RESPONSABILITE SOCIETALE DE L'ENTREPRISE à TF1

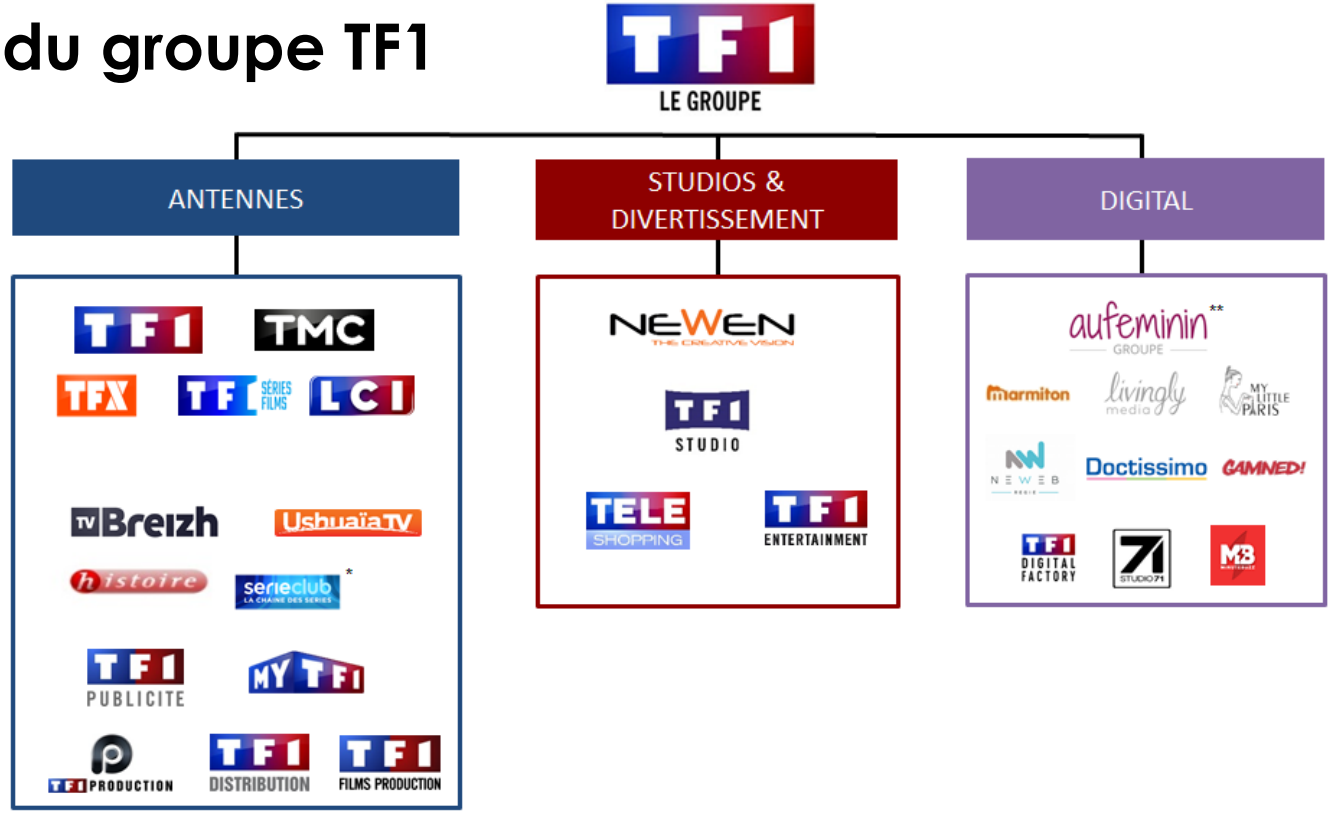
Importance et évolutions du reporting extra-financier

RSE&PED - 18/01/2019

SOMMAIRE

- Les activités du Groupe
- Pourquoi un reporting extra-financier
- Les publications du Groupe TF1 / exemples d'indicateurs
- L'impact du reporting : retour des agences de notation
- Les prochaines évolutions

Les activités du groupe TF1



*Détention à 50%

**Le groupe Aufeminin est consolidé depuis mai 2018

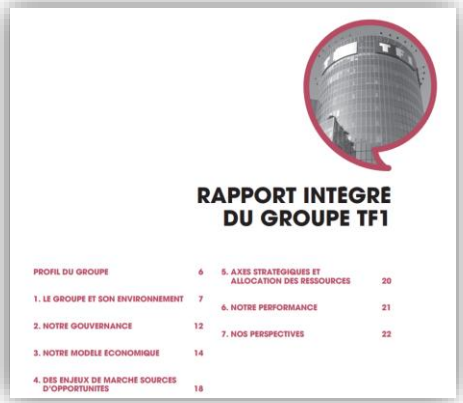
UN REPORTING EXTRA-FINANCIER, POURQUOI ?

- Des obligations légales
- Un partage des meilleures pratiques
- Les demandes des agences de notation extra-financières
- La consolidation nécessaire au niveau de la holding Bouygues

Mais aussi :

- Un réseau de correspondants internes à créer
- Une démarche à structurer
- Une communication corporate à développer

3 FORMATS DE REPORTING
RAPPORT INTÉGRÉ – CHAPITRE RSE - RAPPORT DIGITAL/ENJEUX



RAPPORT INTEGRE
DU GROUPE TF1

PROFIL DU GROUPE 6
1. LE GROUPE ET SON ENVIRONNEMENT 7
2. NOTRE GOUVERNANCE 12
3. NOTRE MODELE ECONOMIQUE 14
4. DES ENJEUX DE MARCHE SOURCES D'OPPORTUNITES 18
5. AXES STRATEGIQUES ET ALLOCATION DES RESSOURCES 20
6. NOTRE PERFORMANCE 21
7. NOS PERSPECTIVES 22

RESPONSABILITE SOCIETALE
DE L'ENTREPRISE RFA

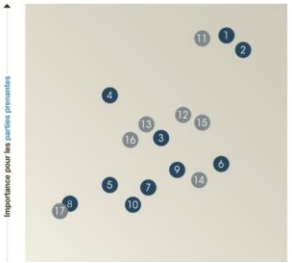
AVANT-PROPOS 238
Organisation 238
Adhésion au Pacte Mondial (Global Compact) 238
Cadres de référence pour le reporting RSE du Groupe et mise en œuvre du principe « appliquer ou expliquer » 238
Périmètre et principe concernant la consolidation 238
Étude de matérialité 239
Enjeux, parties prenantes, dialogue et exemples d'action 240
Reconnaissance de la performance du groupe TF1 dans les indices boursiers de développement durable 244
Engagement des dirigeants, part variable dans la rémunération 244

7.1 INFORMATIONS SOCIALES 245
7.1.1 Politique sociale et risques sociétaux 245
7.1.2 Paramètres du reporting social 245
7.1.3 Effectifs 246
7.1.4 Organisation du temps de travail 248
7.1.5 Rémunération et épargne salariale 250
7.1.6 Relations professionnelles, bilan des accords collectifs 251
7.1.7 Conditions d'hygiène, de sécurité et de santé 252
7.1.8 Lutte contre les discriminations, égalité des chances 253
7.1.9 Développement des compétences 256
7.1.10 Attraction et retention des talents 259
7.1.11 Relation avec les écoles, accueil des stagiaires et des alternants 260
7.1.12 Cadre social 260

7.2 INFORMATIONS ENVIRONNEMENTALES 262
7.2.1 Politique générale en matière d'environnement 262
7.2.2 Paramètres du reporting environnemental 263
7.2.3 Pollutions et nuisances 264
7.2.4 Économie circulaire 265
7.2.5 Changement climatique 269

7.3 INFORMATIONS SOCIÉTALES 271
7.3.1 Politique sociétale et facteurs de risques sociétaux 271
7.3.2 Paramètres du reporting sociétal 271
7.3.3 Impact territorial, économique et social 272
7.3.4 Relations avec le public 273
7.3.5 Actions de partenariat et de mécénat 273
7.3.6 Innovation et éco-système des start-up, intrapreneuriat 274
7.3.7 Démarche éthique et responsabilité sociétale du Groupe 274
7.3.8 Politique achats responsable 275
7.3.9 Respect des règles éthiques et déontologiques dans les contenus 277
7.3.10 Information 278
7.3.11 Accessibilité des programmes 279
7.3.12 Protection du jeune public 280
7.3.13 Promotion de la diversité 281
7.3.14 Déontologie et éthique de la publicité 281
7.3.15 Enjeux des médias digitaux 282

Nos enjeux RSE



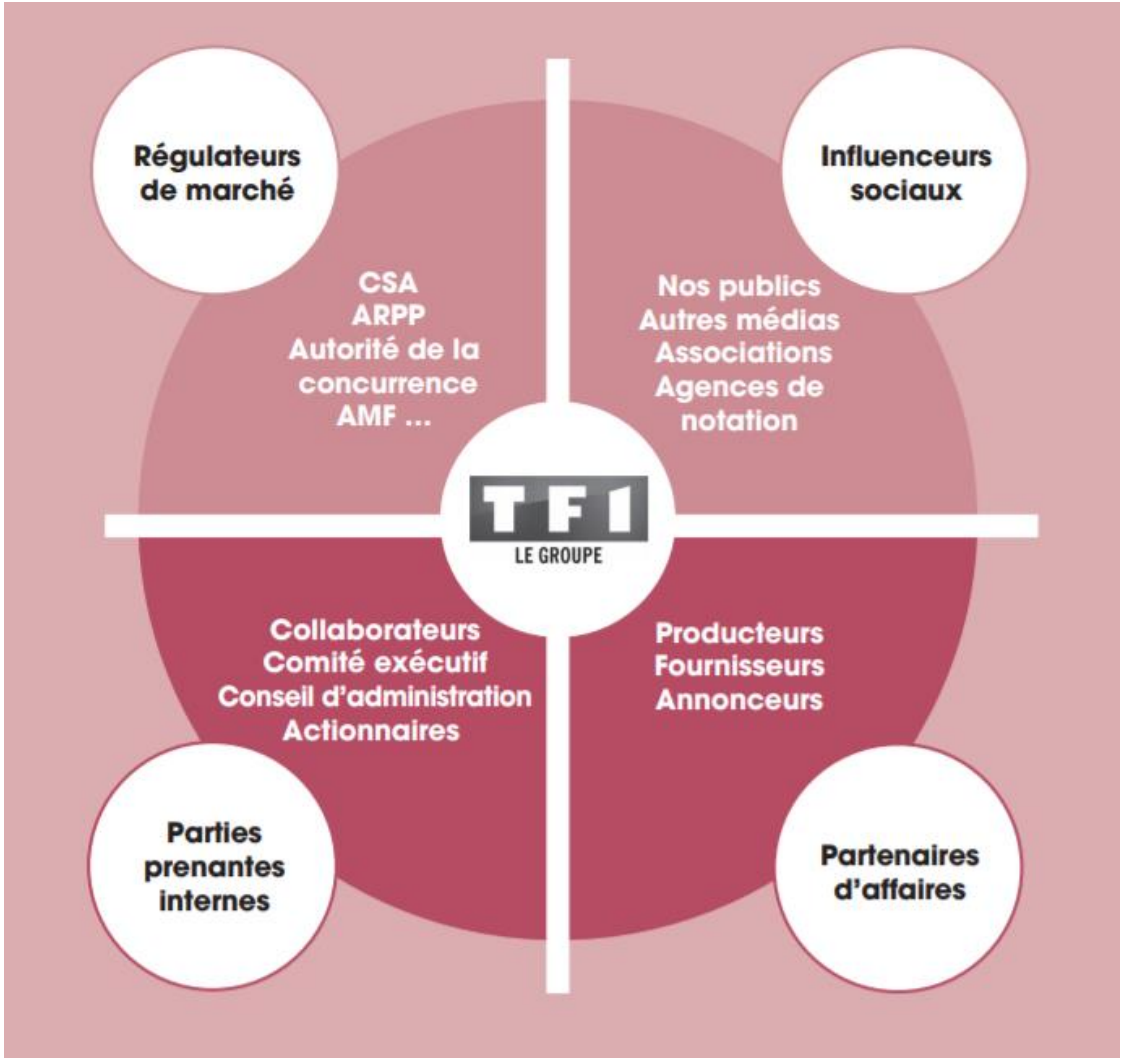
CONTENUS

1 – INDÉPENDANCE DES RÉDACTIONS DU GROUPE ET PLURALISME DE L'INFORMATION
2 – ÉTHIQUE ET DÉONTOLOGIE DANS LES PROGRAMMES
3 – REPRÉSENTATION DES DIVERSITÉS ET DE L'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES
4 – SENSIBILISATION DU PUBLIC AUX ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX ET SOCIAUX
5 – PROMOTION DE LA DIVERSITÉ CULTURELLE
6 – PROTECTION DES PUBLICS SENSIBLES
7 – ACCESSIBILITÉ DES PROGRAMMES À TOUS
8 – SOLIDARITÉ, FENÊTRE OFFERTE AUX ASSOCIATIONS
9 – DIALOGUE ET PROXIMITÉ AVEC NOS PUBLICS ET TOUS NOS PARTENAIRES
10 – PUBLICITÉ RESPONSABLE

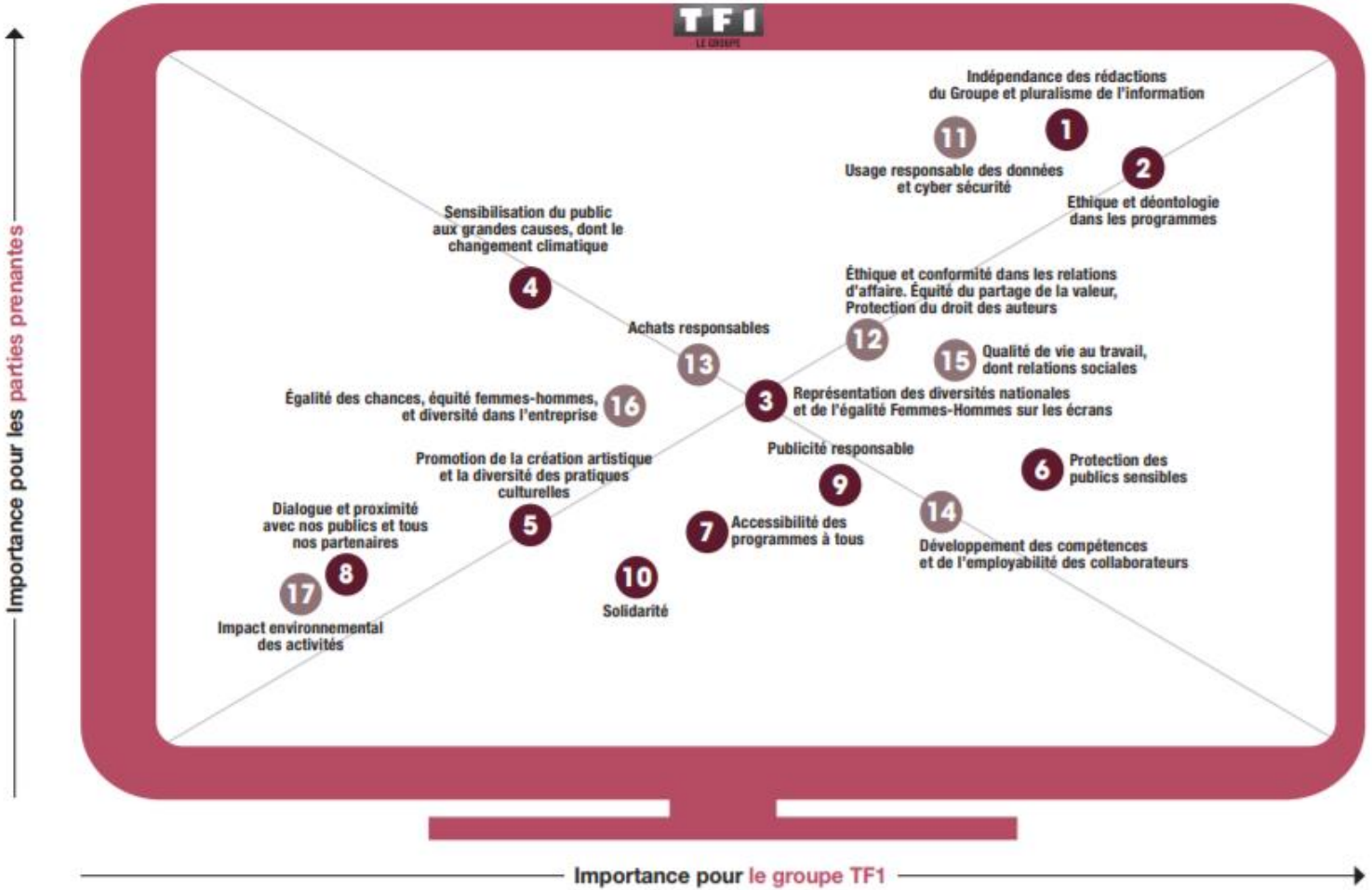
ENTREPRISE

11 – USAGE RESPONSABLE DES DONNÉES ET CYBERSÉCURITÉ
12 – ÉTHIQUE ET CONFORMITÉ DANS LES RELATIONS D'AFFAIRES
13 – ÉQUITÉ DU PARTAGE DE LA VALEUR, PROTECTION DU DROIT DES AUTEURS
14 – DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES DES COLLABORATEURS
15 – QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL, DONT RELATIONS SOCIALES
16 – ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE ET DIVERSITÉ DANS L'ENTREPRISE
17 – IMPACT ENVIRONNEMENTAL DES ACTIVITÉS

LES PARTIES PRENANTES



ENJEUX RSE – MATRICE DE MATERIALITE



LES PLANS D'ACTION PAR ENJEUX

ENJEUX, PARTIES PRENANTES, DIALOGUE ET EXEMPLES D'ACTION*

Nom de l'enjeu**	Acteurs internes	Partie prenante	Mode de dialogue	Exemples d'actions et indicateurs
1 Indépendance des rédactions du Groupe, pluralisme de l'information	Direction de l'Information Société des journalistes, Direction des Affaires Juridiques, Secrétariat général	Autorité de régulation (CSA) Public Comité Indépendance et Pluralisme	Participation aux groupes de travail, rédaction de bilans, propositions	Chaque année : ■ Formation des personnels contributeurs des programmes par la Direction des Affaires juridique au rappel de leurs droits et devoirs. En 2017 : ■ Mise en place du Comité Indépendance et Pluralisme. Indicateurs : remarques (mise en garde/en demeure) du CSA pour la dernière année étudiée (2016) : 0. **Voir 7.3.10 Information.**
2 Éthique et déontologie dans les programmes	Unités de programmes, Direction de la conformité Direction des Affaires Juridiques, Secrétariat général	CSA Producteurs Public	Échanges directs avec les contributeurs aux contenus info et programme, rappel de la convention signée avec le CSA dans les contrats	Chaque année : ■ Dialogue avec les producteurs ; ■ Contrôle permanent et visionnage des programmes par la Direction de l'Antenne et la direction de la conformité programmes. Indicateurs : remarques (mise en garde/en demeure) du CSA pour la dernière année étudiée (2016) : 0. **Voir 7.3.9 Respect des règles éthiques et déontologiques dans les contenus.**
3 Représentation des diversités nationales et de l'égalité Femmes-Hommes sur les écrans	Unités de programmes Direction de l'Information Direction des Relations humaines/formation	Producteurs CSA Public	Courrier aux producteurs d'émissions de flux rappelant l'importance de la diversité dans les castings Rappel de la convention signée avec le CSA dans les contrats Organisation de Conférences	Chaque année : ■ Engagements quantitatifs vis-à-vis du CSA, En 2017 : ■ Plan d'action mis en œuvre après les études quali et quanti menées en 2016 (présence des femmes et des minorités ethniques dans les JT de TF1), qui comprend : plan de formation ; organisation de l'événement « Experte à la Une » ; partenariat avec Vox Fémina/prix « Femmes en Vue ». Indicateur : nombre de femmes dans les journaux télévisés parmi l'ensemble des intervenants selon la dernière étude interne réalisée en 2017 : 39 %. **Voir 7.3.13 Promotion de la diversité.**

EXEMPLES D'INDICATEURS /SOLIDARITE

INDICATEURS SOLIDARITE : NOMBRE D'ASSOCIATIONS CONCERNEES, NATURE ET MONTANT DES DONS

	2017	2016	2015
Nombre d'associations ayant bénéficié des dons	125	121	140
Dons en espèces aux associations *(en milliers d'euros)*	2 468	3 817	3 339
Dons en nature *(valorisation en milliers d'euros)**	34 794	31 539	31 291
Frais de structure mécénat et contributions vers des Fondations *(en milliers d'euros)*	1 464	1 961	1 895
MONTANT TOTAL DES ACTIONS SOLIDAIRES *(en milliers d'euros)*	**38 726**	**37 317**	**36 525**

* *Espaces gracieux, fabrication de spots, dons directs, reversement du gain des jeux.*

EGALITE FEMMES-HOMMES DANS L'ENTREPRISE

INDICATEUR : REPARTITION DES EFFECTIFS PAR SEXE

Au 31/12 *(Périmètre : Monde, CDI et CDD)*	% Couverture/ effectif	2017	2016	2015
Femmes	100	52,2 %	50,2 %	50,9 %
Hommes	100	47,8 %	49,8 %	49,1 %

INDICATEUR : PART DES EFFECTIFS FEMININS PAR STATUT

Au 31/12 *(Périmètre : Monde, CDI CDD)*	% Couverture/ effectif	2017	2016	2015
% de femmes parmi les ETAM	100,0	58,0 %	55,1 %	59,0 %
% de femmes parmi les cadres	100,0	52,7 %	51,5 %	52,6 %
% de femmes parmi les journalistes	100,0	43,4 %	39,9 %	46,0 %
% de femmes total	100,0	52,2 %	50,2 %	50,9 %

INDICATEUR : PART DES EFFECTIFS FEMININS PAR NIVEAU HIERARCHIQUE

Au 31/12 *(Périmètre : France, CDI CDD)*	% Couverture/ effectif	2017	2016	2015
% de femmes dans l'ensemble du *management* (chefs de service adjoints C4 et +)	96,0	43,0 %	40,7 %	39,8 %
% femmes dans l'ensemble du *management* junior (chefs de service adjoints C4)	96,0	51,6 %	49,1 %	47,5 %
% de femmes dans l'ensemble du *management* senior (chefs de service C5 et +)	96,0	40,9 %	38,1 %	37,4 %
% de femmes dans le top-*management* (Comité *Management*)	96,0	35,3 %	34,5 %	30,6 %

INDICATEUR : NOMBRE D'EMBAUCHES FEMMES-HOMMES

Embauches *(Périmètre : Monde CDI CDD)*	% Couverture/ effectif	2017	2016	2015
Femmes	100,0	416	332	310
Hommes	100,0	245	253	225
TOTAL		**661**	**585**	**535**

TF1

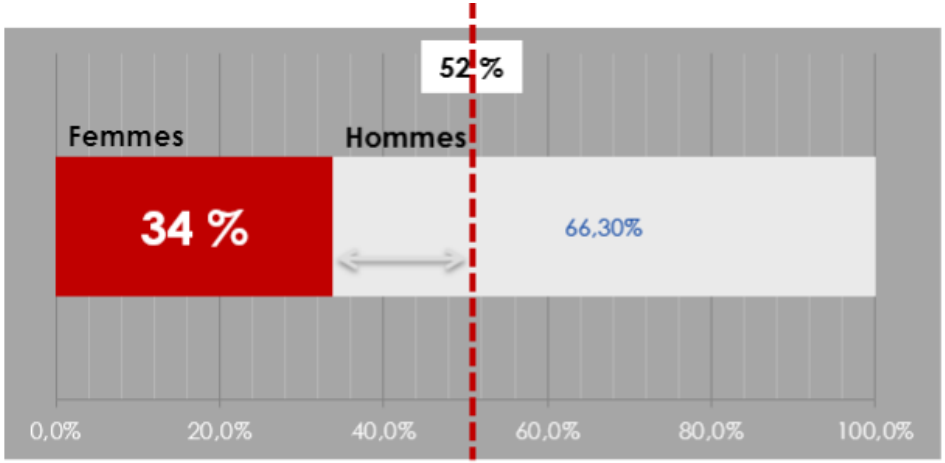
EXEMPLES D'INDICATEURS / VOLET ENVIRONNEMENT : GES

INDICATEUR : EMISSIONS DE GAZ A A EFFET DE SERRE

Émissions par source du bilan carbone® *(en téqCO2 V.7 du bilan carbone®)*	**Du 01/10/2016 au 30/09/2017**	**Du 01/10/2015 au 30/09/2016**	**Du 01/10/2014 au 30/09/2015**
Scope 1 : Émissions directes des sources fixes (Fuel GE)	60	29	23
Scope 1 : Émissions directes des sources mobiles de combustion (Véhicules Reportage et voitures de fonction)	607	607	580
Scope 1 : Émissions directes fugitives (gaz frigorigènes)	487	410	679
Scope 2 : Émissions indirectes liées à la consommation d'électricité	1 258	1 334	1 353
Scope 2 : Émissions indirectes liées à la consommation de vapeur	368	352	360
Scope 3 : Émissions liés à une activité énergétique non incluse dans les émissions directes ou indirectes d'énergie	504	520	518
Scope 3 : Produits achetés	83 283	83 338	83 312
Scope 3 : Biens immobilisés	748	1 188	1 060
Scope 3 : Déchets générés	84*	219	170
Scope 3 : Déplacements professionnels (hors véhicules reportage et voitures de fonction)	3 764	3 735	3 493
Scope 3 : Déplacements des employés	1 329	1 290	1 329
TOTAL (HORS UTILISATION DES PRODUITS)	**92 492**	**93 021**	**92 876**

* *La Baisse des émissions de GES liée aux déchets s'explique par une nouvelle méthode de comptabilisation dans le bilan carbone® qui tient compte du pourcentage et de la nature du recyclage pour chaque nature des déchets, non prise en compte jusqu'alors.*

EGALITÉ FEMMES HOMMES À L'ANTENNE (DANS L'INFO)



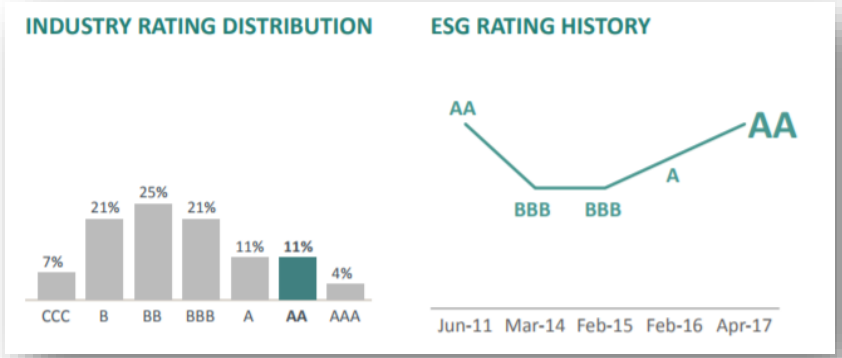
DES PERFORMANCES SALUÉES PAR LES AGENCES DE NOTATION EXTRA-FINANCIÈRES

Member of Dow Jones Sustainability Indices in Collaboration with RobecoSAM

Top 20 companies globally for gender balance and gender equality

Top 5 mondial du secteur Broadcasting & Advertising
1% Top performers en matière de Droits Humains

Rating RSE mondial du secteur par MSCI, positionnement de TF1



ROBECOSAM Sustainability Award Bronze Class 2018

Gaïa-Index

oekom

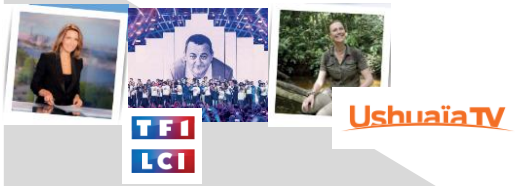
CFIE

MSCI

UN SOCLE DE LÉGITIMITÉ POUR D'AUTRES COMMUNICATIONS

Contribuer au vivre-ensemble en France

Nos activités



Notre fondation

Nos collaborateurs

TF1 Initiatives

DES ACTIONS QUI NOUS RASSEMBLENT

PROCHAINE ETAPE :

- **Reporting digital au travers des ODD**