétiques au travers de la consommation théorique des véhicules et de leur faible émission de CO₂. A ce jour toutefois, le parc comporte un nombre encore très réduit de véhicules hybrides et une prépondérance de véhicules Diesel. L'appel d'offres qui sera lancé en 2021 devrait permettre d'accorder une plus grande importance au parc de véhicules hybrides.

Afin de réduire la consommation de carburant, le Groupe propose par ailleurs régulièrement des sessions de formation à l'éco-conduite au travers de modules de e-learning et encourage la mise en place de réunions à distance lorsque cela est possible.

ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE

Une estimation⁽¹⁾ 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 ci-avant.

(1) Source des coefficients de conversion : Base carbone de l'ADEME – respectivement consultée en février 2019 à 2021.

SCOPE 1 ET SCOPE 2

[OTI]

En tonnes eq. CO ₂		Scope 1		Scope 2	Total
		Gaz	Carburant	Electricité	
France	2020	48,6	1 224,9 ⁽¹⁾	1 707,9	2 981,4
	2019	52,8	1 553,6 ⁽¹⁾	1 653,2	3 259,6
	2018	51,0	1 512,2 ⁽¹⁾	1 486,0	3 049,2
Allemagne	2020	46,6	109,0 ⁽²⁾	141,6	297,2
	2019	46,4	162,7 ⁽²⁾	137,9	347,0
	2018	50,9	175,9 ⁽²⁾	139,2	366,0
Belgique	2020	15,1	7,4 ⁽¹⁾	114,0	136,5
	2019	17,4	8,9 ⁽¹⁾	102,9	129,2
	2018	15,3	9,9 ⁽¹⁾	102,9	128,1
TOTAL	2020	110,3	1 341,3	1 963,5	3 415,1
	2019	116,6	1 725,2	1 894,0	3 735,8
	2018	117,2	1 698,0	1 728,1	3 543,3

(1) Parc de véhicules majoritairement composé de véhicules Diesel

(2) Parc de véhicules majoritairement composé de véhicules Essence

Evolution des émissions de GES de 2018 à 2020 (en tonnes eq. CO₂)



Après avoir légèrement augmenté de 2018 à 2019, le montant total des émissions de GES a diminué de 2019 à 2020, principalement sous l'effet de la réduction des émissions de GES du Scope 1 (- 21,2%), impactées par les périodes de confinement successives et la mise en place du télétravail lié à la crise sanitaire de la Covid-19. Les GES du Scope 2 restent d'un niveau comparable (+ 3,7%).



En Belgique, un bilan carbone est établi chaque année pour l'ensemble des entités belges. Le rapport produit au titre de l'année 2020 a fait apparaître une diminution de 21% des émissions directes de 2019 à 2020 et une diminution globale de 41% depuis 2014. En outre, depuis 2015, le sous-groupe belge compense systématiquement ses émissions de CO2 avec un projet éco-responsable certifié. Il est le seul groupe de radio belge à être "CO2" neutre. Au titre de l'exercice 2020, le Groupe a fait le choix de soutenir un projet de puits d'eau au Rwanda qui permettra d'approvisionner des centaines de foyers. D'autres programmes en Afrique et en Amérique du Sud ont été soutenus au cours des années précédentes (plantations d'arbres, créations de fours en Ouganda, etc.).

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, rappel étant fait que ces derniers restent limités) 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.

5.5.3 ACTIONS DE SENSIBILISATION EN FAVEUR DE PROJETS ENVIRONNEMENTAUX ET DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

LA CRÉATION D'UN LABEL "AGIR POUR LA PLANÈTE"



En 2020, le Groupe s'est mobilisé de manière globale sur la protection de l'environnement avec "Agir pour la planète", un label destiné à mener des actions de sensibilisation face aux défis climatiques et environnementaux.

Ce label, décliné à l'international avec le "NRJ Act for the Planet", s'articule autour de 10 thématiques fortes pour la protection de l'environnement : L'eau, l'énergie, les transports, l'espace urbain, l'espace rural, le littoral, le tourisme, les forêts, le sol et désertification et la population. Il est le cadre des actions menées par le Groupe sur ses antennes et sur ses réseaux sociaux, afin de promouvoir une attitude responsable et de sensibiliser ses auditeurs aux sujets environnementaux.

Un onglet dédié a été ouvert sur nrj.fr et energy.de pour sensibiliser les auditeurs et présenter les différentes actions de NRJ dans l'univers du *Green*.

DES ACTIONS DE SENSIBILISATION ET UN SOUTIEN AU MONDE ASSOCIATIF EN TÉLÉVISION

Au cours de l'année 2020, NRJ 12 et CHÉRIE 25 ont diffusé à plusieurs reprises des entretiens avec des représentants d'associations qui défendent l'environnement et la biodiversité. Au cours de ces entretiens, les membres de ces associations ont pu exposer les actions menées par leur organisation et ainsi sensibiliser les téléspectateurs.

Ainsi, des associations comme Good Planet, le WWF, L'Envol Vert ou bien encore Générations futures mais aussi la Ligue pour la Protection des Oiseaux ont pu bénéficier d'une exposition sur les antennes du Groupe.

DES CAMPAGNES DE SENSIBILISATION ET DE MOBILISATION SUR L'ANTENNE NRJ ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

Tout au long de l'année, des spots de prévention sur les gestes simples du quotidien à adopter pour que chacun puisse dès maintenant "Agir pour la planète" ont été diffusés sur l'antenne NRJ.

Les enjeux environnementaux et les problématiques écologiques et de développement durable ont fait l'objet de sujets réguliers sur l'antenne.

L'antenne NRJ a également fait la promotion (diffusion de messages et mise en ligne de vidéos dédiées) de nombreux événements en faveur de la protection de l'environnement.

La radio a ainsi par exemple sensibilisé ses auditeurs au problème des déchets sauvages, sur son antenne et sur les réseaux sociaux, en partenariat avec l'association "Un déchet par jour" née d'une initiative citoyenne marseillaise. Au même titre, elle a soutenu la "Beach Cleaning Party" organisée en septembre à Marseille pour effectuer le ramassage des déchets sur la plage de la Pointe rouge ou encore la "Marche d'Eddie, l'escargot anglais". Organisée du 1^{er} octobre au 19 novembre 2020, cette marche visait à sensibiliser au problème de la pollution des déchets et à inciter chacun à effectuer des ramassages citoyens.

En France mais également à l'international (Allemagne et Wallonie), les antennes ont soutenu l'opération "Initiatives Océanes 2020" menée par l'organisation Surfrider Foundation pour sensibiliser les auditeurs à la pollution plastique des océans.

Le 19 septembre, NRJ a soutenu le World CleanUp Day en mobilisant les animateurs et les auditeurs à l'antenne, sur le web et sur les réseaux sociaux, pour nettoyer les rues, les parcs, les rivières, les forêts et les plages. Ce partenariat a été mis en place en France mais aussi en Belgique, en Suisse, en Allemagne, et avec les franchisés de la marque NRJ au Danemark, en Russie, au Maroc et à Sint Maarten.

En Allemagne, dans son émission hebdomadaire "Green Up Your Life", émission hebdomadaire, l'animatrice Marie Gomez présente des alternatives durables au quotidien des auditeurs pour les encourager à sauver la planète. Au-delà de l'antenne et sur les réseaux sociaux, les auditeurs ont la possibilité de retrouver toutes les astuces de Marie grâce à des podcasts natifs inspirants, disponibles sur toutes les plates-formes de streaming (iTunes, Spotify, Amazon, Google Podcasts...) et sur tous les terminaux : smartphone, ordinateur, tablette ou enceinte connectée. En octobre 2020, l'émission a gagné le prix BLM de la Radio (Homologue du CSA en Bavière) dans la catégorie "Sujets et informations d'actualité".

UN PARTENARIAT AVEC REFOREST'ACTION

Depuis septembre 2019 en France pour tout auditeur de NRJ qui échange à l'antenne avec Manu et son équipe dans la Matinale, le Groupe s'engage, au travers de l'association ReforestAction, à planter un arbre en Tanzanie dans la région des monts Usambara, grâce à l'action des communautés locales. Dans ce cadre, à la

date du 13 février 2021, 5 153 arbres de diverses espèces ont été plantés, ce qui représente environ 15 000 abris pour animaux créés, 772 tonnes de CO2 stockées, 20 612 mois d'oxygène générés et plus de 5 000 heures de travail créées.

Un partenariat similaire a été mis en place sur l'antenne de NRJ Belgique en septembre 2020, dans le cadre de la Matinale, le "WakeUp Show".

Par ailleurs, l'antenne NRJ a été partenaire du Mois de la Forêt en mars 2020 et s'est engagée aux côtés de ReforestAction pour agir en faveur du reboisement dans l'Hexagone au travers d'actions de sensibilisation. En raison du confinement, l'opération au cours de laquelle toute l'équipe de Manu devait participer à une plantation de chênes et d'arbres fruitiers en Seine-et-Marne a été annulée mais une nouvelle action est d'ores et déjà planifiée pour 2021.

LE LANCEMENT D'UNE WEBRADIO "NRJ GREEN"

Au mois de juillet 2020, le Groupe a lancé la webradio "NRJ Green" qui sélectionne des artistes et des titres engagés auprès de la cause environnementale.



DES ACTIONS DE SENSIBILISATION AU SEIN DU GROUPE

En parallèle de ses actions à destination de ses auditeurs et téléspectateurs, le Groupe poursuit sa politique active de sensibilisation de ses collaborateurs aux enjeux environnementaux et de développement durable.

Ainsi, dans sa communication interne, le Groupe les encourage régulièrement à adopter un comportement éco-responsable dans leur travail et à préserver la planète autour de thèmes comme le recyclage des piles, la nécessité de limiter les impressions papiers ou encore le recours aux bacs de recyclage pour recycler le papier.

Il les incite par ailleurs à favoriser l'usage du vélo en participant notamment aux frais engagés dans le cadre de leurs déplacements.

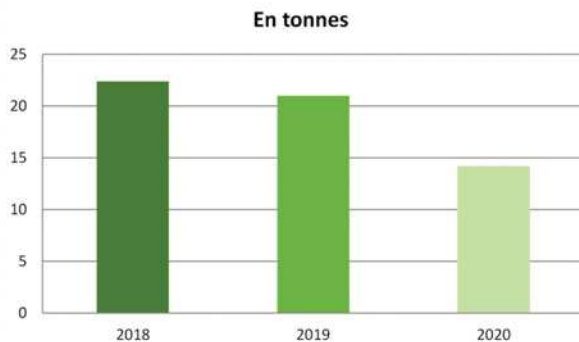
5.5.4 ACTIONS S'INSCRIVANT DANS LE CADRE DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

GESTION ORGANISÉE DES DÉCHETS

COLLECTE DE PAPIERS ET CARTONS PAR UNE ENTREPRISE ADAPTÉE

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 régulière des papiers et cartons est opéré dans les sites parisiens en coordination avec une Entreprise Adaptée ; depuis octobre 2018, ce processus est étendu au site de Lyon, où se trouve la société de régie locale du Groupe ainsi qu'à divers sites en province.

Le graphique ci-après présente le bilan des actions de collecte de papiers et cartons réalisée par les Sociétés Adaptées, étant précisé que la diminution constatée de 2019 à 2020 est liée aux périodes de confinement successives et au recours important du Groupe au télétravail depuis le mois de mars 2020.



Par ailleurs, les archives du Groupe donnent lieu à une élimination conventionnelle régulière et sont confiées, à ce titre, à un prestataire qui procède à leur broyage, à leur compactage puis à leur recyclage.

Au-delà de ces mesures de collecte, le Groupe adapte progressivement ses procédures, et plus encore depuis la mise en œuvre du télétravail lié à la crise sanitaire, en privilégiant la conservation de certains documents administratifs et comptables sous forme électronique plutôt qu'en format papier et en 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).

COLLECTE DES AUTRES DÉCHETS

Depuis de nombreuses années, dans les locaux parisiens et dans les locaux lyonnais du Groupe, la collaboration avec les sociétés ELISE et CÈDRE ont été étendue au recyclage des canettes en métal et des gobelets et bouteilles en plastique. Les piles, néons et ampoules sont également collectés sur les différents sites français du Groupe par la société Corepile.

Le Groupe procède au recyclage des consommables informatiques et bureautiques avec l'appui de ses fournisseurs qui procèdent à la collecte des toners / cartouches usagées dans l'ensemble de ses sites.

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.

Lorsqu'ils ne sont pas repris par les prestataires en charge des travaux, les DEEE ("Déchets d'Équipements Électriques et Électroniques") sont soit collectés par une Entreprise Adaptée, soit remis en déchetterie. Les émetteurs des sites de diffusion de la société towerCast sont collectés par une société qui se charge de récupérer les métaux (ferreux ou précieux), plastiques, etc. en vue de leur recyclage. 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.

5.6 TABLE DE CONCORDANCE DE LA DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Articles L 225-102-1 et R 225-105 du Code de Commerce

THÈME	PARAGRAPHE
Présentation du modèle d'affaires	Chapitre 2
Description des principaux risques relatifs à la manière dont le Groupe prend en compte les conséquences sociales, sociétales et environnementales de son activité, ainsi que les effets de cette activité quant au respect des droits de l'homme et à la lutte contre la corruption et l'évasion fiscale	Chapitre 5 Avant-propos, 5.1 et 5.2
Conséquences sociétales de l'activité de la société	5.3
Conséquences sociales de l'activité de la société	5.4
Conséquences environnementales de l'activité de la société	5.5
Effet de l'activité de la société quant au respect des droits de l'homme	5.3.8
Effet de l'activité de la société quant à la lutte contre la corruption	5.2.3
Effet de l'activité de la société quant à la lutte contre l'évasion fiscale	5.2.3
Conséquences sur le changement climatique de l'activité de la société et de l'usage des biens et services qu'elle produit	5.5.2
Engagements sociétaux en faveur de l'économie circulaire	5.5.4
Engagements sociétaux en faveur du développement durable	5.5.3
Engagements sociétaux en faveur de la lutte contre le gaspillage alimentaire, de la lutte contre la précarité alimentaire, en faveur du respect du bien-être animal, en faveur d'une alimentation responsable, équitable et durable	Avant-propos
Accords collectifs conclus dans le Groupe et leurs impacts sur la performance économique du Groupe ainsi que sur les conditions du travail des salariés	5.4.6
Actions visant à lutter contre les discriminations et à promouvoir les diversités	5.3.1 et 5.4.5
Mesures prises en faveur des handicapés	5.3.1 et 5.4.5

5.7 RAPPORT DE L'UN DES COMMISSAIRES AUX COMPTES, DÉSIGNÉ ORGANISME TIERS INDÉPENDANT, SUR LA DÉCLARATION CONSOLIDÉE DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

A l'Assemblée Générale des actionnaires,

En notre qualité de commissaire aux comptes de NRJ Group (ci-après la Société), désigné organisme tiers indépendant, accrédité par le COFRAC sous le numéro 3-1048 (portée d'accréditation disponible sur le site www.cofrac.fr), nous vous présentons notre rapport sur la déclaration consolidée de performance extra-financière relative à l'exercice clos le 31 décembre 2020 (ci-après la "Déclaration"), présentée dans le rapport de gestion groupe en application des dispositions légales et réglementaires des articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du code de commerce.

RESPONSABILITÉ DE LA SOCIÉTÉ

Il appartient au Conseil d'administration d'établir une Déclaration conforme aux dispositions légales et réglementaires, incluant une présentation du modèle d'affaires, une description des principaux risques extra-financiers, une présentation des politiques appliquées au regard de ces risques ainsi que les résultats de ces politiques, incluant des indicateurs clés de performance. La Déclaration a été établie en appliquant les procédures de la Société, (ci-après le "Référentiel") dont les éléments significatifs sont présentés dans la Déclaration et disponibles sur le site internet ou sur demande au siège de la Société.

INDÉPENDANCE ET CONTRÔLE QUALITÉ

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 822-11-3 du code de commerce et le code de déontologie de la profession. 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 DÉSIGNÉ ORGANISME TIERS INDÉPENDANT

Il nous appartient, sur la base de nos travaux, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur :

- la conformité de la Déclaration aux dispositions prévues à l'article R. 225-105 du code de commerce ;
- la sincérité des informations fournies en application du 3° du I et du II de l'article R. 225-105 du code de commerce, à savoir les résultats des politiques, incluant des indicateurs clés de performance, et les actions, relatifs aux principaux risques, ci-après les "Informations".

Il ne nous appartient pas en revanche de nous prononcer sur le respect par la Société des autres dispositions légales et réglementaires applicables, notamment en matière de lutte contre la corruption et de fiscalité, ni sur la conformité des produits et services aux réglementations applicables.

NATURE ET ÉTENDUE DES TRAVAUX

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions des articles A. 225-1 et suivants du code de commerce 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 ainsi qu'à la norme internationale ISAE 3000 (*Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information*).

Nous avons mené des travaux nous permettant d'apprécier la conformité de la Déclaration aux dispositions réglementaires et la sincérité des Informations :

- Nous avons pris connaissance de l'activité de l'ensemble des entreprises incluses dans le périmètre de consolidation, de l'exposé des principaux risques, ainsi que des politiques qui en découlent et de leurs résultats.
- Nous avons apprécié 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.
- Nous avons vérifié que la Déclaration couvre chaque catégorie d'information prévue au III de l'article L. 225-102-1 en matière sociale et environnementale ainsi qu'au deuxième alinéa de l'article L. 22-10-36 en matière de respect des droits de l'homme et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale.
- Nous avons vérifié que la Déclaration présente les informations prévues au II de l'article R. 225-105 lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques et comprend, le cas échéant, une explication des raisons justifiant l'absence des informations requises par le 2^{ème} alinéa du III de l'article L. 225-102-1.
- Nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et une description des principaux risques liés à l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation, y compris, lorsque cela s'avère pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d'affaires, ses produits ou ses services ainsi que les politiques, les actions et les résultats, incluant des indicateurs clés de performance.
- Nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour :
 - apprécier le processus de sélection et de validation des principaux risques ainsi que la cohérence des résultats, incluant les indicateurs clés de performance retenus, au regard des principaux risques et politiques présentés ; et
 - corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considérées les plus importantes¹ ; nos travaux ont été réalisés au niveau de l'entité consolidante.
- Nous avons vérifié que la Déclaration couvre le périmètre consolidé, à savoir l'ensemble des entreprises incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l'article L. 233-16 avec les limites précisées dans la Déclaration.
- Nous avons pris connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par la Société et avons apprécié le processus de collecte mis en place par la Société visant à l'exhaustivité et à la sincérité des Informations.
- Nous avons mis en œuvre, pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs² que nous avons considérés les plus importants :
 - des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
 - des tests de détail sur la base de sondages, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés auprès d'une sélection d'entités contributrices³ qui représentent entre 71% et l'ensemble des données consolidées des indicateurs sélectionnés pour ces tests.
- Nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de la Société.

¹ **Informations qualitatives** : Dispositif de prévention contre la corruption (déploiement du code de conduite, et des formations des nouveaux collaborateurs) ; Suivi des obligations déontologiques et conventionnelles (Télévision)

² **Informations quantitatives environnementales** : Consommation d'électricité des sites de diffusion, des bâtiments et des installations techniques ; Nombre de sites sur lesquels des mesures de champs électromagnétiques ont été réalisées en 2020 ; Nombre de collaborateurs formés aux impacts environnementaux des champs électromagnétiques (habilitations) ; Consommation de carburant des sites towerCast, parisiens, allemands et belges, et des antennes régionales ; Consommation de gaz des sites allemands, belges, Gautier (Paris) et des antennes régionales ; Estimation des émissions totales de GES des scopes 1 et 2 sur la base des consommations d'énergie de l'année (électricité, gaz, carburant).

Informations quantitatives sociales : Effectif total ; Part des intermittents par rapport à l'effectif moyen en France ; Répartition de l'effectif féminin par CSP en France ; Nombre et pourcentage de salariés à temps partiel en France ; Ancienneté moyenne des collaborateurs en France ; Nombre d'alternants présents durant l'année 2020 en France et nombre d'alternants ayant obtenu un CDI durant l'année 2020 en France ; Nombre moyen d'heures de formation par salarié en France ; Nombre d'heures de formation externe en France ; Nombre et part des collaborateurs formés en France ; Nombre de collaborateurs en France ayant bénéficié d'une promotion interne ; Part des collaborateurs ayant bénéficié d'une augmentation de salaire en France.

³ **Entités sélectionnées** : France (UES Boileau dont TowerCast et UES Régions) ; Allemagne et Belgique (effectifs et indicateurs environnementaux exclusivement)

Nous estimons que les travaux que nous avons menés 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.

MOYENS ET RESSOURCES

Nos travaux ont mobilisé les compétences de quatre personnes entre septembre 2020 et avril 2021.

Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de nos travaux, à nos spécialistes en matière de développement durable et de responsabilité sociétale. Nous avons mené une dizaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration.

CONCLUSION

Sur la base de nos travaux, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que la déclaration de performance extra-financière est conforme aux dispositions réglementaires applicables et que les Informations, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément au Référentiel.

Paris-La Défense, le 9 avril 2021
L'un des commissaires aux comptes,
Deloitte & Associés

Geraldine SEGOND
Associée, Audit