



S'ENGAGER ENSEMBLE

Nos essentiels RSE

ÉDITO



En tant que leader médiatique, le groupe TF1 se doit d'être un acteur de confiance pour toutes ses parties prenantes, et dans tous les aspects de ses activités. Avec une double responsabilité : celle que nous avons envers la société, à travers nos contenus et nos plateformes, pour contribuer activement aux transformations collectives. Et bien sûr celle que nous devons à nos équipes, que nous accompagnons au quotidien pour garantir leur bien-être et leur développement.

Nos engagements et nos objectifs concernent trois grands domaines d'action qui s'inscrivent pleinement dans notre stratégie : la diversité et l'inclusion, la transition écologique et la solidarité. Ils se déclinent en 7 piliers qui guident nos actions, présentés dans ces essentiels.

Nous sommes convaincues que c'est ensemble que nous pouvons réussir les transformations, et si le groupe TF1 prend depuis longtemps part aux évolutions de notre société, cette feuille de route constitue un référentiel commun sur lequel nous pouvons nous appuyer pour accélérer.

Nous vous en souhaitons une bonne lecture,

Mélissa Saint-Fort

DIRECTRICE RSE DU GROUPE TF1

Valérie Languille

DIRECTRICE GÉNÉRALE ADJOINTE
RELATIONS HUMAINES ET RSE DU GROUPE TF1

Direction de la publication : Mélissa Saint-Fort, Yolande Lebreton

Conception, rédaction, création : Agence Heidi

Crédits photo : iStock - Laurent Esposito

Imprimé sur papier Nautilus FSC 100% recyclé



UNE MISSION : S'ENGAGER ENSEMBLE



7 PILIERS POUR TRANSFORMER

- 1 – Agir pour l'égalité entre les femmes et les hommes
- 2 – Promouvoir la diversité, l'inclusion et la solidarité
- 3 – Assurer la santé, la sécurité et le bien-être au travail
- 4 – Réduire notre impact carbone
- 5 – Sensibiliser nos publics à la transition écologique
- 6 – Favoriser la publicité responsable
- 7 – Renforcer la confiance envers les médias

#1 – AGIR POUR L'ÉGALITÉ ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES

L'égalité entre les femmes et les hommes est essentielle en société comme en entreprise, car elle contribue à la performance collective. Le groupe TF1 défend cette vision équilibrée et la promeut dans ses contenus, sa gouvernance et ses parcours professionnels.

ENGAGÉS POUR LA SOCIÉTÉ



Valoriser les héroïnes

Dans nos fictions comme dans nos documentaires, nous nous attachons à renforcer la présence de figures féminines fortes et inspirantes. De « HPI » aux « Combattantes » ou plus récemment « Master Crimes », séries initiées par la Direction artistique de TF1, aux coproductions de Newem Studios telles que « Mademoiselle Holmes », le Groupe fait la part belle aux héroïnes. Les fictions incarnées par des héroïnes sont d'ailleurs celles qui bénéficient des plus fortes audiences.

La juste représentation des femmes dans les contenus du Groupe se poursuit avec l'adaptation de la série culte « Cat's eyes » dont le tournage commence cet automne.



Valoriser les expertes

Le Groupe défend l'expertise au féminin dans ses journaux télévisés, qui sont majoritairement présentés par des femmes, mais aussi sur l'ensemble de ses plateaux, et plus largement dans le secteur des médias.

+ DE 50% D'EXPERTES
SUR LES PLATEAUX DE TF1 EN 2023

HPI, UN RECORD D'AUDIENCE HISTORIQUE
(chiffres saison 3)

9,1 M DE TSVP EN MOYENNE



« EXPERTES À LA UNE »

Le groupe TF1 a lancé, en mars 2023, la troisième promotion d'« Expertes à la Une », afin de renforcer la représentativité des femmes expertes dans ses rendez-vous d'information.

Pendant un an, 15 expertes du monde de la santé, de l'économie, de la justice, de la recherche - des domaines dans lesquels elles sont encore sous-représentées - bénéficient de media trainings et de l'accompagnement de journalistes, rédacteurs en chef et présentateurs des rédactions de TF1 et LCI. Le podcast « Expertes à la Une » met également en lumière des expertes aux parcours singuliers et remarquables.



Valoriser les sportives

Le sport est un moteur de transformation sociale. Le groupe TF1, diffuseur historique des grandes compétitions sportives, a acquis en exclusivité la totalité des droits de diffusion des matchs de l'Euro Féminin de Football, ainsi que la coupe du monde féminine de rugby en 2025. Chaque année, le Groupe participe à l'opération #SportFémininToujours. Initiée par l'ARCOM, elle promeut le sport féminin et met en lumière la représentation des femmes.

ENGAGÉS POUR NOS ÉQUIPES



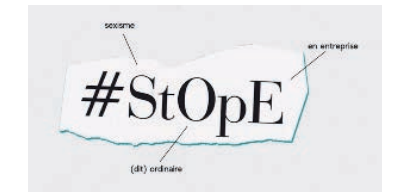
Féminiser nos instances managériales

Le groupe TF1 est convaincu que l'équilibre entre femmes et hommes dans le management, comme dans la société, est source de performance. Nous veillons donc à cet équilibre lors des embauches, mais aussi en termes de parcours professionnels, de rémunération et de promotion, avec un suivi précis des objectifs et des plans d'action dédiés, et à travers le réseau mixte Fifty/Fifty, les programmes de mentoring ou « Leadership au féminin ».

Lutter contre le sexisme et les violences

Dans ses émissions et fictions, TF1 s'engage contre le sexisme et les violences faites aux femmes, par exemple à travers la série « Entre ses mains » diffusée en 2023. TF1

s'empare aussi de la lutte contre les violences subies par les enfants avec deux fictions : « Le colosse aux pieds d'argile » portée par Eric Cantona, doublement récompensée et « Les yeux grands fermés » qui interpelle sur la question de l'inceste. Début 2024, la série d'animation « Tu dis, tu stoppes ! » va sensibiliser et prévenir le jeune public sur les violences envers les enfants.



S'engager contre le sexisme en entreprise

Le groupe TF1 est signataire de l'initiative #StOpE contre le sexisme ordinaire en entreprise et de la charte contre le harcèlement sexuel et les agissements sexistes de l'organisation « Pour les femmes dans les médias ». Ces initiatives sont complétées par des dispositifs d'alerte et d'enquête relatifs au harcèlement ou aux violences sexistes, avec une ligne d'écoute et un réseau de référents formés, ainsi que des communications et des formations spécifiques.

50%
DE FEMMES DANS LE COMITÉ EXÉCUTIF DU GROUPE TF1

48%
DE FEMMES DANS LE COMITÉ MANAGEMENT (TOP MANAGEMENT)

+ DE 35%
DE FEMMES RECRUTÉES À LA TECH EN 2023

93%
DES COLLABORATEURS ONT SUIVI LE MODULE DE #STOPE « TOUS ACTEURS CONTRE LE SEXISME » EN 2022

#2 – PROMOUVOIR LA DIVERSITÉ ET L'INCLUSION

Le groupe TF1 prend à cœur sa responsabilité de créer un lien social fort et de représenter l'ensemble des membres de notre société, contribuant ainsi à la lutte contre toutes les formes de discriminations. Cet engagement se traduit à la fois dans nos contenus et dans nos actions à destination de nos collaboratrices et collaborateurs.

ENGAGÉS POUR LA SOCIÉTÉ



Refléter la diversité des origines ethniques, sociales et de genre

Dans nos journaux télévisés, nos émissions et nos fictions, sur les antennes et le digital, nous nous attachons à représenter la société française dans toutes ses composantes. La ruralité, avec l'opération SOS Villages, les talents de toutes origines dans The Voice ou Star Academy, les personnages de fiction représentatifs de la diversité ethnique ou de genre contribuent à soutenir une transformation positive de la société.



Changer le regard sur le handicap et la maladie

En 2019, le groupe TF1 a signé la chartre de l'ARCOM sur la représentation du handicap dans les médias. Le Groupe agit notamment en proposant des fictions mettant en scène des héros en situation de handicap, comme dans « Handigang ». Mais aussi des femmes inspirantes qui combattent le cancer à leur manière dans la série « Les randonneuses » ou encore des adolescents marqués par la maladie dans la quatrième saison des « Bracelets rouges ».



Début 2023, TF1 a lancé la série à succès « Lycée Toulouse Lautrec » racontant le quotidien de lycéens en situation de handicap, dont le public va retrouver les héros en 2024 pour une deuxième saison. Nous participons également à la journée nationale de sensibilisation #DuoDay depuis cinq ans, notamment en permettant à des personnes en situation de handicap de présenter des émissions de grande écoute.



100%
DES PROGRAMMES TF1 SOUS-TITRÉS
+ DE 300
PROGRAMMES
AUDIO-DESCRITS / AN SUR TF1



Les métiers de l'audiovisuel : un avenir pour les jeunes

Le Groupe s'engage à rendre les parcours professionnels de l'audiovisuel accessibles aux jeunes de toutes origines sociales, à travers les initiatives portées par la Fondation TF1 et le partenariat avec l'association « La chance pour la diversité dans les médias ». Depuis 2021, le groupe TF1 et Newen Studios s'associent à l'opération « Immersion Cinéma » pour former au métier de comédien des jeunes éloignés des parcours artistiques traditionnels.

LA DIVERSITÉ DANS LES MÉDIAS, DES RÉSULTATS PROBANTS

304
JEUNES BOURSIERS
SOUTENUS PAR L'ASSOCIATION ONT RÉUSSI
LEUR CONCOURS D'ENTRÉE DANS
UNE ÉCOLE DE JOURNALISME DEPUIS 2017

58 ÉTUDIANTS SUR 88,
SOIT 66%,
ONT OBTENU UNE FORMATION
EN JOURNALISME EN 2023



« IMMERSION CINÉMA » FAIT BOUGER MARSEILLE

180 JEUNES
DE MARSEILLE ET SES ENVIRONS ONT
ÉTÉ CASTÉS ET RÉFÉRENCÉS DANS
NOTRE BASE DE DONNÉES DEPUIS 2021

42 JEUNES
ONT ÉTÉ FORMÉS DEPUIS 2021 AU SEIN DE
L'ERACM, LE CONSERVATOIRE DE MARSEILLE,
ET ACCOMPAGNÉS PAR DES DIRECTEURS DE
CASTING ET L'ASSOCIATION « LA RÉPLIQUE ».



16ÈME
PROMOTION EN 2023

12 JEUNES
SE SONT VUS PROPOSER UNE ALTERNANCE
DE 2 ANS POUR DÉVELOPPER
DES COMPÉTENCES SUR
PLUS DE 25 MÉTIERS DANS LE GROUPE

AU TOTAL
177 JEUNES
ONT ÉTÉ FORMÉS DEPUIS 15 ANS



LA DIFFUSION DU CONCERT
DES ENFOIRÉS RÉALISE CHAQUE ANNÉE UNE
DES MEILLEURES AUDIENCES DE TF1 :
**8,5M DE
TÉLÉSPECTATEURS**



Promouvoir la solidarité

Sur ses antennes et sur le digital, le groupe TF1 offre une large visibilité aux grandes causes et aux associations qui les portent. Le soutien qui leur est apporté est adapté à leurs besoins et prend des formes très diverses :

- diffusion à titre gracieux de spots de publicité ou d'appels aux dons ou de messages de sensibilisation dans les programmes TV, ou en publicité TV / radio / digital ;
- relais éditoriaux, invitations de représentants des associations dans l'information ainsi que sur les réseaux sociaux du Groupe ;
- émissions spéciales dédiées à une cause ou association, reversement des gains de jeux ;
- relais des causes *via* des incarnations par les animateurs et journalistes du Groupe.



Ainsi, le groupe TF1 promeut depuis de nombreuses années de grandes opérations telles que Les Restos du Cœur, Les Pièces Jaunes, le Sidaction, le Pasteurdon, FRM Alzheimer, ELA et bien d'autres causes, avec par exemple la création en juin 2023 de la semaine « Mobilisation Cancer ».

115 ASSOCIATIONS
ACCOMPAGNÉES EN 2022
POUR UN SOUTIEN GLOBAL DE 66 M€ BRUTS



ENGAGÉS POUR NOS ÉQUIPES

Accueillir et accompagner les personnes en situation de handicap

Le groupe TF1 a signé en 2023 son sixième accord handicap pour la période 2023-2025. Il s'appuie sur quatre axes :

- mieux accompagner les collaborateurs dont l'état de santé nécessite des aménagements matériels ou organisationnels pour travailler dans de bonnes conditions ;
- favoriser le recrutement de candidats en situation de handicap ;
- sensibiliser les collaborateurs et former les managers pour changer le regard sur le handicap ;
- développer le recours au secteur protégé et adapté.

72 NOUVEAUX COLLABORATEURS EN SITUATION DE HANDICAP,
DONT 10 EN CDI, RECRUTÉS ENTRE 2020 ET 2022

33 COLLABORATEURS ACCOMPAGNÉS POUR LE MAINTIEN DANS L'EMPLOI SUR LA MÊME PÉRIODE

14 ALTERNANTS EN SITUATION DE HANDICAP RECRUTÉS EN 2023



DEPUIS 2015, LE RÉSEAU MIXTE FIFTY-FIFTY MÈNE DES ACTIONS DE SENSIBILISATION ET DE PÉDAGOGIE SUR LE THÈME DE LA MIXITÉ COMME FACTEUR DE PERFORMANCE AU SEIN DE L'ENTREPRISE.
EN 2022, FIFTY-FIFTY A ÉLARGI SON CHAMP D'INTERVENTION AUX QUESTIONS LGBTQ+ EN ORGANISANT DES ÉVÉNEMENTS DÉDIÉS.

Lutter contre les discriminations LGBTQ+

Premier groupe média signataire de la charte l'Autre cercle en 2015, le groupe TF1 a renouvelé son engagement en 2022 et multiplié les initiatives telles que les rôles modèles et allié.e.s ou le troisième baromètre LGBTQ+ de l'IFOP/L'autre cercle, pour développer un environnement de travail plus inclusif et favoriser la visibilité des personnes LGBTQ+. Parallèlement, Newen Studios a créé un comité diversité, équité et inclusion afin de coordonner l'ensemble des actions en France et à l'international.



#3 – ASSURER LA SANTÉ, LA SÉCURITÉ ET LE BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

La santé et la sécurité des salariés constituent de longue date, pour le groupe TF1, une préoccupation majeure faisant l'objet d'une sensibilisation constante à la prévention des risques professionnels et de mesures visant à protéger la santé des collaborateurs et à améliorer leur qualité de vie au travail.

ENGAGÉS POUR LA SOCIÉTÉ



En octobre 2022, en marge des campagnes Octobre Rose et Movember soutenues par le groupe TF1, les collaborateurs âgés de 40 à 50 ans ont eu la possibilité de réaliser un bilan prédictif multi-pathologies auprès de Predilife. Ce bilan permet de connaître son risque personnel de développer une maladie grave et de bénéficier ainsi d'un suivi médical adapté à son profil. En décembre 2022, le Groupe a également signé la charte Cancer@work, pour aller plus loin dans l'accompagnement des collaborateurs atteints de cancer ou de maladies chroniques.

Au quotidien, le service de santé au travail reçoit les salariés qui en expriment le besoin et les oriente, le cas échéant, vers une consultation spécialisée. Une ligne d'écoute psychologique est également à disposition de tous les collaborateurs du Groupe qui ont besoin de s'exprimer, que ce soit pour des questions d'ordre privé ou professionnel, et ce 7/7 jours et 24/24 heures.

Assurer la santé et la sécurité au travail

La prévention des risques professionnels des équipes de l'information déployées sur le terrain est une priorité, davantage encore depuis le déclenchement du conflit russo-ukrainien. Un nouveau programme « Sensibilisation aux risques en zones de conflits » vise notamment à permettre aux équipes de prendre les dispositions nécessaires pour leur sécurité et leur santé à toutes les étapes de leur mission. En 2023, de nouvelles solutions d'allègement et d'ergonomie des matériels de prise de vue ont notamment été déployées, en concertation avec les opérationnels et le service de santé au travail.

102

COLLABORATEURS DU GROUPE TF1 ONT SUIVI LE PARCOURS PREDILIFE EN 2022

11

ACCIDENTS DU TRAVAIL AVEC ARRÊT EN 2022 VS 20 EN 2021



Améliorer la qualité de vie au travail

La gestion de l'équilibre entre vie personnelle et vie professionnelle est une priorité pour le groupe TF1 qui prépare avec les partenaires sociaux le prochain accord QVT pour l'année 2024. Celui-ci concernera notamment le bien-vivre ensemble, le soutien à la parentalité et aux aidants familiaux, le droit à la déconnexion et la prévention des risques psychosociaux.

Le baromètre déployé en 2022 reflète un bon niveau de QVT dans le Groupe, en progression par rapport au précédent. Dans l'ensemble, la reconnaissance est un facteur important de la QVT au sein du Groupe, et s'incarne dans un sentiment de respect, de considération et de valorisation professionnelle.

Le nouvel accord télétravail, entré en vigueur le 1^{er} août 2023, continue d'apporter de la souplesse et rappelle les principes de base pour préserver au mieux le bon fonctionnement des services et la vie en communauté, afin de maintenir un lien social fort. Des dérogations au principe de 3 jours de présence sur site par semaine peuvent être autorisées en cas de circonstances exceptionnelles.



75%
DES RÉPONDANTS SE SONT DÉCLARÉS PEU OU NON CONCERNÉS PAR LE STRESS À L'ÉCHELLE DU GROUPE

81%
DES RÉPONDANTS RESENTENT UNE JUSTE RECONNAISSANCE DE LEUR ENGAGEMENT AU TRAVAIL

86%
DES RÉPONDANTS SE SENTENT ÉPANOUIS AU TRAVAIL

#4 – RÉDUIRE NOTRE IMPACT CARBONE

La transition écologique et le climat sont au cœur des défis de notre société. Le groupe TF1 prend part à l'effort collectif en réduisant son impact carbone avec **des objectifs validés par SBTi (Science Based Targets Initiative) depuis octobre 2023, visant les - 30% d'émissions de CO₂ d'ici 2030**. Cet engagement nécessite de mettre en œuvre des chantiers prioritaires tels que la décarbonation des productions, du numérique et des achats.

ENGAGÉS POUR LA SOCIÉTÉ



© Laurent Esposito

NEWEN STUDIOS

- ✓ RECRUTEMENT D'UN CARBON MANAGER
- ✓ CRÉATION D'UNE CHARTE D'ÉCOPRODUCTION
- ✓ OBTENTION DU LABEL ECOPROD PIONNIER EN 2023

Réduire l'impact carbone des productions audiovisuelles

Depuis 2009, le groupe TF1 fait partie du collectif Ecoprod et travaille à l'harmonisation des méthodes de calcul de l'impact carbone des productions, grâce à l'outil Carbon'Clap. Cet outil, homologué par le CNC, est déployé dans les productions emblématiques de Newen Studios comme « Demain Nous Appartient », « Ici Tout Commence » ainsi que dans celles de TF1 Production depuis début 2023. Par ailleurs, les contrats d'achats de programmes comportent désormais une clause d'écoresponsabilité.



Développer le numérique responsable

Le numérique responsable touche le cœur de l'ensemble des activités du groupe TF1 : les matériels utilisés sur les tournages, les plateaux, dans les régies, de même que les flux de données circulant notamment via myTF1. Les initiatives se multiplient pour réduire l'empreinte carbone du numérique sur toute la chaîne de valeur avec la rénovation des data centers, des mesures d'impact carbone des sites avec des plans d'action (résolution des images, flux vidéos, encodage) et l'optimisation des applications et logiciels. Sans oublier l'amélioration continue de l'accessibilité des sites internet du Groupe et de myTF1.

ALLONGEMENT DE 1 AN
DE LA DURÉE DE VIE DES ÉQUIPEMENTS INFORMATIQUES DES COLLABORATEURS (PC ET SMARTPHONES)

Décarboner les achats

Les achats de biens et de services représentent une part importante de l'impact carbone du Groupe.

En 2022, la Direction des Achats a initié son plan d'action en identifiant les typologies d'achats à fort impact carbone, en définissant des critères environnementaux à prendre en compte, en prenant contact avec les fournisseurs concernés et en mettant en place une clause de reporting carbone contractuelle.

Huit familles d'achats prioritaires pour la décarbonation ont été identifiées : IT, matériel technique, cloud, transport, broadcast, prestations audiovisuelles, maintenance et facility management.

La Convention Fournisseurs de mars 2022 a été l'occasion de leur présenter la démarche de décarbonation des achats.

+ DE 80%
DES FOURNISSEURS PRIORITAIRES ONT SIGNÉ LA CLAUSE CARBONE EN 2023

8
FAMILLES D'ACHATS PRIORITAIRES REPRÉSENTENT 29% DE L'IMPACT CARBONE TOTAL DU GROUPE TF1



ENGAGÉS POUR NOS ÉQUIPES



Accompagner la mobilité durable

Le Groupe agit pour la réduction de l'impact carbone des déplacements des collaborateurs grâce à un plan d'action qui vise à renouveler la flotte de véhicules de fonction et de reportage, mais également à faire évoluer nos comportements en faveur des mobilités douces. À cet effet, un forfait mobilité durable est désormais proposé aux collaborateurs du Groupe. Des travaux de rénovation du parking

100%
DES VÉHICULES DE FONCTION ET DE REPORTAGE SERONT HYBRIDES OU ÉLECTRIQUES À FIN 2023

avec création d'espaces spécifiques pour les véhicules électriques, vélos et trottinettes et installation d'armoires de rangement des batteries des vélos sont également en cours.

Mettre en œuvre notre plan de sobriété énergétique

À l'automne 2022, le Groupe a lancé la mise en œuvre de son plan de sobriété énergétique pour répondre à l'objectif de 10% de réduction des consommations prévu par le gouvernement entre 2019 et 2024. Il repose sur la régulation des températures de chauffage, de la climatisation et de l'eau, ainsi que le remplacement des équipements obsolètes, et l'extinction du logo de la Tour TF1 entre 22h et 7h. Par ailleurs, le Groupe a renouvelé avec EDF jusqu'en 2024 un contrat de fourniture d'énergies renouvelables pour la haute tension, et un contrat de fourniture d'énergie 100% renouvelable pour la basse tension avec Enercoop.

33%
DE RÉDUCTION DES CONSOMMATIONS D'ÉNERGIE DE LA TOUR TF1 DEPUIS 2011
RENOUVELLEMENT DE LA CERTIFICATION ISO 50 001 EN 2022

#5 – SENSIBILISER NOS PUBLICS À LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

Le groupe TF1 poursuit la mobilisation du grand public sur les sujets de transition écologique, mais aussi celle de ses collaborateurs, notamment grâce à un programme de formation qui les rend acteurs de cette transition.

ENGAGÉS POUR LA SOCIÉTÉ

Des contenus au service de la transition écologique

Pour intensifier la sensibilisation du grand public aux enjeux de la transition écologique, la Direction de l'Information de TF1 a défini une feuille de route climat dont l'ambition consiste à enrichir son offre de contenus à travers une signature « Notre planète » permettant aux téléspectateurs de mieux identifier ces reportages, ou encore « Terre augmentée » pour comprendre à quoi ressemblera la France en 2030 grâce à des animations immersives et augmentées.

Par ailleurs, le podcast « Impact positif » créé en 2018 est devenu une émission sur LCI et une verticale de contenus sur TF1 Info. Également, les bulletins météo de TF1 suggèrent les bons gestes à adopter en matière de protection du climat.



Contribuer à faire évoluer positivement les comportements

Au-delà de sa chaîne Ushuaïa TV spécialisée dans la protection de l'environnement, de la biodiversité et du climat, de nombreux magazines et documentaires abordent les sujets écologiques et accompagnent l'évolution de nos comportements en faveur d'une meilleure préservation de l'environnement. C'est le cas des épisodes du magazine Envoyé Spécial « Ma vie sans eau » et « Ma vie sans pétrole » produits par Newen Studios et de l'émission « Les Reportages de Martin Weill » sur l'écologie diffusée sur TMC. De même, les feuillets « Demain nous appartient » et « Ici tout commence » abordent de manière récurrente ces questions.

Par ailleurs, des films tels qu'« Animal » de Cyril Dion, produit en France par Newen Studios et nommé aux Césars ou encore le documentaire « The Territory », multirécompensé, mettent l'environnement sur le devant de la scène artistique pour inspirer les citoyens.

PLUS DE 1000 SUJETS PAR AN DÉDIÉS À L'ENVIRONNEMENT DANS LES LES JT DE 13H ET 20H



9 DOCUMENTAIRES PRIMÉS EN 2023 AU FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM RESPONSABLE (DEAUVILLE GREEN AWARDS)

1 JOURNÉE DE LA BIODIVERSITÉ LANCÉE EN 2022 SUR TMC ET RECONDUITE EN 2023

ENGAGÉS POUR NOS ÉQUIPES



Former nos collaborateurs à la transition écologique

Pour impliquer les collaborateurs dans la stratégie climat définie par le Groupe, l'Université TF1 et la Direction RSE déploient depuis 2022 des programmes pensés avec les opérationnels, pour assurer des formations approfondies et adaptées aux métiers variés du Groupe. Grâce, notamment, à des fresques du climat accompagnées d'interventions de spécialistes, ce dispositif permet aux équipes d'acquérir les fondamentaux sur les enjeux de la transition écologique, de faire évoluer leurs pratiques professionnelles et d'inciter à réduire l'empreinte carbone collective.



100% DES COLLABORATEURS FORMÉS À FIN 2024 À L'ÉCOPRODUCTION, AU NUMÉRIQUE RESPONSABLE, AU JOURNALISME DE SOLUTIONS...



Impliquer les collaborateurs dans l'atteinte de nos objectifs

Depuis 2022, les collaborateurs éligibles à une part variable ont un objectif RSE à hauteur de 10% de leur rémunération variable, défini lors de leur entretien de performance.

En 2023, le Groupe a par ailleurs renouvelé son accord d'intéressement pour l'ensemble des collaborateurs. Il a été décidé de les mobiliser autour des enjeux de Responsabilité Sociétale et Environnementale (RSE), et plus particulièrement de nos engagements en faveur d'une juste gestion des ressources.

Deux objectifs, sur lesquels les collaborateurs ont une action possible au quotidien, ont été définis pour « booster » la prime d'intéressement de +10%, calculée en fonction de la performance du Groupe :

- la maîtrise d'une température moyenne dans les bureaux par saison ;
- la lutte contre le gaspillage alimentaire, par la réduction de la quantité de déchets correspondant aux restes d'assiette.

UN OBJECTIF RSE ÉQUIVALENT À **10%** DE LA PART VARIABLE DES COLLABORATEURS ÉLIGIBLES

#6 – FAVORISER LA PUBLICITÉ RESPONSABLE

Depuis plus de dix ans, TF1 Pub s'engage dans la transition écologique de l'écosystème en mobilisant agences et annonceurs et donne une impulsion visant à renforcer l'impact positif de la publicité sur les changements de comportements.

ENGAGÉS POUR LA SOCIÉTÉ



S'impliquer durablement

En juin 2022, le groupe TF1 s'est engagé à travers un contrat Climat Média avec le ministère de la transition écologique, qui prévoit notamment la promotion de modes de vie plus respectueux de l'environnement, la mesure de l'impact carbone du Groupe et la formation des collaborateurs.

Une feuille de route ambitieuse a été définie, construite autour de quatre axes :

- la mesure de l'empreinte carbone de la diffusion des campagnes publicitaires ;
- la mise en valeur des annonceurs faisant la promotion de produits et services plus respectueux de l'environnement ;
- la contribution au dialogue et aux travaux interprofessionnels en faveur de la transition écologique ;
- la réduction de l'impact environnemental de la Régie.



Proposer des dispositifs en faveur de la transition écologique

L'offre EcoRespons'Ad de la Régie publicitaire de TF1 s'appuie sur le cahier des charges de l'ADEME. Elle vise à promouvoir une consommation plus responsable, à contribuer à la transformation durable des clients de la Régie et à valoriser les produits et services plus respectueux de l'environnement.

Les spots concernés bénéficient d'accès à des écrans publicitaires dédiés, tels que l'écran « EcoRespons'Ad » et d'une

mise en valeur avec un habillage spécifique. Plus de 40% des investissements publicitaires en TV sur des produits/services qui respectent les critères environnementaux recommandés par l'ADEME sont réalisés sur les antennes du groupe TF1. Cette offre est complétée, depuis le 1^{er} janvier 2022 par la création du programme Ecofunding, destiné à financer des campagnes pédagogiques pour informer et sensibiliser le grand public aux labels et critères environnementaux recommandés par l'ADEME.

À l'automne 2023, TF1 PUB a lancé Autopilot Carbon : une solution automatisée pour réduire l'impact carbone de la diffusion des campagnes sur le digital.

26,28%
DES FILMS PUBLICITAIRES
DIFFUSÉS SUR NOS CHÂÎNES TV DE
JANVIER À AOÛT 2023 PORTENT
**SUR UN PRODUIT/SERVICE
PLUS RESPECTUEUX DE
L'ENVIRONNEMENT OU
INTÈGRENT UN MESSAGE
RESPONSABLE**
(RECYCLAGE, MADE IN FRANCE,...)
VS 12,93% EN 2021,
SOIT **+13,3 POINTS**

27%
DES INVESTISSEMENTS
PLURI-MÉDIAS
(TV + RADIO + AFFICHAGE + PRESSE)
QUI RESPECTENT LES CRITÈRES DE
L'ADEME SONT RÉALISÉS
SUR LES ANTENNES DU GROUPE

+ DE 1000
PROFESSIONNELS
FORMÉS À LA FRESQUE
DE LA PUBLICITÉ CO-CRÉÉE
PAR LES ÉQUIPES DE TF1 PUB

1015 SPOTS
ISSUS DU PROGRAMME
ECOFUNDING DIFFUSÉS EN 2022,
TOUCHANT 301 MILLIONS
DE SPECTATEURS DE 4 ANS ET PLUS

#7 – RENFORCER LA CONFIANCE ENVERS LES MÉDIAS

Le groupe TF1 est attentif, en tant que leader médiatique, à l'éthique et à la déontologie des contenus qu'il produit et diffuse, ainsi qu'à la responsabilité de ses transactions commerciales avec ses clients et fournisseurs, et à la protection des publics et de leurs données personnelles. À travers des formations et la diffusion du Code Éthique, le Groupe porte à la connaissance de tous ses collaborateurs les bonnes pratiques propres à garantir le respect de sa politique d'éthique dans ses relations d'affaires.

ENGAGÉS POUR LA SOCIÉTÉ

Assurer la déontologie de l'information et des programmes

Le contenu des programmes et le respect des engagements pris par la signature de chartes ou de conventions sont strictement encadrés à plusieurs niveaux : par le Secrétariat Général des différentes directions du Groupe, par la Charte d'Éthique professionnelle des journalistes et par celle spécifique aux journalistes du groupe TF1, qui leur est communiquée lors de leur embauche.

La protection des publics sensibles fait également l'objet d'une vigilance particulière, en partenariat avec l'ARCOM et l'ARPP, dans le marquage de la signalétique liée à l'âge recommandé, mais aussi dans la diffusion des publicités et la gestion des plateformes digitales. Les sites myTF1 et TF1 Info sont en outre certifiés « Digital Ad Trust », un label exigeant concernant la qualité publicitaire et la sécurité de nos environnements digitaux pour les plus jeunes.

Développer l'éducation aux médias

Le groupe TF1 s'implique dans l'éducation aux médias, pour aider ses téléspectateurs à se faire une opinion éclairée.

Deux chroniques intitulées « INFO/ INFOX » portent sur la lutte contre les fake news dans le JT de 20h le samedi sur TF1 et le vendredi dans la tranche 12h-15h sur LCI. En outre, une cellule de quatre journalistes à plein temps produit la rubrique « Les Vérificateurs » sur le site TF1 Info, à raison de deux à cinq articles par jour. Leurs enquêtes sont déclinées sur les réseaux sociaux préférés des jeunes, notamment Instagram, TikTok, ainsi que sur YouTube. Très engagés, les journalistes des « Vérificateurs » interviennent régulièrement dans les collèges et lycées, notamment en zones d'éducation prioritaire.

Des « rencontres de l'info » en faveur des jeunes publics sont également organisées mensuellement sur tout le territoire, en partenariat avec le CLEMI.



ENGAGÉS POUR NOS ÉQUIPES

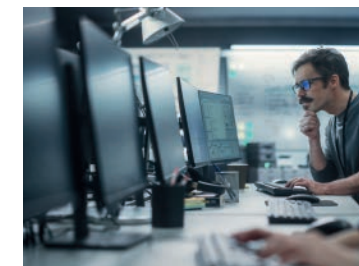
Assurer la protection des données et l'éthique des affaires

La politique RGPD est déployée depuis 2018 par notre Data Protection Officer, en collaboration avec un réseau de plus de 50 référents data, opérationnels et juristes issus de chacune des directions et filiales du groupe TF1. Une formation obligatoire est également suivie par tous les collaborateurs. Le Groupe a aussi accéléré le renforcement de la protection des infrastructures de diffusion, ainsi que les dispositifs de détection et de réaction aux incidents de sécurité.

Pour que le Groupe mène ses affaires avec intégrité, transparence et vigilance, il s'est doté de dispositifs anti-corruption pour prévenir et sensibiliser ses collaborateurs à ce risque : programme de conformité anti-corruption et procédures associées, charte des relations institutionnelles du Groupe, code éthique, etc.

Dialoguer avec nos parties prenantes

Le dialogue avec les parties prenantes, et en particulier les autorités de régulation telles que l'ARCOM et l'ADEME, est permanent au sein du groupe TF1. Le Groupe rassemble également des panels de citoyens pour mesurer les grandes tendances sociétales à l'œuvre et recueillir leur perception de ses programmes et actions. Le dialogue avec nos téléspectateurs est également riche, grâce au site relationnel TF1 & vous et au Club des ambassadeurs du groupe TF1, qui donnent accès à certains spectateurs aux coulisses des chaînes pour susciter des interactions, ou à des espaces de médiation.



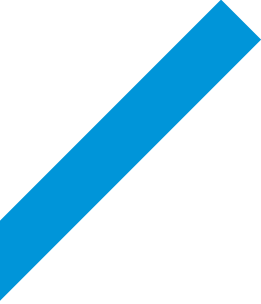
94%
DES COLLABORATEURS ONT SUIVI UN E-LEARNING RGPD POUR ACCROÎTRE LEURS COMPÉTENCES

96%
DES COLLABORATEURS ONT SUIVI UN E-LEARNING ANTI-CORRUPTION

TABLEAU DE SYNTHÈSE DES INDICATEURS

Engagement	Indicateur	Détail	Valeur
1	Part des femmes dans les JT TF1	Expertes sur les plateaux	66% fin août 2023
	Féminisation des instances dirigeantes	COMEX	50% en 2023
		COMGT	48% en 2023
	Programmes d'accompagnement féminisation instances managériales	Femmes ayant participé à « One's »	56% en 2022
Formation - Lutte contre le sexisme et le harcèlement	Collaborateurs ayant réalisé le e-learning « Tous acteurs contre le sexisme » TF1	93% en 2022	
2	Formation aux enjeux de l'inclusion	Collaborateurs ayant participé à la formation « Mixité et stéréotypes »	+ de 300 collaborateurs depuis 2020
	Fondation TF1	Jeunes accompagnés par la Fondation	177 depuis la création
	Immersion Cinéma	Jeunes castés et référencés	180 depuis 2021
	Handicap	Salariés en situation de handicap embauchés (CDD, CDI)	72 entre 2020 et 2022
Nombre d'alternants en situation de handicap		14 en 2023	
3	Baromètre QVT	Répondants non ou peu concernés par le stress	75% en 2022
		Répondants ressentant une juste reconnaissance par rapport à leur investissement	81% en 2022
		Répondants se sentant épanouis au travail	86% en 2022
	Santé et sécurité Accidents du travail Monde hors intermittents	Accidents du travail avec arrêt	11 en 2022
	Actions solidaires	Associations ayant bénéficié des dons	115
		Total du soutien	66 millions € bruts
Publicité solidaire	Dons collectés dans le cadre de l'opération « Goodeed »	+ de 700 000 € depuis 2020	

Engagement	Indicateur	Détail	Valeur
4	Électrification du parc automobile	Véhicules hybrides ou électriques	100% fin 2023
	Forfait Mobilité Durable	Collaborateurs bénéficiant du FMD	170 en 2022
	Réduction des consommations énergétiques	Tour TF1 depuis 2011	-33% en 2022
	Relations et engagement fournisseurs	Fournisseurs engagés dans la démarche de décarbonation des achats	75 en 2023
5	Objectifs RSE part variable	Collaborateurs concernés par les objectifs RSE pour leur part variable	390 en 2022
	Journaux télévisés	Sujets dédiés à l'environnement dans les JT 13h et 20h et Week-end	+1000/an
	Formation aux enjeux de la transition écologique	Collaborateurs formés au sein du groupe TF1 (toutes structures y compris Newen Studios)	65% fin 2023
	Pédagogie à destination de tous les publics	Rencontres de l'info	10 à date
6	Offres publicitaires	Part de publicités contenant un message éco-responsable	26% en 2023
	Sensibilisation des publics	Spots Ecofunding	1015 spots en 2022
		Contacts sur les campagnes	301 millions spectateurs 4 ans et + en 2022
Sensibilisation des acteurs du marché	Participants à la Fresque de la Publicité	1000 en 2023	
7	Formation fact-checking	Documentalistes, Journalistes formés au fact-checking dans les rédactions	100
	Ethique et conformité dans les relations d'affaires	Collaborateurs ayant suivi l'e-learning relatif à la lutte contre la corruption (hors Newen Studios)	95% en 2022
	Formation aux enjeux RGPD	Collaborateurs ayant suivi l'e-learning RGPD (hors Newen Studios)	94 % en 2022





S'ENGAGER ENSEMBLE

Nos essentiels RSE