

4

DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE



AVANT-PROPOS	114	4.2. ENJEUX MAJEURS SOCIAUX ET SOCIÉTAUX	153
Propos introductif	114	4.2.1. Paramètres des <i>reportings</i> sociaux et sociétaux	153
Organisation de la RSE	114	4.2.2. Égalité femmes-hommes	154
Engagements des dirigeants	114	4.2.3. Inclusion	159
Implication des collaborateurs	115	4.2.4. Politique sociale interne et droits humains	165
Reconnaissance de la performance du groupe TF1	116	4.2.5. Solidarité	181
Adhésion au pacte mondial	116	4.2.6. Éducation aux médias	183
Périmètre	116		
Analyse de matérialité du groupe TF1	116	4.3. ÉTHIQUE	184
4.1. ENJEUX MAJEURS DE TRANSITION ÉCOLOGIQUE	124	4.3.1. Éthique dans les contenus	184
4.1.1. Contexte environnemental	124	4.3.2. Éthique et conformité dans les relations d'affaires, Achats Responsables et dialogue avec les parties prenantes	185
4.1.2. Évaluation de l'impact environnemental des activités du Groupe	129	4.3.3. Protection des données personnelles et cybersécurité	189
4.1.3. Suivi des chantiers de la stratégie climat à horizon 2030	134		
		RAPPORT DU VÉRIFICATEUR INDÉPENDANT SUR LA DÉCLARATION CONSOLIDÉE DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE	191

AVANT-PROPOS

Propos introductif

Selon l'article L. 225-102-1 du décret suivant la transposition en droit français de la directive européenne sur le *reporting*, paru en août 2018, le groupe TF1, filiale du groupe Bouygues qui consolide ses comptes, n'est plus tenu de publier un rapport extra-financier, ni d'en faire vérifier la teneur par un tiers indépendant.

En effet, le groupe Bouygues répond à ces obligations et publie un rapport extra-financier consolidé et vérifié par un tiers indépendant, comprenant les informations concernant l'ensemble de ses filiales dont le groupe TF1.

Néanmoins, le Groupe a pris la décision de publier de façon volontaire sa Déclaration de performance extra-financière (DPEF) assortie d'une vérification par une tierce partie (cf. rapport du vérificateur indépendant au chapitre 4.4).

Les éléments spécifiquement demandés par le décret sont présentés dans différentes parties de ce document, auxquelles des renvois sont faits depuis ce chapitre. Notamment :

- le modèle d'affaire est présenté dans le rapport intégré au début de ce document ;
- parmi les enjeux RSE, ceux qui présentent également un aspect « risques » sont présentés dans le chapitre 2 « Facteurs de risques » ;
- la méthodologie d'identification des enjeux RSE est présentée dans l'avant-propos ;
- pour chacun des enjeux majeurs, le présent chapitre décrit explicitement le contexte dans lequel est menée l'activité, les politiques, plans d'actions et mesures mis en œuvre ;

Organisation de la RSE

La politique de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise du groupe TF1 est le fruit d'une collaboration de tous les métiers du Groupe, coordonnée par la Direction RSE créée en 2005 et est rattachée depuis 2016 à la Direction des Relations Humaines, occupée depuis septembre 2022 par Valérie Languille, Directrice générale adjointe Relations Humaines et RSE et membre du Comité Exécutif.

Engagements des dirigeants

La rémunération variable du dirigeant mandataire social repose, en complément des critères financiers, sur des critères extra-financiers liés notamment à la performance de l'entreprise en matière de RSE. Ces critères incluent, en 2022, l'implication du dirigeant mandataire social sur les thématiques liées à la conformité et l'atteinte d'objectifs en matière de mixité, de réduction de l'impact carbone du groupe TF1 et de santé-sécurité pouvant atteindre jusqu'à 15 % de sa rémunération fixe (sur les 40 % que représentent, au total, les critères extra-financiers).

- la politique sociale interne et les droits humains, ainsi que les enjeux liés à l'éthique incluant les sujets de corruption et d'évasion fiscale, sont traités au 4.2 et 4.3 de ce chapitre ;
- le sujet de la taxonomie verte européenne est traité au 4.1.1.2.2.

En tant qu'acteur majeur des contenus, le groupe TF1 décline sa démarche RSE à travers :

- les actions mises en œuvre au sein de l'entreprise matérialisées par l'étiquette suivante : **INTERNE** ;
- l'impact sociétal et/ou environnemental de ses contenus produits, édités et/ou diffusés matérialisé par l'étiquette suivante : **CONTENUS** ;
- les initiatives dont la portée s'étend au-delà de l'entreprise et du public auquel s'adressent ses contenus, matérialisées par l'étiquette suivante : **EXTERNE**

La lutte contre la précarité alimentaire, et le respect du bien-être animal ne sont pas des sujets matériels pour TF1 et, à ce titre, ne sont pas couverts par la DPEF.

Conformément aux lois 2022-296 et 2021-1104, les enjeux culturels et sportifs sont abordés au 4.2.4.2.3.

Le groupe TF1 n'a pas mis en place au cours des cinq dernières années de montage visant à réduire artificiellement sa charge d'imposition sur les sociétés ou à transférer ses résultats fiscaux dans des pays à fiscalité réduite.

Depuis mai 2022, la Direction RSE est composée de deux collaboratrices à temps plein et une collaboratrice à temps partiel qui assurent la rédaction du présent *reporting* extra-financier.

En 2014, le Conseil d'Administration a décidé de se doter d'un Comité de l'Éthique et de la RSE (cf. chapitre 3) devenu Comité Éthique, RSE et Mécénat en février 2020.

Un point sur les actions de RSE est présenté lors de chaque Conseil d'Administration par le Président du Conseil d'Administration.

Le dirigeant mandataire social est également motivé au travers des plans *d'Incentive* à long terme (LTI) qui lui sont consentis par le groupe Bouygues, sur l'atteinte d'objectifs en matière de mixité et de déploiement de la stratégie climat du groupe TF1.

La part variable de chacun des membres du Comex comprend également, depuis 2017, au moins un critère RSE.

Cela concerne aussi, depuis 2022, les 150 membres du Comité Management à hauteur de 10 % de la rémunération variable. Les critères sont multiples, adaptés à chaque périmètre d'activité et de responsabilité et couvrent les enjeux liés aux politiques environnementales, sociales, sociétales et éthiques. Ces critères ciblent notamment le déploiement de la stratégie climat du groupe TF1, la mixité et la diversité des origines ethniques dans les contenus, la féminisation des instances managériales et les politiques en faveur de l'inclusion au sein de l'entreprise.

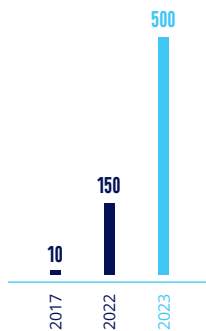
À partir de la campagne d'entretien annuel 2022/2023, ce dispositif a été étendu à l'ensemble des collaborateurs bénéficiant d'une part variable, soit près de 500 personnes.

L'Institut du Management Bouygues organise régulièrement des séminaires liés à la responsabilité des *managers* et au développement durable auxquels participent les cadres dirigeants de TF1. L'objectif est de les accompagner dans leur réflexion sur leurs rôles, leurs responsabilités, le respect des principes éthiques dans leurs actions quotidiennes notamment la lutte contre la corruption, la prise en compte des enjeux de transition écologique et le management inclusif.

Implication des collaborateurs

Objectifs RSE dans la part variable

▼ Nombre de collaborateurs concernés par un objectif RSE dans leur part variable



L'objectif RSE à hauteur de 10 % de la rémunération variable applicable, à partir de la campagne d'entretien annuel 2023, à tous les collaborateurs bénéficiant d'une part variable, engage le manager à choisir un objectif en lien avec les 11 enjeux prioritaires RSE détaillés ci-après (cf « Enjeux majeurs RSE ») ou l'un des trois enjeux transverses suivants :

- valorisation de la démarche RSE ;
- déclinaison de la stratégie RSE ;
- formation aux enjeux RSE.

Bonus RSE dans l'accord d'intéressement

L'ensemble des collaborateurs du groupe TF1 éligibles à l'intéressement peut également, sous condition du déclenchement de deux critères financiers, percevoir un bonus de 10 % du montant de l'intéressement, dans la limite du plafond fixé à l'accord assis sur les deux objectifs environnementaux suivants :

- baisse d'au moins 1,5 % de consommation d'électricité sur la période du 1^{er} octobre 2021 au 30 septembre 2022 par rapport à la mesure enregistrée en 2021 soit 16 566 mégawattheures ;
- baisse d'au moins 10 % de déchets industriels banals sur la période du 1^{er} octobre 2021 au 30 septembre 2022 par rapport à la donnée de référence 2019 ⁽¹⁾ de 173,69 tonnes.

Formation aux Enjeux Transition Ecologique



Afin d'engager l'ensemble des collaborateurs dans la déclinaison de la stratégie climat du groupe TF1 et permettre à chacun d'agir dans sa sphère d'influence, un ambitieux plan de formation aux enjeux de la transition écologique, détaillé au 4.1.3.4.1 a été déployé en 2022 touchant 1 130 collaborateurs, soit 34 % des effectifs. Le Groupe s'est fixé pour objectif de former ou sensibiliser 100 % des collaborateurs d'ici à fin 2024.

Semaine de l'Engagement

Enfin, la Semaine de l'Engagement, organisé en juin 2022, à destination de tous les collaborateurs du groupe TF1 a permis de mettre en lumière les 11 enjeux RSE issus de l'analyse de matérialité conduite en 2021 *via* des articles sur l'intranet et des manifestations :

- une *masterclass* avec Théo Curin sur la force de l'engagement (enjeu Inclusion) ;
- l'opération « Coup de pouce à vos assos » qui a permis à cinq collaborateurs du groupe TF1 y compris Newen Studios de bénéficier d'un soutien financier pour une association dans laquelle ils sont impliqués. Un vote proposé à l'ensemble des collaborateurs, a désigné l'association « Coup de cœur » qui a ainsi bénéficié d'un « coup de pouce » financier supplémentaire (enjeu Solidarité) ;
- « Les Rencontres de l'info » sur le thème des femmes reporters de guerre ouvert exceptionnellement à tous les collaborateurs avec la participation de Liseron Boudoul, Noélie Clerc, Esther Lefebvre et Solenn Riou (enjeux Éducation aux médias et Égalité femmes/hommes) ;
- l'opération « Mets tes baskets et bats la maladie » avec l'association de lutte contre les leucodystrophies ELA (enjeu Solidarité) ;
- des ateliers Fresque du climat proposés à tous les collaborateurs (enjeux de Transition écologique) ;
- une sensibilisation au tri des déchets et à la performance énergétique (enjeux de Transition écologique).

(1) Les années 2020 et 2021 n'étant pas significatives, compte tenu des nombreuses absences sur site des collaborateurs causées par la crise sanitaire.

Reconnaissance de la performance du groupe TF1

Les démarches RSE globales du groupe TF1 sont reconnues par des agences de notation extra-financières et le groupe TF1 est présent en 2022 dans les indices suivants :

Agence de notation	Indice/notation
MOODY's ESG	1 ^{ère} entreprise du secteur <i>Broadcasting & Advertising</i> en Europe
S&P Global	• DJSI World Index
MSCI	• Note AA

En outre, le groupe Bouygues a reçu la note B au questionnaire climat 2021 du CDP (*Carbon Disclosure Project*), incluant les réponses de l'ensemble des filiales du groupe Bouygues en ce compris le groupe TF1.

Le groupe TF1 est le premier groupe média dans le classement général *Le Point-Statista* des entreprises françaises les plus responsables de novembre 2022, qui prend en compte trois critères principaux : l'environnement, le social et la gouvernance.

L'engagement du groupe TF1 en matière de mixité et de représentation des femmes au sein des instances dirigeantes est reconnu à travers le Palmarès 2022 de la féminisation des instances dirigeantes des entreprises du SBF 120, où TF1 se classe à la 35^e place sur 120 entreprises cotées.

De plus, le groupe TF1 avait obtenu en 2021 le statut *Gold* EcoVadis.

Adhésion au pacte mondial

Le groupe Bouygues, au nom de l'ensemble des métiers qu'il représente, dont TF1, a renouvelé son engagement auprès d'autres entreprises françaises et internationales à respecter et promouvoir les dix principes de la Charte du Pacte Mondial⁽¹⁾ dans le domaine des droits de l'Homme, des droits du travail, de l'environnement et de la lutte contre la corruption.

Périmètre

Le présent chapitre intègre les données du groupe TF1 historique, et de la filiale Newen Studios, sauf expressément explicité. Les autres activités associées de divertissement ne sont pas incluses dans ce chapitre, à l'exception de Play Two lorsque cela est précisé.

Répartition des effectifs par entité

Les effectifs sont répartis comme suit au sein des différentes structures au 31 décembre 2022 :

- 71 % pour TF1 et TMC ;

- 28 % pour Newen Studios ;
- 1 % des effectifs pour Play Two.

Répartition géographique du chiffre d'affaires

Le groupe TF1 réalise son chiffre d'affaires principalement en France et en Europe. En 2022, la répartition est la suivante :

- 85,9 % vs 88,9 % en 2021 en France ;
- 11,3 % vs 7,7 % en 2021 en Europe hors France ;
- 2,8 % vs 3,4 % en 2021 pour les autres pays.

Les sociétés en intégration globale ou partielle sont incluses dans le *reporting* sauf si le groupe TF1 n'est pas opérateur de cette

entité, c'est-à-dire s'il n'en a pas la responsabilité managériale. Une société a la responsabilité managériale d'une entité lorsqu'elle a le pouvoir de décision sur les procédures opérationnelles de cette entité.

Sur la période de référence, le groupe a procédé à trois acquisitions significatives, les sociétés de production Rise, Anagram et Dai-Dai, et plusieurs cessions, dont les sociétés Gamed! et Ykone, ainsi que les activités Unify Publishers.

Analyse de matérialité du groupe TF1

Méthodologie

L'étude de matérialité conduite en 2021 par le groupe TF1 pour prendre en compte les attentes croissantes de ses parties prenantes internes et externes en matière de RSE et la pluralité du Groupe a consisté à identifier les enjeux majeurs qui peuvent constituer des **opportunités de développement** ou au contraire **des risques pour les activités du groupe TF1** s'ils n'étaient pas bien pris en compte.

Celle-ci a été réalisée en collaboration avec le cabinet R3 Imaginable et a fait l'objet d'une vaste consultation associant :

- le **top management** à travers 12 entretiens menés individuellement ;
- les **collaborateurs du groupe TF1** (incluant des intermittents travaillant de manière ponctuelle pour le Groupe), à travers un questionnaire anonyme en ligne qui a permis de collecter les réponses de 942 répondants, témoignant ainsi du vif intérêt porté par les collaborateurs pour la démarche RSE du groupe TF1 ;

(1) <https://www.unglobalcompact.org/>

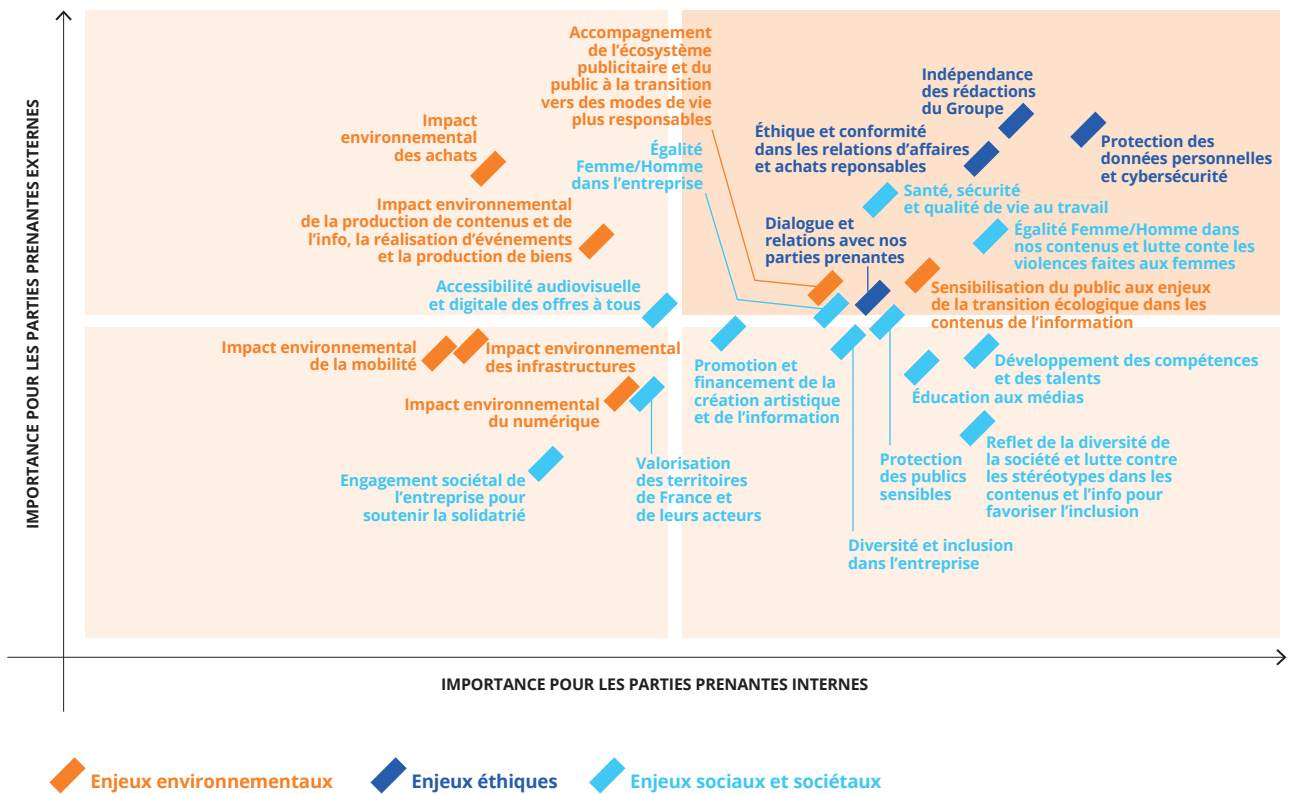
- un **panel de citoyens** à travers un questionnaire anonyme en ligne complété par 724 répondants ;
- un **Comité de Parties Prenantes Externes** composé d'agences médias, d'annonceurs, d'experts, de fournisseurs, d'institutionnels, d'investisseurs, de journalistes, d'ONG et de producteurs et qui s'est réuni en octobre dernier à l'occasion d'une session d'échange animée par R3 Imaginable.

Les échanges ont été menés à partir d'une liste de 23 enjeux relevant des thèmes déjà traités dans les précédentes analyses de matérialité conduites par le groupe TF1, des six enjeux majeurs RSE définis en 2020 par le groupe TF1, des attentes des parties prenantes externes notamment celles des agences de notations extra-financières, des institutionnels et des ONG ainsi que d'un benchmark sectoriel conduit par R3 Imaginable.

La matrice de matérialité obtenue à l'issue de la consultation a fait l'objet d'une priorisation des 11 enjeux majeurs par un Comité composé de collaborateurs opérationnels du groupe TF1 en prenant en compte les risques et opportunités en termes d'image, de business, d'impact sociétal et/ou d'engagement pour les collaborateurs. Les membres de ces Comités étaient issus des différentes entités du Groupe : Newen Studios, Contenus, Information, Technologies, Achats, Relations investisseurs, TF1 Pub, Juridique, Communication, Relations sociales, Représentants du personnel et RSE.

Le résultat de cette étude a fait l'objet de nombreux partages avec les collaborateurs et le *top management* afin de permettre à chacun d'inscrire ses actions, dans la démarche RSE du groupe TF1.

Matrice de matérialité



Enjeux majeurs RSE

<u>ENJEUX MAJEURS DE TRANSITION ÉCOLOGIQUE</u>	<u>ENJEUX MAJEURS SOCIAUX ET SOCIÉTAUX</u>	<u>ENJEUX ÉTHIQUES</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Impact environnemental des activités • Sensibilisation des publics à la transition écologique à travers les contenus • Publicité responsable 	<ul style="list-style-type: none"> • Égalité Femmes/Hommes • Diversité et inclusion • Santé, sécurité et qualité de vie au travail • Engagement sociétal de l'entreprise pour soutenir le monde associatif • Éducation aux médias 	<ul style="list-style-type: none"> • Éthique dans les contenus • Éthique dans les affaires • Protection des données personnelles et cybersécurité

Enjeux	Sous-enjeux	Faits marquants 2022	Objectifs cibles/Indicateurs	Concordance
Impact environnemental des activités			2023 : Obtention de la certification SBTI 2030 : - 30 % sur les scopes 1&2 et sur le scope 3a du bilan carbone du groupe TF1	4.1.1.1.
		Souscription volontaire à un contrat média climat avec l'ARCOM		4.1.1.3.1.
		Programmes de formation spécifique par famille de métiers : 34 % des collaborateurs du groupe TF1 formés fin 2022 Mise à disposition d'e-learning et organisation de 7 Masterclass sur les thématiques environnementales	2024 : 100 % des collaborateurs formés et/ou sensibilisés à la transition écologique	4.1.3.4.1.
	Écoproduction		2030 : - 30 % d'impact carbone sur les productions Newen France et Blue Spirit (- 20 % en 2024)	4.1.3.1.1.1.
		Nomination de référents Newen Studios à l'international	2023 : Désignation d'un « carbon manager » en France 2023 : Déploiement de l'écoproduction sur les séries <i>Demain nous appartient</i> et <i>Ici tout commence</i>	4.1.3.1.1.1.
		Déploiement des Fresques du Climat à TF1 Production et formation des équipes à l'écoproduction	2023 : Formation de 50% des équipes permanentes de Newen Studios et TF1 Production à la transition écologique y compris l'écoproduction	4.1.3.1.1.2.
		Participation à la refonte du calculateur carbone « Carbon'Clap » Signature de la charte Ecoprod pour l'utilisation d'une grille d'écocritères		4.1.3.1.1.2.
			2023 : Mise en conformité avec l'écoconditionnalité des aides du CNC applicables à partir de 2024	4.1.3.1.1.2.
	Sobriété numérique	Mise en place des actions de réduction de l'impact carbone des sites Internet		4.1.3.1.3.
		Déploiement de Fresques du numérique	2023 : 70 % des équipes de la Direction des Technologies formées à la sobriété numérique	4.1.3.1.3.
	Désignation d'un référent Green IT et constitution d'un groupe de travail Numérique Responsable à la Direction des Technologies		4.1.3.1.3.	
		2023 : Allongement de la durée d'utilisation des postes de travail de 36 à 48 mois	4.1.3.1.3.	
Mobilité douce	Déploiement du Forfait Mobilité Durable et du crédit mobilité		4.1.3.1.2.	
	80 % de véhicules hybrides ou électriques à fin 2022	2023 : 100 % véhicules hybrides ou électriques	4.1.3.1.2.	
	Mise en place de 100 prises de recharge pour véhicules électriques (parking du siège)		4.1.3.1.2.	
		2023 : Mise à jour de la politique de déplacements professionnels	4.1.3.1.2.	

Enjeux	Sous-enjeux	Faits marquants 2022	Objectifs cibles/Indicateurs	Concordance
	Décarbonation des achats	Mesure de l'impact carbone des achats hors droits et identification de 8 familles d'achats à décarboner prioritairement	2023 : Intégration des critères RSE et impact carbone dans les appels d'offres avec une pondération de 15 %	4.1.3.1.4.
		Poste dédié à la décarbonation des achats		4.1.3.1.4.
		Formation de la direction des achats	2023 : 100 % des responsables opérationnels formés à la décarbonation des achats	4.1.3.1.4.
		Organisation d'une convention fournisseurs avec pour sujet la décarbonation des achats Prise de contact avec 80 fournisseurs clés	2023 : Intégration d'une « clause carbone » dans 80 % des contrats des fournisseurs clés	4.1.3.1.4.
	Efficacité énergétique	- 33 % sur les consommations énergétiques de la Tour TF1 par rapport à 2011 Audit de suivi de la certification ISO 50001	2025 : - 35 % sur les consommations énergétiques du bâtiment de la Tour	4.1.3.1.5.
		Mise en place d'un plan d'action de sobriété énergétique Signature des chartes Ecowatt et Ecogaz	2024 : -10 % d'économies d'énergie par rapport à 2019	4.1.3.1.5.
Sensibilisation du public aux enjeux de la transition écologique dans les contenus et l'information		Souscription volontaire à un contrat média climat avec l'ARCOM	2023 : Publication de la liste des programmes en lien avec la transition écologique sur le site de l'ARCOM 2023 : Publication du nombre d'experts environnementaux par catégorie d'expertise sur le site de l'ARCOM	4.1.3.2.1.2.
	Sensibiliser et former les équipes aux enjeux de la transition écologique	Déploiement de la Fresque du Climat pour les rédactions LCI et TF1 : 115 participants à fin 2022	2023 : 50 % des collaborateurs des rédactions de l'information formés/sensibilisés.	4.1.3.2.1.3.
	Apporter aux Français des informations fiables sur les enjeux de la transition	Présentation et déploiement de la Feuille de Route Climat de l'Information Création de la case Impact Positif sur LCI 6,8 % de sujets JT sur les enjeux environnementaux		4.1.3.2.1.3.
		Lancement de « Ushuaïa TV For Change » et de « Ensemble pour la planète avec Ushuaïa TV »	2023 : Enrichir l'offre de contenus existante de « Ushuaïa TV For Change » de 30 contenus supplémentaires	4.1.3.2.1.4.
		Journée Mondiale de la Biodiversité sur TMC Concours TFOU d'animation sur le thème « La nature c'est notre grande aventure »	2023 : Journée de la terre ou de la biodiversité sur TMC	4.1.3.2.1.4.

Enjeu	Sous-enjeu	Faits marquants 2022	Objectifs cibles/Indicateurs	Concordance
	Faire émerger de nouveaux imaginaires positifs autour de la transition et des comportements durables	Souscription volontaire à un contrat média climat avec l'ARCOM	2023 : Publication auprès de l'ARCOM du bilan des solutions écoresponsables proposées dans les contenus.	4.1.3.2.1.2.
		Partenariat avec Sparknews sur « En quête de demain » et avec la Fabrique des Récits sur le « guide de l'écran d'après », réalisation d'un atelier avec les équipes de Newen Studios	2023 : Organisation d'un atelier pour les équipes de Newen Studios par La Fabrique des récits	4.1.3.2.1.4. 4.1.3.2.3.
Accompagnement de l'écosystème publicitaire et du public à la transition vers des modes de vie plus responsables		Souscription volontaire à un contrat média climat avec l'ARCOM		4.1.3.3.4.
		Présentation de la feuille de route RSE		4.1.3.3.3.
		Mise en place d'une charte d'écogestes		
	Former les équipes de nos régies publicitaires aux enjeux de la transition	Suivi d'un programme de formation spécifique par 90 % des collaborateurs de TF1 Pub		4.1.3.3.3.
		Création de la Fresque de la Publicité	2023 : Déploiement de la Fresque de la Publicité	4.1.3.3.3.
	Mesurer l'impact carbone des campagnes publicitaires diffusées	Participation aux dialogues interprofessionnels en vue d'harmoniser le calcul de l'impact carbone des campagnes opérées par TF1 Pub		4.1.3.3.3.
Aider les consommateurs à faire des choix éclairés, plus durables et responsables		Lancement d'EcoFunding et diffusion de 3 campagnes de sensibilisation à destination du grand public	2023 : Intégration du parrainage dans le dispositif et engagement du fonds à hauteur de 1,5 M€ bruts	4.1.3.3.3. 4.1.3.3.4.
		Déploiement de la nouvelle offre Ecorespons'Ad, avec 12 campagnes publicitaires	2023 : Éligibilité des films publicitaires faisant la promotion de services de réparation des produits pour l'offre Ecorespons'Ad	4.1.3.3.3. 4.1.3.3.4.
		Mise en place d'un baromètre de suivi des campagnes TV diffusées concernant des produits et services plus respectueux de l'environnement	Communication du bilan des campagnes TV diffusées concernant des produits et services plus respectueux de l'environnement	4.1.3.3.3. 4.1.3.3.4.
Diversité et inclusion dans les contenus et en interne	Représenter sans préjugés la diversité de la société française	Diffusion de la fiction « Champion », abordant la thématique de l'illettrisme et de « Handigang » celle du handicap.	Renouvellement des engagements auprès de l'ARCOM pour refléter la diversité de la population française dans les programmes	4.2.3.1.1. 4.2.3.2.1.
	Promouvoir la diversité et développer une culture d'entreprise plus inclusive	Déploiement du 3 ^{ème} baromètre LGBT+ réalisé par L'autre Cercle et l'Ifop Renouvellement de la signature de la charte l'autre Cercle assortie d'engagements	2023 : Communication en interne sur les rôles modèles L'autre cercle et les engagements du groupe TF1 en matière d'inclusion des personnes LGBT	4.2.3.3.2.
		Inclusion des thématiques LGBT+ au sein du réseau mixte Fifty-Fifty	2023 : Organisation d'événements internes sur l'inclusion des personnes LGBT 2023 : Développement de passerelles entre le réseau Fifty Fifty et les réseaux <i>Pride</i> des entreprises partenaires du groupe TF1	4.2.3.3.2.

Enjeux	Sous-enjeux	Faits marquants 2022	Objectifs cibles/Indicateurs	Concordance
		Course de la St Valentin contre toutes les discriminations	2023 : Participation d'une équipe de 20 collaborateurs TF1	4.2.3.3.2.
		1 ^{ère} édition des Trophées « Rôles Modèles » organisée par le collectif Mixité en Seine		4.2.2.2.2.
			2023 : Proposition de l'atelier « Mixité et Stéréotypes » à tous les collaborateurs du groupe TF1	4.2.3.1.2.
	Favoriser l'emploi des travailleurs handicapés	Participation à la SEEPH et au Duo Day Baromètre interne sur la qualité de vie des collaborateurs en situation de handicap	% de collaborateurs en situation de handicap Renégociation de l'accord handicap	4.2.3.2.3.
	Favoriser l'insertion professionnelle des jeunes et garantir l'égalité des chances	15 ^{ème} promotion de la Fondation TF1	16 ^{ème} promotion de la Fondation TF1	4.2.3.1.2.
		Grand prix de l'alternance et Prix Patrick Bourrat à l'info		4.2.3.1.2.
		Bourses étudiants de la Chance pour la diversité dans les médias	Bourses étudiants de la Chance pour la diversité dans les médias	4.2.3.1.2.
		Accompagnement de Immersion Cinéma et Tremplin Bourses pour les étudiants du CEEA et soutien à la création artistique		4.2.3.1.3.
Égalité femmes/hommes	Renforcer la présence des femmes dans nos contenus pour atteindre les objectifs d'égalité femmes/hommes	Deuxième promotion d' « Expertes à la Une »	2023 : 3 ^{ème} promotion Expertes à la Une	4.2.2.1.
		Obtention du Grand prix de la Diversité et de l'Inclusion dans la catégorie Egalité Femmes/Hommes pour « Expertes à la Une »	2023 : Partenariat avec le Grand Prix de la Diversité et de l'Inclusion	4.2.2.1.
		Diffusion des compétitions majeures de sport féminin : Euro de football et de handball, Coupe du Monde de Rugby		4.2.2.1.
		Diffusion des séries « HPI » et « Les combattantes »		4.2.2.1.
		Diffusion de documentaires dédiés à Alice Milliat et Joséphine Baker sur Histoire TV		4.2.2.1.
	Renforcer la féminisation des instances managériales et l'égalité de traitement entre femmes et hommes	35 ^{ème} place au palmarès de la Féminisation des instances dirigeantes du SBF 120	2023 : 48 à 52 % de femmes au Comité de Management 2023 : 22 % de femmes recrutées dans les métiers pénuriques 2025 : 40 % de femmes au COMEX et au Comité de Direction Générale 2025 : maintien de la parité sur les postes de manager Indicateur : index d'égalité professionnelle	4.2.2.2.

Enjeux	Sous-enjeux	Faits marquants 2022	Objectifs cibles/Indicateurs	Concordance
Santé, sécurité et qualité de vie au travail	Assurer la santé, la sécurité, et le bien-être au travail	Actualisation et enrichissement du DUERP		4.2.4.6.2.
		Réévaluation des mesures de prévention et de protection		
		Déploiement d'un dispositif spécifique pour les équipes couvrant le conflit Russo-Ukrainien		
			Indicateur : Maladies professionnelles et accidents du travail	4.2.4.6.2.
		Prévention des risques médicaux avec un bilan prédictif multi-pathologies avec 102 collaborateurs concernés		4.2.4.6.2.
		Signature de la Charte Cancer@work	2023 : Déploiement de la Charte Cancer@work 2023 : Renégociation de l'accord Télétravail	4.2.4.6.2.
		Réalisation du 4 ^{ème} baromètre QVT Application du 1 ^{er} accord QVT de Newen Studios	2023 : Négociation d'un nouvel accord QVCT, avec pour priorité le dispositif de soutien aux aidants	4.2.4.6.2.
	Plan de prévention des risques sécurité		4.2.4.6.2.	
	Déploiement du module <i>e-learning</i> « Tous acteurs contre le sexisme » obligatoire pour l'ensemble des collaborateurs Formation des collaborateurs de Newen Studios au sexisme et harcèlement		4.2.4.6.2.	
Engagement sociétal et soutien au monde associatif	Soutenir les associations qui œuvrent pour de grandes causes	115 associations aidées, pour un montant total de dons et espaces gracieux de 65 M€	Indicateurs : Nombre d'associations aidées Montant total des dons et espaces gracieux	4.2.5.1.
	Inciter les Français à plus de solidarité, notamment <i>via</i> des appels au don	Opération Les Pièces Jaunes, Restos du Cœur, Sidaction, ELA, Fondation de France et Fondation pour la Recherche Médicale		4.2.5.1.
	Relayer les messages institutionnels	Relais des messages du gouvernement concernant la crise sanitaire, le harcèlement scolaire, la lutte contre les violences faites aux femmes et la diversité		4.2.5.1.
Éducation aux médias	Expliquer les métiers de l'audiovisuel et la production de l'information	8 Podcast « Info et Vous : les coulisses de l'info »		4.2.6.1.
		Organisation de 6 Rencontres de l'Info	2023 : Délocalisation des Rencontres de l'Info en province	4.2.6.1.
	Lutter contre les <i>fake news</i>	Mise à jour de la formation de lutte contre les fausses informations		4.2.6.2.
Indépendance des rédactions du Groupe et pluralisme de l'information	Assurer la déontologie et l'indépendance de la Direction de l'Information	Charte déontologique spécifique aux journalistes TF1, remise à chaque nouveau collaborateur journaliste Comité d'éthique et déontologie de l'information Déploiement des formations au droit de la presse	Indicateur : Mises en garde et mises en demeure de l'ARCOM	4.3.1.1.

Enjeux	Sous-enjeux	Faits marquants 2022	Objectifs cibles/Indicateurs	Concordance
Éthique des affaires, Achats Responsables et dialogue avec les parties prenantes	Veiller au respect de l'éthique dans nos affaires	Organisation de 3 sessions de formation sur la conformité Diffusion par l'instance dirigeante de fiches pratiques « Compliance » visant les principaux thèmes à risque en matière d'anti-corruption Déploiement d'un e-learning sur la « compliance » obligatoire pour tous les collaborateurs	2023 : Maintenir un haut niveau d'exigence dans la formation aux risques éthiques pour tout nouvel arrivant et population à risque	4.3.2.1.
	Appliquer les principes de responsabilité (sociétale et environnementale) du groupe TF1 dans la chaîne des achats	Formation de 100 % des acheteurs de la direction des achats à la démarche de décarbonation des achats	Formation de 100 % des responsables opérationnels à la décarbonation des achats 2023 : Évaluation Ecovadis de 80 % des fournisseurs	4.3.2.2. 4.3.2.2.
	Maintenir un dialogue constant avec nos parties prenantes	Organisation d'une convention fournisseurs par la Direction des Achats		4.3.2.3.
		Dialogue de TF1 Pub avec les instances interprofessionnelles pour l'harmonisation des méthodes de calcul de l'impact carbone des campagnes publicitaires		4.3.2.3
Protection des données et cybersécurité	Protection des données personnelles	Déploiement d'un <i>e-learning</i> RGPD obligatoire pour l'ensemble des collaborateurs Organisation de plusieurs « Cleaning Day RGPD »	Indicateur : Mise à jour régulière du registre des traitements	4.3.3.1.
	Renforcer nos dispositifs de protection, de détection et de réaction aux incidents de cybersécurité	Accompagnement par un cabinet d'audit dans le cadre d'une mission de « Programme Assurance Cybersécurité », avec évaluation annuelle selon le référentiel NIST	2023 : Amélioration du plan de reprise d'activité suite à un sinistre majeur	4.3.3.2.

En écho à la raison d'être du groupe TF1 définie fin 2019 « Inspirer positivement la société » et fort du résultat des travaux menés en 2021 concernant l'analyse de matérialité, le groupe TF1 s'engage à travers ses contenus à **sensibiliser ses publics aux enjeux de transition écologique** et à favoriser une **consommation plus responsable** via les activités de sa régie publicitaire. Le Groupe entend aussi faire de **l'égalité femmes/hommes** une priorité, à refléter la **diversité de la société** tout en luttant contre les stéréotypes et à soutenir le **monde associatif** ainsi qu'à renforcer son rôle sociétal d'**éducation aux médias**.

Cet engagement s'appuie sur la reconnaissance de la responsabilité du groupe TF1 en matière d'éthique et la garantie de veiller à un juste **équilibre dans ses relations d'affaires**, à conduire une **politique d'Achats Responsables** et au maintien d'un **dialogue régulier avec ses parties prenantes**.

Compte tenu de son rôle de média influent, le groupe TF1 réaffirme **l'indépendance de ses rédactions**, le respect du **pluralisme de l'information** et la conformité de ses contenus avec le cadre réglementaire ainsi que son engagement fort en matière de **protection des données personnelles et de cybersécurité**.

Enfin, le groupe TF1 entend veiller à la cohérence de ses actions en matière de RSE qu'elles soient à portée externe ou interne en conduisant une politique volontariste en matière de **mixité et d'inclusion** au sein de ses équipes. Il s'engage aussi à assurer **la sécurité, la santé de ses collaborateurs et la qualité de vie au travail** et à poursuivre les actions entreprises en matière de **réduction de l'impact environnemental de ses activités** notamment via la décarbonation de ses achats et de ses productions.

4.1. ENJEUX MAJEURS DE TRANSITION ÉCOLOGIQUE

4.1.1. Contexte environnemental

4.1.1.1. Évolution de la démarche environnementale du Groupe INTERNE

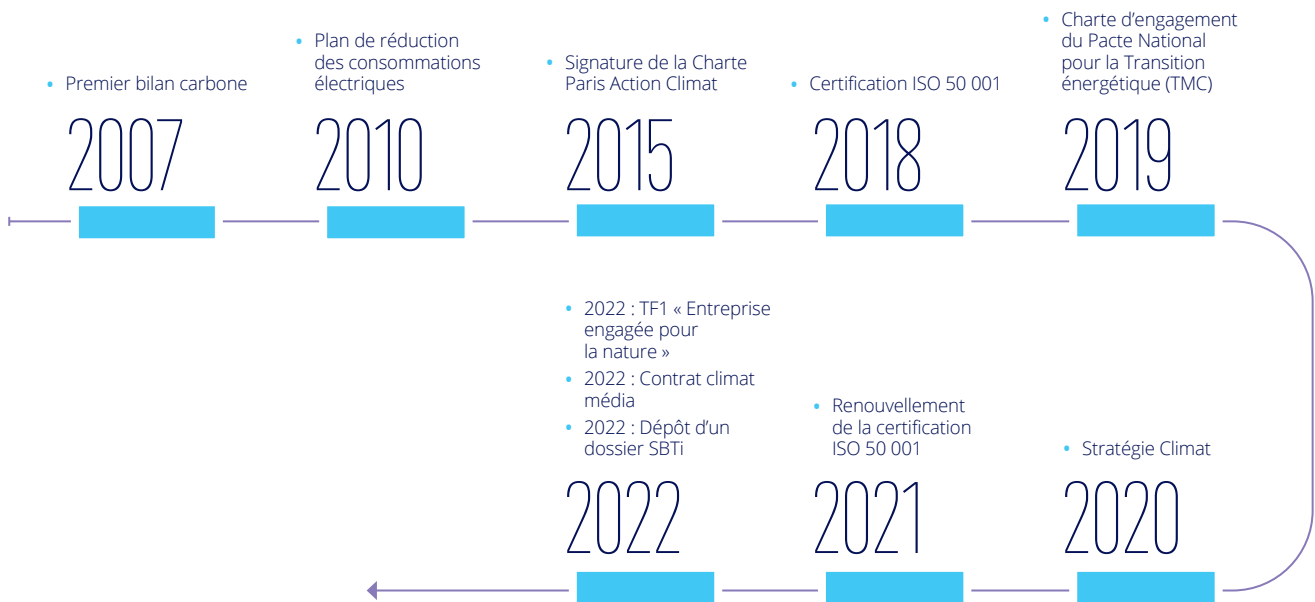
Le groupe TF1 est engagé, depuis plusieurs années, dans la lutte contre le réchauffement climatique avec notamment :

- depuis 2007, la mesure de l'empreinte GES de ses activités principales ;
- depuis 2010, un plan de réduction de ses consommations électriques ;
- en 2015, la signature de la Charte Paris Action Climat ;
- en 2018, la première certification ISO 50001, avec un objectif de réduction des consommations énergétiques de 25 à 30 % d'ici 2025 par rapport à 2011 ;
- en 2019, la signature à Monaco à travers sa filiale TMC de la Charte d'Engagement du Pacte national pour la transition énergétique ;
- en 2020, une stratégie climat avec :
 - **la réduction de l'impact carbone de ses activités avec un engagement de réduction de son impact carbone de 30 % d'ici à 2030 sur les scopes 1, 2 et 3a vs le périmètre pris en compte pour le calcul de son empreinte carbone en 2019,**
 - **des actions en faveur d'une publicité plus responsable,**
 - **l'enrichissement de l'offre de contenus en lien avec la transition écologique.**

Le suivi de ces engagements est détaillé au chapitre 4.1.3. « Suivi des chantiers de la stratégie climat à horizon 2030 » et les autres actions de réduction (consommations énergétiques, gestion des déchets) sont précisées aux chapitres 4.1.2.3. « Consommation de ressources et d'énergie » et 4.1.2.4. « Gestion des déchets et économie circulaire » ;

- en 2021, le renouvellement de la certification ISO 50001, avec un nouvel objectif de réduction des consommations énergétiques de 35 % d'ici 2025, par rapport à 2011 ;
- en 2022, obtention du titre d'« Entreprise engagée pour la nature » dans le cadre de l'initiative Act4Nature France, initiée par le ministère de la Transition écologique et solidaire et portée par l'Office français de la biodiversité et détaillé au chapitre 4.1.3.1.5. « Autres chantiers de réduction de l'impact environnemental » ;
- en juillet 2022, la signature du contrat climat média avec l'ARCOM ;
- en décembre 2022, le dépôt d'un dossier de validation de sa trajectoire de décarbonation (*Near-term target*) dans le cadre de l'initiative SBTi.

▼ L'évolution de la démarche environnementale du Groupe



4.1.1.2. Exposition du groupe TF1 aux risques physiques du changement climatique EXTERNE

L'activité du groupe TF1 est peu sujette aux risques physiques liés au changement climatique (événements climatiques extrêmes), y compris en cas de renchérissement brutal du prix de l'énergie ou de taxation du carbone émis. Seule la situation du siège de TF1 en bordure de Seine a nécessité la mise en place d'un plan de prévention des inondations en cas de crue, avec la possibilité d'assurer la continuité d'antenne dans un site de secours non exposé à ce risque. Des exercices de simulation, à la fois des

mesures de protection (barrières anti-crue) et des mesures de remédiation (site de secours) pour ce risque, sont menés régulièrement. Le plan de sobriété énergétique, déployé suite aux recommandations gouvernementales pour faire face aux pénuries d'électricité, est détaillé au 4.1.3.1.5.

Par ailleurs, la nature des activités du Groupe dans l'ensemble des sièges sociaux ne fait pas courir de risques directs à la biodiversité, ni à la qualité de l'eau et des sols.

4.1.1.3. Évolutions du cadre réglementaire EXTERNE — INTERNE — CONTENUS

4.1.1.3.1. Contrat climat média

Le cadre de la loi Climat et Résilience du 22 août 2021, qui vise notamment à encadrer les communications commerciales des produits ayant un impact excessif sur le climat, prévoit que l'ARCOM promeuve des codes de bonne conduite, ou contrats climat. À ce titre, le groupe TF1 a souscrit volontairement le 30 juin 2022 à un contrat climat avec l'ARCOM (disponible sur le site publicite-responsable.ecologie.gouv.fr) précisant ainsi sa stratégie climat annoncée en 2020, et figure parmi la liste des entreprises engagées publiée par le gouvernement.

Parmi les engagements souscrits par le groupe TF1 :

- la réduction progressive sur les antennes de la remise de lots constitués de produits et services ayant un impact négatif sur l'environnement ;
- la sensibilisation et la formation des équipes en interne aux enjeux de transition écologique ;
- la proposition de conditions de vente préférentielles pour les campagnes d'information des administrations et des organisations caritatives en faveur de pratiques responsables et de l'utilisation de produits moins polluants ;
- le traitement dans les programmes des thématiques liées à l'environnement, à sa protection et à la lutte contre le dérèglement climatique ;

- les meilleurs efforts pour inviter régulièrement des experts de l'environnement, en particulier dans les émissions de plateau.

Les engagements spécifiques à la publicité responsable sont détaillés au 4.1.3.3.4 et ceux spécifiques aux contenus au 4.1.3.2.1.2.

4.1.1.3.2. Taxonomie verte européenne

Est entré en application en 2021, le règlement européen Taxonomie (règlement (UE) 2020/852) et ses actes délégués publiés au 31 décembre 2021 (annexes 1 et 2).

La taxonomie verte est un des piliers de la stratégie de finance durable de l'Union européenne avec trois axes majeurs :

- réorienter les flux de capitaux vers des investissements durables ;
- intégrer systématiquement la durabilité dans la gestion des risques ;
- favoriser la transparence et le long-terme.

Dans ce cadre, le règlement Taxonomie établit des obligations de reporting pour les entreprises non financières et financières sur la base d'une classification permettant de définir des activités économiques durables sur le plan environnemental. Cette classification a pour objectif d'orienter les investissements et d'être un outil de transition vers des activités économiques plus durables.

Ce règlement est applicable à toutes les entreprises dans le champ de la NFRD (en France, soumises à la publication d'une DPEF) depuis 2021. Obligation est faite de déclarer les activités éligibles (année 1 – exercice 2021) puis alignées (année 2 – exercice 2022) et la part verte des KPI financiers associés (CA, Capex, Opex).

Une activité économique est considérée comme « éligible » si elle est incluse dans la liste évolutive des activités (une centaine à date) figurant dans les actes délégués du règlement Taxonomie. Il s'agit des activités sélectionnées à ce stade par la Commission européenne car elles sont susceptibles d'apporter une contribution substantielle à au moins l'un des objectifs environnementaux. Cette liste sera progressivement complétée.

Les activités économiques éligibles des entreprises sont « alignées », c'est-à-dire durables, seulement si elles respectent les critères suivants :

- elles contribuent substantiellement à l'atteinte de l'un des six objectifs environnementaux de la taxonomie :
 - atténuation du changement climatique,
 - adaptation au changement climatique,
 - utilisation durable et protection des ressources aquatiques et marines,
 - transition vers une économie circulaire,
 - prévention et réduction de la pollution,
 - protection et restauration de la biodiversité et des écosystèmes ;
- elles ne nuisent à aucun des cinq autres objectifs (critère *Do No Significant Harm*) ;

Méthodologie et calcul : chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires éligible réparti par activité est obtenu en sommant le CA des sociétés concernées (selon la classification mentionnée ci-avant).

Chiffre d'affaires Groupe	Au 31/12/2022	
	Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Part du CA Groupe (en %)
I. Activités éligibles à la Taxonomie	2 336	93 %
8.3 Programmation et diffusion	1 827	
13.1 Activités créatives, artistiques et de spectacles	11	
13.3 Production de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision ; enregistrement sonore et édition musicale	499	
II. Activités non éligibles	171	7 %
TOTAL CHIFFRE D'AFFAIRES GROUPE TF1 (I + II)	2 508	100 %

Pour la détermination du chiffre d'affaires aligné du groupe TF1, la part correspondant aux programmes éligibles a été estimée au prorata du temps d'antenne des programmes des chaînes portant sur l'environnement, la transition écologique ou climatique – tel que défini dans le contrat climat média passé avec l'ARCOM dans le cadre de la Loi Climat et Résilience – rapportés à l'ensemble des programmes diffusés entre 6 heures et minuit (95 % du CA étant concentré sur la plage 6h-Minuit).

- des garanties minimales sociales et sociétales (ex. : principes directeurs de l'OCDE, des Nations Unies, etc.) sont par ailleurs respectées.

Après une année 1 centrée sur le périmètre des activités éligibles, l'année 2 de la Taxonomie sera donc axée sur la mesure de leur alignement.

Éligibilité et classement des activités du groupe TF1

Les activités suivantes du groupe TF1 sont éligibles au titre de l'**objectif d'adaptation au changement climatique (n° 2)** : Les activités du Groupe listées dans les annexes (Annexe 2) sont les suivantes :

- 8.3 Programmation et diffusion : chaînes TNT gratuites (TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films, LCI), chaînes payantes (Ushuaïa, Histoire, TV Breizh) et e-TF1 ;
- 13.1 Activités créatives, artistiques et de spectacles : STS ;
- 13.3 Production de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision ; enregistrement sonore et édition musicale : TF1 Films Production, TF1 Production, Newen Studios, TF1 Musique, Play Two.

Les activités des filiales suivantes du groupe TF1 ne sont pas éligibles à la Taxonomie telle que définie à date par le règlement : Service aux annonceurs (TF1 Pub, TF1 Business Solutions, TF1 Factory, Magnetism, Gammed!, Ykone), sites web (sites Unify), e-commerce (My Little Paris).

Le temps d'antenne des programmes verts diffusés est étudié individuellement pour chacune des six antennes linéaires suivantes : TF1, TMC, TFX, TF1SF, LCI, Ushuaïa). Pour e-TF1, Histoire et TV Breizh il est appliqué le pourcentage moyen des chaînes TNT pondéré par leurs chiffres d'affaires respectifs. Pour les activités 13.1 et 13.3, il est appliqué le pourcentage moyen des activités 8.3 (8 antennes linéaires + e-TF1) pondéré par leurs chiffres d'affaires respectifs.

Il en résulte que le chiffre d'affaires aligné du Groupe s'établit à 3,2 %, avec la décomposition suivante :

Chiffre d'affaires	Au 31/12/2022	
	Chiffre d'affaires aligné (en millions d'euros)	Part du CA Groupe (en %)
I. Activités éligibles à la Taxonomie	79	3,2 %
8.3 Programmation et diffusion	62	
13.1 Activités créatives, artistiques et de spectacles	0	
13.3 Production de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision ; enregistrement sonore et édition musicale		

Méthodologie et calcul : Capex

Dans le cadre de la Taxonomie, les Capex sont relatifs aux immobilisations corporelles, incorporelles et IFRS 16. Les Capex éligibles correspondent à ceux des activités éligibles ou aux Capex effectués auprès de fournisseurs dont l'activité est éligible (contrats de location concernant des bâtiments).

Les Capex répartis par activité sont obtenus en sommant les Capex de type « Droits audiovisuels » (pour les activités 8.3 et 13.3) et les Capex liés aux contrats de location des bâtiments, et sont répartis par activité en fonction des sociétés concernées (selon la classification mentionnée ci-avant).

Capex	Au 31/12/2022	
	Capex (en millions d'euros)	Part des Capex Groupe (en %)
I. Capex des activités éligibles à la Taxonomie	276	76 %
8.3 Programmation et diffusion	86	
13.1 Activités créatives, artistiques et de spectacles		
13.3 Production de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision ; enregistrement sonore et édition musicale	190	
II. Capex réalisés avec des fournisseurs éligibles	29	8 %
7.7 Acquisition et propriété de bâtiments	29	
III. Capex des activités non éligibles	59	16 %
TOTAL CAPEX GROUPE TF1 (I + II + III)	364	100 %

La part des investissements d'exploitation (Capex) alignée des activités éligibles a été estimée sur la base du pourcentage d'alignement du chiffre d'affaires éligible.

Capex alignés	Au 31/12/2022	
	Capex alignés (en millions d'euros)	Part des Capex Groupe (en %)
I. Capex des activités éligibles à la Taxonomie	10	2,7 %
8.3 Programmation et diffusion	3	
13.1 Activités créatives, artistiques et de spectacles	0	
13.3 Production de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision ; enregistrement sonore et édition musicale	7	
II. Capex réalisés avec des fournisseurs éligibles	0	0 %
7.7 Acquisition et propriété de bâtiments	0	

Méthodologie et calcul : Opex

Dans le cadre de la Taxonomie, les Opex sont relatives aux dépenses de R&D, dépenses de maintenance et réparation, loyers court terme, mesures de rénovation et autres dépenses de maintenance/entretien des actifs. Les Opex éligibles correspondent à celles des activités éligibles ou à celles liées à des mesures individuelles réalisées auprès de fournisseurs dont l'activité est elle-même éligible à la taxonomie et permettant aux activités

cibles de devenir des activités bas carbone ou de conduire à des réductions de GES ainsi que des mesures individuelles de rénovation des bâtiments.

S'agissant des dépenses d'exploitation du groupe TF1 telles que définies par le règlement Taxonomie, leur proportion n'est pas significative.

4.1.1.3.3. Dépenses prévisionnelles en lien avec la transition écologique

Le groupe TF1 a estimé le montant des dépenses prévisionnelles en lien avec la transition écologique. Elles se répartissent de la manière suivante :

en M€	2023 à 2025
Contenus en lien avec la transition écologique	122
Publicité responsable	17
Réduction de l'impact carbone	16
Actions en faveur de la transition écologique internes et externes	5
TOTAL	160

Le groupe TF1 continue à enrichir fortement son offre en matière de contenus en lien avec la transition écologique et poursuit ses actions en faveur d'une publicité plus responsable notamment *via* le financement de campagnes de pédagogie à destination du grand public sur les labels et critères environnementaux.

Le groupe TF1 appuie son objectif de réduction de son impact carbone en finançant des actions en faveur de l'écoproduction de

ses programmes, la décarbonation de ses achats et les mobilités douces qui constituent les postes les plus émissifs de son bilan carbone.

Enfin, le groupe poursuit ses efforts en matière de réduction de ses consommations énergétiques *via* des plans de rénovation de ses équipements et bâtiments.

4.1.2. Évaluation de l'impact environnemental des activités du Groupe INTERNE

4.1.2.1. Paramètres du reporting environnemental

Période :

Du 1^{er} octobre 2021 au 30 septembre 2022.

Périmètre :

- Pour le bilan carbone :
 - sociétés du groupe TF1 hébergées dans les immeubles du Siège Tour et Atrium de Boulogne-Billancourt (sans prendre en compte les étages de l'Atrium non occupés par les collaborateurs du groupe TF1) ;
 - les bâtiments de La Seine Musicale et du site de secours (nommé MSS) ;
 - la filiale TMC, à Monaco ;
 - l'ensemble des sociétés de Newen Studios situées sur le territoire français, soit 71 % des collaborateurs du Groupe et 87 % du chiffre d'affaires du Groupe au 30 septembre 2022.
- Pour les consommations électriques :
 - sociétés du groupe TF1 hébergées dans les immeubles du Siège Tour et Atrium de Boulogne-Billancourt (en prenant en compte l'ensemble des étages de l'Atrium) ;
 - et la filiale TMC, à Monaco, soit 62 % des collaborateurs du Groupe et 77 % du chiffre d'affaires du Groupe au 30 septembre 2022.
- Pour le reste des indicateurs :
 - sociétés du groupe TF1 hébergées dans les immeubles du Siège Tour et Atrium de Boulogne-Billancourt (en prenant en compte l'ensemble des étages de l'Atrium), soit 61 % des collaborateurs du Groupe et 69 % du chiffre d'affaires du Groupe au 30 septembre 2022.

En 2022, l'ensemble des consommations d'eau et d'électricité de La Seine Musicale et du site de secours ont été intégrées dans la mesure de l'impact carbone du groupe TF1. Du fait de la cession d'Unify au cours de l'année 2022, toutes les activités de ce périmètre ont été ôtées de la mesure de l'impact carbone.

4.1.2.2. Bilan Carbone®

Le groupe TF1 effectue l'évaluation de ses émissions de GES depuis 2007, et, en 2022, le groupe TF1 a confié la réalisation de son Bilan Carbone® pour la période du 1^{er} octobre 2021 au 30 septembre 2022 au cabinet Axionable. Le périmètre concerne le siège social du groupe TF1, soit les étages des bâtiments de la Tour TF1 et de l'Atrium situés à Boulogne-Billancourt occupés par les collaborateurs du groupe TF1, les bâtiments de La Seine Musicale et du site de secours (MSS), le siège de TMC situé à Monaco, ainsi que les bâtiments de la filiale Newen Studios situés en France.

À date, il n'existe pas encore de méthodologie sectorielle d'évaluation de l'impact carbone de l'audiovisuel. Cependant, le groupe TF1 utilise la méthodologie de l'ADEME, et les facteurs d'émission pris en compte pour l'évaluation 2022 sont issus de la version 18.1 du Bilan Carbone® de l'Ademe, à l'exception de :

- ceux concernant les consommations électriques, extraits de la version 20.2 ;
- ceux concernant les achats de programmes audiovisuels, extraits, pour les productions internes, d'une étude du cabinet Workflow sur l'impact carbone des productions de Newen Studios, et pour les autres productions, des données Albert.

Par ailleurs, les informations qualitatives, notamment concernant les contenus à valeur ajoutée environnementale et la publicité responsable, ainsi que les orientations prises dans le cadre de la stratégie climat à horizon 2030, incluent l'ensemble du groupe TF1.

Méthode de relevé des indicateurs

Les mesures s'appliquent pour les bâtiments de la Tour et de l'Atrium selon les modalités suivantes :

- les données de consommation d'eau et de vapeur sont issues du relevé des compteurs ;
- les données de consommation d'électricité sont issues des factures et corroborées par la lecture des télé-relevés obtenus sur le site Internet de EDF au travers d'un contrat de suivi des courbes de charges (TCC) ;
- les déchets tels qu'encombrants (bennes), papiers compactés, déchets alimentaires, déchets d'emballage humides, verre, huiles usagées, piles ou accumulateurs, consommables d'impression, déchets électroniques, sont pesés par l'entreprise à laquelle le Groupe a confié la prestation de gestion et suivi des déchets (PAPREC via le contrat avec Bouygues Énergies et Services). Un registre des déchets est tenu à jour et des bordereaux de Suivi des Déchets sont délivrés conformément à la réglementation en vigueur ;
- les fluides frigorigènes sont mesurés à partir des bilans des prestataires en charge de la maintenance de la climatisation ;
- les consommations de fuel pour les groupes électrogènes sont calculées par delta entre la quantité de fuel présente dans les deux cuves au début de la période et à la fin de la période, en tenant compte des éventuels remplissages intermédiaires ;
- les carburants consommés par les voitures de fonction et les véhicules de reportage sont issus des relevés fournis par la société Total et liés à l'utilisation de la carte professionnelle pour les pleins d'essence.

Ce calcul s'est concentré, comme les années précédentes, sur les scopes 1 (émissions directes), 2 (émissions indirectes liées aux consommations énergétiques) et 3a (émissions indirectes hors consommations énergétiques et utilisation des produits). Le scope 3b, non estimé, correspond notamment à la consommation des contenus produits, diffusés ou édités par le groupe TF1 et aux terminaux nécessaires pour les visionner, sur lesquels le Groupe a peu de leviers de réduction. Il est potentiellement la plus importante source d'émissions, en hausse compte tenu de l'usage croissant du numérique. Des travaux ont été menés en 2021 pour estimer le scope 3b sur le périmètre MYTF1, TFOUMAX, TF1 Info, et TF1 Pub et engager des actions de réduction (voir 4.1.3.3.3). En 2023, les travaux d'estimation du scope 3b seront élargis à un périmètre d'étude plus vaste, correspondant, dans la mesure des méthodologies disponibles, au périmètre actuel du bilan carbone publié par le groupe TF1.



Les évolutions méthodologiques du calcul du Bilan Carbone® se sont concentrées sur les points suivants :

- l'inclusion de l'impact des filiales TMC, Newen Studios, et des bâtiments de La Seine Musicale et du site de secours (MSS) dans le Bilan Carbone® du groupe TF1, calculé comme indiqué dans le tableau suivant :

Filiale	Scope 1	Scope 2	Scope 3 – hors achats	Scope 3a – achats de programmes	Scope 3a – autres achats
TMC	Données calculées au réel Q4 2021 – Q3 2022	Données calculées au réel Q4 2021 – Q3 2022	Données calculées au réel Q4 2021 – Q3 2022 ou par estimation sur la base des données Tour & Atrium	Données calculées au réel Q4 2021 – Q3 2022	Données calculées au réel Q4 2021 – Q3 2022
Newen Studios	Mise à jour des estimations sur la base de l'évolution des effectifs, surfaces occupées et du chiffre d'affaires au 30/09/2022 vs 2020	Mise à jour des estimations sur la base de l'évolution des effectifs, surfaces occupées et du chiffre d'affaires au 30/09/2022 vs 2020	Données calculées au réel Q4 2021 – Q3 2022 ou mise à jour des estimations sur la base de l'évolution des effectifs, surfaces occupées et du chiffre d'affaires au 30/09/2022 vs 2020	Données calculées au réel Q4 2021 – Q3 2022	Mise à jour des estimations sur la base de l'évolution des effectifs, surfaces occupées et du chiffre d'affaires au 30/09/2022 vs 2020
La Seine Musicale	Données estimées à partir des données réelles Q4 2021 – Q3 2022	Données estimées à partir des données réelles Q4 2021 – Q3 2022	Données calculées au réel Q4 2021 – Q3 2022 (immobilisations) Données indisponibles sur les déchets	Non pertinent	Données calculées au réel Q4 2021 – Q3 2022
Site de secours (MSS)	Données estimées à partir des données réelles Q4 2021 – Q3 2022	Données estimées à partir des données réelles Q4 2021 – Q3 2022	Données calculées au réel Q4 2021 – Q3 2022 (immobilisations) Déchets non pertinents	Non pertinent	Données calculées au réel Q4 2021 – Q3 2022

INDICATEUR : ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE

Émissions par source du Bilan Carbone® (V18.1 et 20.2 du Bilan Carbone®) (en tonnes équivalent CO ₂)	Du 01/10/2021 au 30/09/2022	Du 01/10/2020 au 30/09/2021	Du 01/10/2019 au 30/09/2020
Scope 1 : Émissions directes des sources fixes (fuel GE)	154	146	24
Scope 1 : Émissions directes des sources mobiles de combustion (véhicules de reportage et voitures de fonction)	373	791	384
Scope 1 : Émissions directes fugitives (gaz frigorigènes)	310	524	249
Scope 2 : Émissions indirectes liées à la consommation d'électricité	1 215	1 223	706
Scope 2 : Émissions indirectes liées à la consommation de vapeur	15	127	160
Scope 3 : Émissions liées à une activité énergétique non incluse dans les émissions directes ou indirectes d'énergie	1 007	681	414
Scope 3 : Produits achetés	133 244	142 891 ⁽¹⁾	213 364
Scope 3 : Biens immobilisés	6 361 ⁽³⁾	2 878	2 536
Scope 3 : Déchets générés	80	71	41
Scope 3 : Déplacements professionnels (hors véhicules de reportage et voitures de fonction)	5 429 ⁽⁴⁾	2 944	1 921
Scope 3 : Transports des visiteurs et des clients	33	12	18
Scope 3 : Déplacements des employés	1 942	1 425 ⁽²⁾	1 825
TOTAL (HORS UTILISATION DES PRODUITS)	150 165	153 712	221 642

(1) La baisse de 33 % entre 2020 et 2021 sur ce poste est liée principalement au changement de méthodologie écartant l'ensemble des films sortis en salles et des programmes multidiffusés à l'international.

(2) Les déplacements des employés ont fait l'objet d'un changement de méthodologie de calcul en 2021 qui tient compte d'un taux de télétravail moyen sur la période d'étude. Ce n'était pas le cas pour l'année précédente.

(3) La grande augmentation sur ce poste est principalement liée à deux changements : le périmètre inclut désormais les bâtiments de La Seine Musicale et MSS, et la méthodologie de calcul de ce poste prend en compte le parc informatique corporate du Groupe. Par ailleurs, une donnée erronée en 2021 avait mené à une sous-estimation des surfaces d'immobilisations bâtementaires.

(4) L'augmentation des déplacements professionnels, notamment pour les journalistes, grâce à la réouverture des frontières suite à la crise du COVID-19 a mené à une grande augmentation sur ce poste.

En 2022, les postes les plus émetteurs restent inchangés par rapport à l'exercice précédent : le poste le plus significatif en termes d'émissions reste les « Produits achetés » (scope 3a). Viennent ensuite les biens immobilisés, les déplacements professionnels et les déplacements domicile-lieu de travail des collaborateurs.

Émissions par scope du Greenhouse Gas Protocol (GHG) (en tonnes équivalent CO ₂)	Du 01/10/2021 au 30/09/2022	Du 01/10/2019 au 30/09/2020	Du 01/10/2019 au 30/09/2020
Scope 1	838	1 461	657
Scope 2	1 230	1 350	866
Ratio en tonnes de CO ₂ scopes 1 + 2 par collaborateur	0,77	0,8	0,7
Ratio en tonnes de CO ₂ scopes 1 + 2 par million d'euros de CA	1,0	1,3	0,9
Ratio en tonnes de CO ₂ scopes 1 + 2 par mètre carré	0,017	0,036	0,025
Scope 3	148 097	150 902	220 119
TOTAL SCOPES 1, 2 ET 3A (HORS UTILISATION DES PRODUITS)	150 165	153 712	221 642

Les émissions de GES liées à l'inclusion des sites MSS et de la Seine Musicale dans le périmètre de calcul du bilan carbone représentent 9,8 % du scope 2. Cependant, les évolutions méthodologiques concernant la sortie des filiales Unify du périmètre suite à la cession de celles-ci expliquent par ailleurs la baisse de 26 % sur les scopes 1 et 2 entre 2021 et 2022.

4.1.2.3. Consommation de ressources et d'énergie

Pour les indicateurs de consommation de ressources et d'énergie des bâtiments Tour et Atrium (hors fuel), tous les étages du bâtiment Atrium à Boulogne sont inclus dans les valeurs indiquées ci-dessous.

Électricité

INDICATEUR : CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ (EN MÉGAWATTHEURES)

Site	% couverture CA	Du 01/10/2021 au 30/09/2022	Du 01/10/2020 au 30/09/2021	Du 01/10/2019 au 30/09/2020
Tour/Atrium	69	17 578	16 566	17 883
TMC (Monaco)	7	965	1 197	1 020

Le groupe TF1 utilise l'électricité pour l'activité courante de l'entreprise, et notamment l'alimentation et la climatisation des équipements techniques liés à la fabrication ainsi qu'à la diffusion de ses programmes (salles techniques et informatiques, régies, éclairage des studios, etc.). L'électricité est aussi utilisée pour d'autres usages tels que le chauffage et la climatisation (confort), l'éclairage, l'alimentation des postes bureautiques ou encore la ventilation. La baisse des consommations initiée depuis 2010 se

poursuit en 2022 sur le périmètre de TMC à Monaco avec - 19 % entre 2021 et 2022. Parmi les principales actions à l'origine de cette baisse, on retrouve notamment l'automatisation de certains systèmes comme les pompes à chaleur et la gestion rigoureuse des éclairages. Malgré une légère augmentation pour les bâtiments de la Tour TF1 et de l'Atrium, la consommation d'électricité est bien en-deçà de la valeur de 2019 (19 075 MWh).

Fuel

INDICATEUR : CONSOMMATION DE FUEL (EN LITRES)

Site	% couverture CA	Du 01/10/2021 au 30/09/2022	Du 01/10/2020 au 30/09/2021	Du 01/10/2019 au 30/09/2020
Fuel GE TF1 Tour/Atrium	69	15 579	682	8 900
Fuel tous véhicules (reportage - voitures de fonction)	69	156 803	149 911	163 851

Le fuel est utilisé dans les groupes électrogènes (GE) des sites de production. Ces groupes constituent le secours du réseau EDF en cas de coupure d'énergie pour assurer la continuité de l'Antenne et des autres processus clés. Les hausses et baisses d'une année sur l'autre découlent des opérations de maintenance menées sur les postes à haute tension et des exercices de simulation de risques mis en œuvre pour la continuité des processus clés (exemple : simulation de la diffusion d'un journal télévisé avec une coupure de l'énergie de réseau). En 2022, il y a eu de nombreuses coupures de réseau, ce qui est reflété par la grande hausse des consommations en fuel des groupes électrogènes.

Le carburant pour les véhicules utilisés pour les activités de reportage de TF1 et LCI (motos, voitures, camions Vidéomobile) est du Gazole Premier et Excellium, du Super 98 ou 95 sans plomb. En 2022, on observe une augmentation des consommations de carburant du parc de véhicules liée à l'allègement des mesures liées au COVID-19 et à la présence plus importante des collaborateurs sur site.

Eau

INDICATEUR : CONSOMMATION DE RESSOURCES EN EAU (EN MÈTRES CUBES)

Site	% couverture CA	Du 01/10/2021 au 30/09/2022	Du 01/10/2020 au 30/09/2021	Du 01/10/2019 au 30/09/2020
TF1 - Tour/Atrium	69	35 524	30 915	25 717

L'eau est essentiellement utilisée dans le circuit de climatisation, les sanitaires et les cuisines. L'aspersion des tours aéroréfrigérantes représente une grande partie de la consommation totale d'eau de l'immeuble de la Tour TF1. L'augmentation des consommations est liée à la présence plus importante des collaborateurs du Groupe sur site. Bien que cet indicateur soit à la hausse en 2022 par rapport à 2021, il est intéressant de noter que la consommation d'eau reste inférieure

à celle de 2019. Par ailleurs, il est intéressant de noter que la démarche de réduction des consommations en eau ne concerne pas seulement les sites de la Tour TF1 et de l'Atrium. En effet, l'arrosage du jardin de la Seine Musicale est assuré à 28 %, en fonction de la pluviométrie, par la récupération des eaux de pluie, traitées dans la station « opuntias » située dans les entrailles de La Seine Musicale

Papier

INDICATEUR : CONSOMMATION DE PAPIER (EN TONNES)

Site	% couverture CA	Du 01/10/2021 au 30/09/2022	Du 01/10/2020 au 30/09/2021	Du 01/10/2019 au 30/09/2020
TF1 – Tour/Atrium	69	17	12	20

Les aménagements *Nextdoor* en *flex office* déployés dans les bâtiments de TF1 ont impliqué une réduction forte de la consommation de papier avec la réduction de mobilier à un rangement par personne et la suppression des imprimantes individuelles. Cependant, la présence plus importante des

collaborateurs du Groupe sur site en 2022 par rapport à l'année précédente a entraîné un rebond dans les consommations de papier. Malgré cette augmentation, il est intéressant de noter que la consommation de papier reste tout de même inférieure en 2022 par rapport à 2019 (27 tonnes).

4.1.2.4. Gestion des déchets et économie circulaire

Gestion des déchets

Les principales activités générant des déchets sont en premier lieu la restauration (déchets d'emballage, déchets alimentaires), l'activité de bureau avec les papiers et autres fournitures de bureau, les travaux de modification et de maintenance entrepris dans le bâtiment sur les corps d'états architecturaux et techniques ainsi que les activités informatiques et audiovisuelles (DEEE).

En 2020, le groupe TF1 a acté la suppression des gobelets en plastique ainsi que celle des bouteilles en plastique aux restaurants d'entreprise et distributeurs de boissons, remplacées

par des canettes métalliques. Cette mesure a été accompagnée de la distribution d'une gourde en verre pour chaque collaborateur, de façon à encourager les efforts de réduction de l'impact carbone. En 2022, les cafétérias des bâtiments de la Tour et de l'Atrium ont réduit l'utilisation de gobelets en carton pour distribuer, dans la mesure du possible, les boissons dans des verres en verre réutilisables.

Par ailleurs, le critère d'intéressement créé en 2020 a été renouvelé en 2021, puis en 2022 et concerne désormais la réduction des déchets industriels banals (voir chapitre 4.1.3.4.2.).

INDICATEUR : QUANTITÉ DE DÉCHETS COLLECTÉS

Site	% couverture CA	Du 01/10/2021 au 30/09/2022	Du 01/10/2020 au 30/09/2021	Du 01/10/2019 au 30/09/2020
Total des déchets industriels banals – Tour/Atrium (<i>en tonnes</i>)	69	121,77	104,75	137,4
Total des déchets – Tour/Atrium (<i>en tonnes</i>)	69	357	375	444
Total des déchets recyclés – Tour/Atrium (<i>en tonnes</i>)	69	231 (65 %)	267 (71 %)	306 (69 %)

On observe une augmentation des Déchets Industriels Banals (DIB) par rapport à l'année précédente, du fait des déménagements liés à l'intégration de nouvelles équipes dans le bâtiment de l'Atrium à Boulogne.

Actions pour une alimentation durable et contre le gaspillage alimentaire

Pour la restauration, TF1 et Bouygues Énergies et Services demandent, par garantie contractuelle avec le prestataire, de privilégier l'achat de proximité, le bio et les légumes de saison, à raison d'un plat complet bio proposé tous les jours. Des actions de réduction du gaspillage alimentaire sont mises en place : grammage contractuel des plats par le prestataire de restauration (Elior), deuxième

portion de pain payante, mise en place au dépose-plateau de corbeilles de récupération de condiments en sachets non utilisés pour leur recyclage et en 2022 de poubelles de tri dans les restaurants d'entreprise et les cafétérias (déchets alimentaires, canettes, papier et autres déchets), de façon à faire prendre conscience aux collaborateurs du gâchis alimentaire éventuel.

4.1.3. Suivi des chantiers de la stratégie climat à horizon 2030

4.1.3.1. Réduction de l'impact environnemental INTERNE — EXTERNE

Dans le cadre de la stratégie climat, le groupe TF1 a défini quatre chantiers prioritaires de réduction de l'impact carbone de ses activités :

- l'écoproduction avec pour objectif la mesure de l'impact carbone des productions et la mise en place d'actions de réduction de l'impact des tournages ;
- la décarbonation des achats avec pour objectif l'introduction de critères environnementaux pour les catégories d'achats prioritaires ;
- le numérique responsable avec pour objectif la mesure de l'impact carbone de ses activités numériques en propre et la mise en place d'actions pour le réduire ;
- la priorisation des modes de transports alternatifs avec pour objectif de réduire l'impact carbone des déplacements professionnels et des trajets domicile-travail.

Ces quatre chantiers viennent compléter la démarche visant à réduire les consommations énergétiques initiée dès 2010 et détaillée au 4.1.3.1.5.

4.1.3.1.1. Écoproduction

Dès 2009, le groupe TF1 s'est impliqué dans l'écoproduction en participant à la création du collectif Ecoprod pour épauler les professionnels du secteur audiovisuel à travers des formations, des fiches pratiques, un calculateur carbone et des études sectorielles.

Depuis fin 2021, le collectif Ecoprod est devenu une association afin de développer ses missions pour engager plus largement le secteur audiovisuel et regroupe à ce jour plus de 200 adhérents. Le groupe TF1, en tant que membre fondateur, y joue toujours un rôle clé en étant représenté aux Conseils d'Administration et aux Assemblées Générales à travers Christelle Leroy, sa Directrice RSE, en tant que titulaire et Stéphanie Coudurier, Directrice du Comité *Green* de Newen Studios, en tant que suppléante.

En 2022, le groupe TF1 s'est engagé dans un contrat climat média auprès de l'ARCOM accessible sur le site dédié du gouvernement (https://webissimo.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/tf1_cle0665c3.pdf) notamment en menant une réflexion commune afin de créer des méthodologies partagées de calcul de l'impact carbone des communications audiovisuelles.

Fin 2022, le groupe TF1 et Newen Studios se sont également engagés à tester à compter de 2023, la grille d'écocritères définis par Ecoprod, en vue de la création d'un label permettant d'évaluer la démarche d'écoproduction mise en œuvre par les producteurs sur les programmes.

Newen Studios

Un engagement historique de Newen Studios en faveur de l'écoproduction

Newen Studios, qui avait initié dès 2017 une démarche d'écoproduction sur l'ensemble du processus de production de la fiction *Plus belle la vie*, a créé, en 2020, le Comité *Green* Newen Studios, pour déployer cette démarche auprès d'un plus grand nombre de productions et baisser ainsi son impact environnemental ainsi que son empreinte carbone.

La gouvernance et la feuille de route du Comité Green Newen Studios

Le Comité *Green* Newen Studios s'est fixé pour objectif de réduire l'impact carbone des productions et des bâtiments du Groupe afin de traduire son ambition d'être l'un des pionniers en la matière, de répondre aux évolutions réglementaires mais aussi aux attentes de ses clients diffuseurs.

Le Comité *Green* Newen Studios s'appuie sur une Directrice et un *carbon manager*, ainsi qu'une dizaine de collaborateurs relais en France qui forment un bureau du Comité et permettent de couvrir tous les périmètres d'activité. Le Comité et son bureau se réunissent sur une base mensuelle avec Romain Bessi, DG de Newen Studios.

Fin 2022, huit « coordinateurs *green* » ont également été nommés dans les filiales à l'international afin de relayer les actions mises en place en France et d'initier des mesures destinées à réduire l'impact carbone des productions. Des initiatives ont notamment déjà été mises en œuvre dans les pays d'Europe du Nord et en Allemagne pour se conformer aux évolutions réglementaires.

Afin de prioriser ses actions et se fixer un objectif de réduction de son empreinte carbone, le Comité *Green* a fait procéder en 2021 à la mesure de l'empreinte carbone des bâtiments et des contenus produits par Newen France et Blue Spirit.

Sur la base du bilan carbone effectué par Workflowers, Newen Studios s'est engagé à réduire sur le périmètre France son impact carbone de :

▼ Les objectifs de réduction de l'impact carbone de Newen Studios



Depuis 2022, son ambition est également de former les collaborateurs du Groupe aux enjeux environnementaux, pour que la réflexion sur les nouveaux projets de contenus prenne davantage en compte la transition écologique.

Les contenus permettant de sensibiliser les téléspectateurs aux questions environnementales sont détaillés au 4.1.3.2.

Pour atteindre ces objectifs, le plan d'action comprend six axes principaux de travail :

- la performance environnementale des bâtiments ;
- la mise en place progressive de la mesure de l'empreinte carbone des productions ;
- le déploiement d'outils et d'indicateurs destinés à collecter les données relatives aux déchets, aux transports et à l'énergie sur les productions ;
- l'optimisation de l'usage du numérique dans les processus de production ;
- la participation aux dialogues interprofessionnels ;
- l'embarquement des équipes.

Les actions majeures menées par Newen Studios en 2022

La performance environnementale des bâtiments

Newen France s'est rapproché du bailleur de leur nouveau siège social à Paris dans lequel les équipes se sont installées en 2022 pour bénéficier d'un immeuble avec une très haute performance énergétique. La certification BREEAM (*Building Research Establishment Environmental Assessment Method*), qui fait référence au niveau international en matière d'évaluation environnementale des bâtiments, est en cours d'obtention.

La société Blue Spirit, spécialisée dans l'animation, s'est installée en 2022 dans un nouveau bâtiment à Angoulême. Demande a été faite auprès de l'architecte afin qu'une démarche environnementale soit prise en compte. 80 % du temps, la production de calories par la forte densité d'ordinateurs, écrans, et collaborateurs est suffisante pour assurer les besoins de chauffage. Il est estimé que 50 % du temps, il est nécessaire de rafraîchir les locaux et non de les chauffer. Le projet est donc énergétiquement pensé en déphasage, c'est-à-dire repousser le moment où les groupes de rafraîchissement sont nécessaires. Ceci repose sur la limitation des surfaces aux sols et des murs « habillés », des doublages, plafonds, et faux plafonds pour conserver aux murs de pierres massives, aux plafonds et aux planchers béton leur capacité à emmagasiner la chaleur produite la journée pour l'évacuer la nuit.

La mesure de l'empreinte carbone des productions

Capa Corporate s'est doté en 2022 d'un calculateur carbone permettant d'établir des indicateurs clés de performane (KPI) de suivi poste par poste de production, destinés à favoriser la prise de décision et prioriser au fur et à mesure les actions de réduction sur les postes les plus émetteurs de GES.

Capa Presse a procédé au test du calculateur carbone mis en place par Ecoprod pour participer à la démarche test de ce nouvel outil, qui sera disponible dans sa version finale en 2023.

Blue Spirit a participé aux discussions relatives à la création d'un calculateur carbone spécifique à l'animation, dans le cadre des travaux initiés par AnimFrance avec Ecoprod. Cet outil est destiné à être accessible en open source et à prendre en compte l'animation 2D, 3D et temps réel.

En parallèle, Blue Spirit a nommé en 2022, dans ses studios d'Angoulême, une personne responsable des méthodologies et de l'amélioration des process de calculs, qui représentent à ce jour la plus grosse part de la consommation énergétique de l'animation. Ces travaux permettront de réduire l'impact carbone des productions.

Le déploiement d'outils et indicateurs destinés à collecter les données relatives aux déchets, aux transports et à l'énergie sur les productions

Le Comité Green Newen Studios était en finalisation de la mise en place d'un reporting continu permettant de mesurer l'empreinte carbone des déchets à titre expérimental sur la production *Plus belle la vie* au moment de l'arrêt de la série. L'objectif est désormais de le déployer sur les fictions quotidiennes produites pour TF1, *Demain nous appartient* puis à terme sur *Ici tout commence*.

En outre, grâce à l'installation de fontaines à eau et à la mise à disposition de verres à tous les étages du siège social de Newen Studios à Paris, 33 000 bouteilles d'eau à usage unique ont été évitées entre mai 2022 (date d'installation) et décembre 2022 soit une réduction de 3,9 tonnes équivalent CO₂ sur la période.

L'optimisation de l'usage du numérique dans les processus de production

Newen Studios a poursuivi les travaux engagés pour optimiser le stockage des données. Une politique de stockage et d'archivage a été mise en place sur l'ensemble des postproductions du Groupe afin d'éviter les stockages inutiles. Les séries quotidiennes feront l'objet d'un traitement spécifique à partir de 2023, notamment sur la conservation des rushes.

En parallèle Newen Studios a conduit une analyse des solutions Cloud et procédé à :

- la mise en place des impressions sécurisées ;
- la mise en veille des ordinateurs au bout de 5 minutes sur batterie et 10 minutes sur secteur ;
- une nouvelle police de caractère utilisant moins d'encre ;
- l'utilisation de Teams pour limiter les mails sur les formulaires IT ;
- l'extinction automatique des serveurs virtuels sur AWS en heures non ouvrables ;
- le recyclage du matériel avec certificat DEEE.

En outre, Newen Studios a renégocié son contrat de location des imprimantes, afin d'allonger la durée d'utilisation de son équipement actuel et éviter le recours à du matériel neuf.

La participation aux dialogues interprofessionnels

Newen France a participé au groupe de travail du CNC visant à mettre en place une méthodologie commune de l'empreinte carbone des productions et à définir l'éco-conditionnalité des aides relatives aux démarches d'écoproduction des œuvres audiovisuelles et cinématographiques bénéficiant du soutien du CNC.

La Directrice du Comité Green Newen Studios siège au Conseil d'Administration d'Ecoprod et participe aux orientations stratégiques de l'association qui regroupe à ce jour plus de 200 adhérents

Newen Studios a aussi pris part aux actions majeures mises en place par Ecoprod en 2022, notamment la refonte du calculateur carbone et les assises de l'écoproduction.

L'embarquement des équipes

Outre son Comité Green, Newen Studios a mis en place en 2022 des actions de formation et de sensibilisation auprès de ses équipes, afin de s'appuyer plus largement sur elles pour baisser son empreinte carbone et prendre en compte la transition écologique dans les contenus.

Près de 180 collaborateurs ont bénéficié d'une sensibilisation aux enjeux de la transition écologique et deux membres du Comité Green ont participé au pilote d'une formation sur l'écoproduction dispensée par Ecoprod, en vue de la proposer plus largement aux collaborateurs de Newen Studios.

Les actions et missions du Comité Green ont également été présentées aux équipes internes à l'occasion d'une soirée d'entreprise. Dans le cadre d'un séminaire destiné aux producteurs à l'international, une intervention sur l'écoproduction a été proposée à l'ensemble des participants pour les sensibiliser à cette démarche.

Les représentants du Comité Green Newen Studios ont effectué un déplacement sur les sites de production de *Demain nous appartient* et *Ici tout commence*, afin de déployer à partir de 2023 sur les deux fictions quotidiennes diffusées sur TF1 une feuille de route de mesures concrètes, détaillées ci-après.

Afin d'accompagner cette démarche et de l'étendre aux différentes équipes de production, Newen Studios a décidé en 2022 de dédier un collaborateur à 100 % à l'écoproduction à compter de début 2023, en lui confiant le rôle de *carbon manager* du Groupe. Il s'agit du premier poste créé en interne au sein d'un groupe de production français.

Les engagements de Newen Studios

La performance environnementale du siège social

En plus de la certification BREEAM, Newen Studios s'engage dans l'obtention du label Biodiversity pour son siège social situé à Paris.

Le premier Comité Environnemental s'est tenu en juin 2022 en présence du propriétaire, d'un représentant du label, des jardiniers de l'immeuble et du Comité *Green*. Il se réunira trois fois dans l'année.

Le but de ce label est d'établir une typologie d'actions pour améliorer la biodiversité et l'usage des espaces extérieurs.

La mesure de l'empreinte carbone des productions

En 2023, Newen Studios disposera d'une actualisation de son bilan carbone mis à jour par la société Workflowers.

Le Groupe procédera à l'intégration du calculateur carbone dans le logiciel de travail utilisé sur les séries quotidiennes (Cinetwork) afin d'améliorer et de fiabiliser la mesure de l'impact carbone des productions.

Capa Entreprises va proposer à ses clients l'usage du calculateur carbone dont la société s'est dotée en 2022.

Blue Spirit s'est également engagé à utiliser le calculateur carbone créé par AnimFrance en collaboration avec Ecoprod lorsqu'il sera effectif.

Un chantier ambitieux de limitation des émissions carbone sera engagé en 2023 sur les séries quotidiennes produites par Newen Studios pour TF1.

Faisant suite à l'expérience mise en place sur *Plus belle la vie*, des mesures seront déployées à compter du 1^{er} janvier 2023 au sein des plateaux, bureaux, postproduction et ateliers de *Demain nous appartient* sur trois grandes thématiques (déchets, transports, et énergie). Les mesures impacteront notamment la restauration, la régie, les déplacements et l'usage des imprimantes sur les sites de production.

Un deuxième chantier de mesures sera également mené en 2023 sur la série quotidienne *Ici tout commence* intégrant notamment la désignation d'un responsable écoproduction par secteur d'activité, la réalisation d'un bilan carbone *via* le calculateur d'Ecoprod, suivi d'une analyse des leviers de réduction, une réflexion sur la fourniture en électricité ainsi que des actions sur la restauration, la régie, l'impression et le tri des déchets.

L'optimisation de l'usage du numérique dans les processus de production

Dans la poursuite de la politique de stockage applicable à compter du 1^{er} janvier 2023 sur les programmes, Newen Studios va s'attacher à mener une réflexion sur les programmes déjà stockés et sur la durée de stockage des rushes des séries quotidiennes.

La participation aux dialogues interprofessionnels

Dans le cadre des Assises de l'écoproduction, Newen Studios s'est engagé à tester en 2023 la grille d'écocritères défini par Ecoprod fin 2022 et dont l'objectif est à terme de définir les modalités d'obtention d'un label Ecoprod.

Newen Studios a également accepté de participer en 2023 à une étude menée par le CNC sur le diagnostic environnemental des studios de tournage en France. Les studios du Groupe répondant aux critères arrêtés par le CNC, ils bénéficieront d'un diagnostic environnemental complet :

- audit énergétique qui permettra, à partir d'une analyse détaillée des données des bâtiments, de leurs équipements et des espaces extérieurs de tournage, de dresser un bilan chiffré de la consommation énergétique des studios étudiés ;
- gestion des déchets, pour dresser un bilan détaillé des problématiques liées à la production et à la gestion des déchets dans les établissements considérés ;
- bilan des émissions de gaz à effet de serre, afin de donner aux opérateurs des studios de tournage une idée précise de leur empreinte carbone ;
- mobilités, seul poste du scope 3 étudié par le prestataire concernant les autres émissions de GES indirectement produites par les activités des studios.

Ce diagnostic permettra à Newen Studios :

- d'identifier des pistes pour améliorer l'empreinte carbone de son activité, réduire les déchets et mieux les traiter ;
- de contribuer à établir des recommandations pour l'ensemble de la filière tournage.

L'embarquement des équipes



En 2023, le *carbon manager* du Groupe a pour mission de rédiger et diffuser une Charte d'Écoproduction sur chacun des genres produits par le Groupe (fictions, documentaires, flux, animation, films corporate...), permettant de prendre en compte des critères environnementaux dès les prémices d'un projet ou d'un programme.

Newen Studios entend renforcer la prise en compte par ses équipes des enjeux environnementaux en se fixant un objectif de former ou sensibiliser 50 % des salariés d'ici fin 2023. Il pourra s'agir de formations spécifiques à l'écoproduction et/ou à l'utilisation du calculateur carbone, ou destinées à nourrir la réflexion sur l'intégration des thématiques de la transition écologique dans les contenus produits par le Groupe. Sont également envisagées des formations plus génériques sur les enjeux environnementaux, pour une meilleure prise en compte de l'impact de la crise climatique par chaque collaborateur et pour l'inciter à agir dans sa sphère d'influence.

Dès janvier 2023, les producteurs situés à l'international bénéficieront eux aussi d'une conférence, en anglais, animée par Imagine 2050, sur les enjeux de la transition écologique et de son traitement dans les contenus avec des exemples de programmes abordant ces thématiques.

Groupe TF1 hors Newen Studios

Actions majeures en 2022

Le groupe TF1 a poursuivi son action en matière d'écoproduction en impliquant ses structures de production internes (TF1 Factory, TF1 Production et la Direction de l'Information) en mettant notamment l'accent sur la formation de ses équipes aux enjeux de la transition écologique, conformément aux dispositions prévues dans le contrat climat média déposé auprès de l'ARCOM et accessible *via* ce lien : https://webissimo.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/tf1_cle0665c3.pdf.

Les actions majeures de 2022 s'articulent autour des quatre axes suivants :

- la mesure de l'empreinte carbone des productions ;
- la participation aux dialogues interprofessionnels ;
- la sensibilisation des producteurs ;
- l'embarquement des équipes.

La mesure de l'empreinte carbone des productions

Les filiales de production internes TF1 Production et TF1 Factory ont participé aux côtés de Newen Studios et de la Direction RSE du groupe TF1 aux travaux conduits par Ecoprod sur la refonte du calculateur carbone « Carbon'Clap » afin que celui-ci corresponde au mieux aux attentes et aux contraintes des productions.

En parallèle, la Direction de l'Innovation de TF1 a accéléré en 2022 les deux *start-ups* suivantes :

- Workflowers, qui propose de la formation et du conseil à l'industrie des médias, *via* le développement d'outils numériques destinés à suivre et à accélérer les stratégies de réduction de l'impact carbone du secteur ;
- DK, dont l'objectif à terme est la création d'un outil de mesure de l'impact carbone des campagnes publicitaires TV (on et off line) et qui a intégré le groupe de travail du SNPTV afin d'harmoniser les mesures d'empreinte carbone des campagnes publicitaires.

Ces deux sociétés ont respectivement bénéficié du soutien et de l'expertise de Newen Studios et TF1 Pub.

La participation aux dialogues interprofessionnels

Ecoprod

Créé en 2009 par l'Ademe, Audiens, la Commission du film d'Île-de-France, DIRECCTE IDF, France Télévisions et le groupe TF1, avec pour ambition de faire avancer et de fédérer tous les acteurs du secteur en les engageant dans des pratiques environnementales vertueuses, le collectif Ecoprod s'est transformé en association fin 2021.

Des élections ont eu lieu en 2022 pour élire les représentants du Conseil d'Administration qui regroupe à ce jour les principaux diffuseurs et producteurs français.

Christelle Leroy, Directrice RSE du groupe TF1 et Stéphanie Coudurier, Directrice du Comité *Green* de Newen Studios sont les représentantes du groupe TF1 aux Conseils d'Administration et Assemblées Générales.

L'année 2022 a été marquée pour Ecoprod par :

- l'accroissement significatif du nombre d'adhérents à l'association, qui compte plus de 200 membres à ce jour ;
- l'enrichissement des outils mis à disposition par Ecoprod et l'accroissement de leur usage ;
- l'élargissement de l'offre de formation proposée par Ecoprod ;
- la création du prix Ecoprod au festival de Cannes destiné à récompenser des films écoproduits ;
- la refonte du calculateur carbone « Carbon'Clap » ;

- la définition d'une grille d'éco-critères destinés à évaluer l'impact environnemental des productions et à définir les conditions d'obtention d'un label Ecoprod ;
- l'organisation des premières assises de l'écoproduction, qui ont réuni durant une journée 350 acteurs majeurs du secteur.

Le CNC (Centre national de la cinématographie)

Le plan Action ! du CNC annoncé en 2021, qui s'écoule sur trois ans, a pour vocation d'accompagner le secteur du cinéma, de l'audiovisuel et de l'image animée dans sa transformation écologique et énergétique. Il s'articule autour des quatre grandes thématiques suivantes : les moyens techniques ; la mobilité ; l'approvisionnement et la gestion des déchets ; les enjeux numériques.

Le groupe TF1 et Newen France, ont participé, aux côtés d'autres diffuseurs, au groupe de travail initié en 2021 par le CNC pour définir une méthodologie commune destinée à mesurer l'impact carbone des contenus. Ce groupe de travail a conduit à la rédaction en 2022 d'un protocole d'homologation des outils de calcul de l'empreinte carbone des œuvres audiovisuelles et cinématographiques.

En parallèle, le CNC a annoncé sa politique d'éco-conditionnalité de ses aides :

- À partir du 31 mars 2023, toutes les nouvelles demandes d'aide du CNC feront l'objet d'un bilan prévisionnel et d'un bilan définitif de l'empreinte carbone engendrée par la production de l'œuvre, réalisés à partir d'outils homologués par le CNC ;
- À compter du 1^{er} janvier 2024, toutes les nouvelles demandes d'aide du CNC seront conditionnées à la remise d'un bilan prévisionnel et d'un bilan définitif de l'empreinte carbone de la production de l'œuvre, ainsi qu'à l'affichage du bilan carbone définitif au générique de fin.

Le médiaClub'green

Christophe Sommet, en tant que Directeur du pôle Thématiques du groupe TF1, et Serge Ladron de Guevara, *carbon manager* chez Newen Studios, sont membres du Conseil d'Administration du médiaClub'green, association présidée par le producteur Julien Tricard et qui contribue à accélérer la transition environnementale du secteur audiovisuel. Elle agit à travers l'axe éditorial, pour une meilleure prise en compte des enjeux écologiques dans l'écriture et la diffusion des contenus, et propose des solutions existantes pour des pratiques éco responsables. Le médiaClub'green a défendu neuf propositions pour répondre aux enjeux écologiques du secteur audiovisuel, publiées dans le Livre blanc de l'audiovisuel à l'initiative du Festival TV de Luchon 2022.

La sensibilisation des producteurs

Le groupe TF1 poursuit son action pour encourager les producteurs externes à écoproduire les programmes diffusés par les chaînes du groupe TF1.

Outre *En terre ferme* et *Clem*, qui ont historiquement mis en place une démarche d'écoproduction, le documentaire *Les Incorrectes* produit pour Histoire TV par Julien Tricard de Lucien TV a mis en place une démarche innovante pour ce film nécessitant de tourner dans sept lieux de tournage répartis dans cinq pays à travers le monde. Afin d'éviter l'impact environnemental qu'aurait impliqué les vols internationaux, la production a eu recours dans chacun de sept lieux de tournage à des équipes locales, qui se sont engagées à suivre la Charte technique établie par Lucien TV. Ces choix ont permis de réduire de 78 % l'impact carbone de la production, qui a été mesuré grâce à l'outil Seco2 de la société Secoya éco-tournage.



L'embarquement des équipes

L'ensemble des équipes de TF1 Factory a bénéficié en 2022 d'une journée et demi de formation aux enjeux de la transition écologique avec le cabinet « Des enjeux et des hommes » et ses équipes de production ont suivi une journée supplémentaire de formation dédiée à l'écoproduction, dispensée par Ecoprod, aux côtés des équipes de TF1 Production et de la Direction de l'Information.

En outre, la Direction de TF1 Production a proposé en 2022 à ses équipes de participer à des Fresques du climat. Au total, 22 collaborateurs ont été sensibilisés aux enjeux climatiques *via* cet atelier, et l'objectif est de continuer ce déploiement pour atteindre l'objectif de 50 % de l'ensemble des équipes de TF1 Production sensibilisées aux enjeux environnementaux à fin 2023.

Focus sur les actions de TF1 Factory

En outre, TF1 Factory a mis en place une Charte de la Production écoresponsable applicable sur les bureaux de production, la régie générale, le *catering*, la lumière et les moyens techniques, la décoration et le HMC (Habillage, Maquillage, Coiffure) avec les actions phares suivantes :

- une politique de déplacement privilégiant l'usage du train plutôt que de l'avion et l'hébergement dans des hôtels labellisés écoresponsables ;
- des offres de *catering* avec des produits de saison, la limitation de la viande et du poisson, des repas végétariens sur les tournages plus de deux jours et une machine à café en grains à la place de capsules ;
- l'utilisation d'une solution de transfert de fichier écoconçue Filevert, dont la caractéristique est de stocker les données de manière éphémère pour limiter la consommation énergétique dans les *data centers* ;
- la création d'un lieu de stockage de décors pour permettre la réutilisation d'éléments sur les tournages suivants.

Engagements du groupe TF1 hors Newen Studios

Le groupe TF1 va poursuivre son soutien à Ecoprod et diffuser plus largement auprès des producteurs externes, les attentes du Groupe en matière d'écoproduction, notamment *via* une clause dans les futurs contrats d'achats de droits audiovisuels, ou un courrier circulaire pour les contrats en vigueur.

En interne, le groupe TF1 va inciter ses productions à effectuer un bilan carbone afin d'affiner le calcul de l'empreinte carbone des programmes que le Groupe produit et diffuse et de mettre en place des leviers d'actions de réduction pertinents.

TF1 Production bénéficiera en 2023 d'un accompagnement par la société Workflowers destiné à mesurer les émissions de gaz à effet de serre de ses programmes et à définir une stratégie de réduction de sa consommation d'énergie et de son impact carbone.

En 2023, TF1 Production s'est engagé à former / sensibiliser 50% de ses équipes permanentes à la transition écologique notamment à l'écoproduction.

Par ailleurs, la formation sur l'écoproduction dispensée par Ecoprod sera déployée plus largement auprès de l'ensemble des équipes de production du groupe TF1.



4.1.3.1.2. Mobilité

Le groupe TF1 a déployé de nombreuses actions de réduction de l'impact carbone des déplacements des collaborateurs, dont un plan de déplacement d'entreprise depuis 2010 et un accord sur le télétravail depuis 2018.

Diverses mesures sont mises en place dans le parc des voitures de fonction et de reportage de TF1, de façon à réduire les émissions de ce poste. Depuis 2021, les nouvelles commandes sont sujettes à des plafonnements à 130 g de CO₂ émis par km pour les modèles essence, et les modèles diesel ne sont plus autorisés. Pour inciter les collaborateurs au choix d'un véhicule plus propre ou dégageant un minimum de CO₂, une majoration leur est accordée sur leur droit véhicule si celui-ci est hybride ou électrique.

Au 31 décembre 2022, 79 % des véhicules du parc du groupe TF1 sont hybrides ou électriques.

Le groupe TF1 a pour objectif d'avoir un parc de véhicules de reportage composé à 100 % de voitures hybrides ou électriques d'ici au premier semestre 2023, et un parc de véhicules de fonction composé à 100 % de voitures hybrides ou électriques d'ici à fin 2024.

Par ailleurs, depuis juin 2021, les collaborateurs ayant la possibilité de profiter d'un véhicule de fonction ont accès à un crédit mobilité. Il permet à ces collaborateurs de bénéficier d'un crédit pour financer des moyens de déplacements alternatifs s'ils renoncent à leur véhicule de fonction.

De plus, l'entreprise met à la disposition de l'ensemble des collaborateurs six véhicules électriques type citadines et un service de partage de vélos à assistance électrique pour leurs déplacements professionnels, ainsi que des places de parking dédiées pour les véhicules électriques.

En 2022, plus de 100 prises de chargement électriques ont été ajoutées dans le parking du site de la Tour TF1.

Depuis 2020 les collaborateurs du groupe TF1 ont accès *via* la plateforme Becyclez à de nombreux avantages pour l'achat d'un nouveau vélo urbain de qualité.

De plus, en juillet 2021, le groupe TF1 a déployé le Forfait Mobilité Durable pour inciter ses collaborateurs à utiliser des moyens de transports moins polluants pour leurs trajets domicile travail (vélo, autopartage, trottinette, etc.) et propose désormais aux collaborateurs intéressés de choisir entre trois options :

- le remboursement du Pass Navigo à 80 % ;

- le remboursement du Pass Navigo à 60 % et un budget de 240 euros pour la prise en charge de frais réels engagés de mobilités durables ;
- un budget de 400 euros pour la prise en charge de frais réels engagés de mobilités durables.

En 2022, près de 170 collaborateurs ont profité du Forfait Mobilité Durable .

Par ailleurs, Newen Studios a déployé en 2021 la subvention pour l'achat d'un vélo électrique et a la volonté de mettre en place un Forfait Mobilité Durable en 2023.

4.1.3.1.3. Numérique responsable

Initiatives du groupe TF1

Rénovation des data centers

Le groupe TF1 a construit deux nouveaux *data centers* qui seront pleinement opérationnels en 2024, et viendront progressivement remplacer les actuelles salles techniques dédiées à la production et diffusion audiovisuelle du Groupe, avec l'objectif de renouveler les installations actuelles par des équipements nouvelle génération moins énergivores et de réduire leur encombrement. Le déploiement de technologies de climatisation innovantes est un des points importants : récupération de la chaleur pour chauffer le bâtiment et système de *free cooling*. Ces corridors froids permettent une efficacité plus importante en termes de traitement du refroidissement des équipements. La mesure de chacune des lignes électriques de chaque baie est centralisée sur un tableau de bord pour un meilleur pilotage de la consommation.

Mesure de l'impact carbone des sites internet du groupe TF1

En 2021, les équipes Digital et Innovation du groupe TF1, accompagnées par le cabinet Axionable, avaient précisé la mesure de l'impact carbone des sites Internet MYTF1, TF1Info.fr et TFOUMAX. Ce calcul avait pris en compte le stockage, la diffusion et la visualisation des contenus hébergés sur les sites du Groupe (y compris l'utilisation et la fin de vie des appareils utilisés pour le visionnage de ces contenus). Par la suite, des leviers d'actions ont été identifiés, et les initiatives suivantes ont été développées en 2021 et 2022 :

- l'optimisation de la résolution des images, et notamment la baisse de la résolution des vignettes des programmes ;
- la limitation de l'utilisation des vidéos situées en arrière-plan sur les pages programmes aux seuls programmes actuellement à l'antenne ;
- la purge des données et fichiers vidéo obsolètes ;
- l'optimisation du stockage dans les infrastructures techniques (diminution de la taille des infrastructures et suppression des veilles, migration vers le *cloud*) ;
- l'optimisation des flux vidéo ;
- l'optimisation des requêtes pour les applications ;
- la limite de la poursuite de lecture ;
- l'extinction des environnements de pré-production AWS la nuit.

D'autres leviers ont été identifiés et pourront être développés à l'avenir, comme l'incitation à l'utilisation d'un réseau Wifi plutôt que de la 4G par les consommateurs, l'utilisation d'un *pop-up* de confirmation de présence (pour arrêt de la poursuite automatique de lecture), l'optimisation de la diffusion vidéo, ou l'utilisation de Sonar pour alléger les applications.

Impact environnemental du montage vidéo à la MediaFactory

En 2021, la MediaFactory, a souhaité rationaliser et moderniser les salles de montage et de contrôle qualité, avec l'ambition d'offrir aux collaborateurs des espaces mieux adaptés à leurs missions en termes d'ergonomie, d'accessibilité et de confort.

Cette démarche a donné lieu à un regroupement de l'activité MediaFactory avec notamment la construction de 10 salles « MediaRoom » en lieu et place des 24 salles de montage et de contrôle qualité d'origine, ce qui limite à 130 m² l'emprise de cette activité versus 300 m² pour l'ensemble des 24 salles d'exploitation. Cela entraîne également une baisse des consommations électriques liées à la gestion du froid, aux lumières et au réseau ainsi qu'une meilleure gestion des matériels.

Pour faire face à d'éventuels surcroûts d'activité, le groupe TF1 a par ailleurs cherché des solutions pour produire des montages sans matériel ni espace à demeure. Ainsi, en 2022, la MediaFactory a débuté un travail de mesure sur l'impact carbone d'une journée de montage de 8 heures pour une heure de contenus vidéos HD.

L'enjeu est de réaliser une analyse sur les scopes 1, 2 et 3 des installations MediaRoom (accessibles dans les locaux de la Tour TF1 à Boulogne), de les comparer aux mesures théoriques produites par les constructeurs et éclairées par les analyses scientifiques documentées. De plus, la MediaFactory a souhaité réaliser le même exercice avec la solution « à façon » développée par la *start-up* « Flaneer » (*Cloud Native AWS*) dans les cas de figure d'un cloud computing fait à Paris (avec une énergie décarbonée) vs fait à Dublin (avec une énergie issue de l'exploitation du charbon).

La démarche a été présentée à l'équipe de monteurs et des mesures de consommations ont été réalisées pour une des MediaRoom pendant plusieurs jours. Avec ce dispositif ont ainsi pu être corrélés le travail précis de montage et la consommation en électricité, et un indicateur a pu être déterminé pour huit heures de montage avec Adobe Premiere et AE (Adobe After Effects). De manière combinatoire, les mêmes mesures ont été réalisées avec la solution « Flaneer ».

Désormais, un travail de fiabilisation des données est nécessaire pour pouvoir proposer ensuite une synthèse de la méthode employée (Base ACV de l'ADEME) et des résultats obtenus aux collaborateurs concernés afin qu'ils puissent être réutilisés par les autres entités du groupe qui réalisent des montages (Newen Studios, TF1 Prod, NewsFactory, etc.).

Implication des collaborateurs de la Direction des Technologies

En novembre 2022, un groupe de travail Numérique Responsable a été créé au sein de la Direction des Technologies afin d'identifier, d'amplifier et de dupliquer les bonnes pratiques. Parmi celles-ci, on retrouve le suivi du volume de stockage, la prise en compte du critère environnemental dans le cadre des appels d'offres, des projets et des usages. Ainsi, des indicateurs de suivi des émissions liées au stockage chez les fournisseurs importants que sont Microsoft et Amazon Cloud ont été mis en place.

Par ailleurs, cinq équipes ont été sensibilisées par le référent *Green IT* à la démarche Numérique responsable du Groupe, avec pour but d'initier puis de valoriser les engagements d'actions au sein des équipes. En 2022, deux équipes de la Direction des Technologies ont également participé à des ateliers Fresque du numérique. De plus, des formations à destination des développeurs ont été mises à disposition par AWS pour inciter à l'optimisation du codage.



Initiatives collectives

Planet Tech'Care

Le groupe TF1 est signataire du manifeste Planet Tech'Care, initiative de l'organisation professionnelle Syntec Numérique lancée en 2020 sous l'impulsion du Conseil national numérique, qui a pour objectif d'accompagner les entreprises pour prendre en compte l'impact du numérique dans leur stratégie environnementale, à travers la mise à disposition d'outils pédagogiques et d'un programme de formations. En tant que signataire, le groupe TF1 s'est engagé à mesurer l'empreinte carbone de ses produits et services numériques, puis à identifier et mettre en œuvre des actions concrètes pour réduire cet impact, notamment pour prolonger la durée de vie des produits et services numériques. Les collaborateurs concernés par ces démarches sont invités depuis 2020 à participer aux ateliers proposés par Planet Tech'Care. De plus, le Groupe s'engage également à sensibiliser les parties prenantes afin que l'ensemble des acteurs de l'écosystème numérique soient en mesure de contribuer à réduire leurs impacts sur leurs périmètres de responsabilité.

Comité Green IT Bouygues

Un Comité Green IT Bouygues, dans lequel un référent TF1 siège, se réunit trois à quatre fois par an pour échanger sur les initiatives et bonnes pratiques développées au sein des métiers, et mesurer l'impact du numérique au niveau du groupe Bouygues.

4.1.3.1.4. Décarbonation des achats

Les achats de biens et de services (hors achats de programmes) représentant un impact majeur dans le bilan carbone du groupe TF1, l'objectif final de ce chantier est d'introduire des critères environnementaux dans les familles d'achats prioritaires, et d'identifier des leviers de réduction de l'impact carbone des achats du Groupe. Des critères environnementaux étaient auparavant déjà pris en compte dans la sélection des produits achetés par la Direction des Technologies, comme par exemple les consommations énergétiques des équipements, voire du système dans lequel ils sont intégrés.

En 2022, la Direction des Achats Centralisés (DAC) du Groupe a été accompagnée par le cabinet BuyYourWay dans une mission de décarbonation des achats, avec pour objectifs :

- l'identification de familles prioritaires d'achats pour la décarbonation ;
- l'identification des critères environnementaux à prendre en compte dans les achats ;
- la mise en place de l'accompagnement des fournisseurs et du suivi de leurs démarches de réduction de leur impact environnemental.

Huit familles d'achats ont ainsi été identifiées comme prioritaires :



Elles feront l'objet d'une trajectoire de décarbonation, à l'aide des outils de suivi d'impact (voir 4.3.2.2).

Dans la continuité de cette mission et de la Convention Fournisseurs qui a eu lieu en mars dernier, la Direction des Achats Centralisés a déployé à l'automne 2022 un dispositif ambitieux d'engagement des fournisseurs de ces familles d'achats. Cette première étape de l'accompagnement des fournisseurs dans leurs démarches de décarbonation consiste à évaluer leur maturité dans la mesure de

leur propre impact carbone et, dans la mesure du possible, d'obtenir des données chiffrées sur les émissions de gaz à effet de serre liées aux biens ou services qu'ils fournissent au groupe TF1. Le but de cette collecte est de pouvoir intégrer les données transmises dans les futurs Bilans Carbone® du Groupe, de manière à affiner le calcul de l'impact carbone des achats (hors achats de programmes) et à s'affranchir petit à petit des données monétaires utilisées jusqu'alors pour ce calcul.

Par ailleurs, la mission s'est accompagnée d'une formation de l'ensemble de l'équipe des acheteurs de la DAC, afin que ceux-ci montent en compétence sur les enjeux d'impact environnemental des achats et intègrent l'évaluation RSE des fournisseurs dans leur processus achats.

4.1.3.1.5. Autres chantiers de réduction de l'impact environnemental

Consommations électriques et démarche ISO 50001

La baisse des consommations électriques initiée depuis 2010 se poursuit en 2022 sur le périmètre de TMC à Monaco, avec - 19 % entre 2022 et 2021, grâce, entre autres, à l'automatisation de certains systèmes comme les pompes à chaleur et la gestion rigoureuse des éclairages.

ISO 50001

Dans le cadre de la certification ISO 50001, le groupe TF1 ⁽¹⁾ avait initialement défini en 2018 un objectif de réduction des consommations énergétiques de 25 à 30 % d'ici 2025 (par rapport à l'année de référence 2011).

Cet objectif ayant été atteint, un nouvel objectif a été retenu lors du renouvellement de la certification ISO 50001 en décembre 2021 : désormais, le Groupe vise une baisse des consommations de 35 % d'ici 2025, par rapport à 2011.

La certification ISO 50001 ⁽²⁾ de TF1 est valide jusqu'en juillet 2024 et vient confirmer la conformité et la pertinence du plan de réduction mis en œuvre ainsi que des cibles et objectifs identifiés. Le Comité de Coordination mis en place autour de la certification anime les plans d'actions menés à la fois dans la gestion des bâtiments avec les prestataires, et dans les processus de fabrication (studios, diffusion, reportage). L'ISO 50001 prend également la forme chez TF1 de nombreuses communications internes et externes, de différentes sessions de sensibilisation, et plus généralement d'une animation transverse qui implique les collaborateurs ainsi que de nombreuses Directions du Groupe.

Plan de sobriété énergétique

Pour faire suite aux recommandations gouvernementales, le groupe TF1 a décidé de mettre en œuvre, à l'automne 2022, un plan de sobriété énergétique permettant de répondre à l'objectif fixé par le gouvernement de réduction de 10 % des consommations énergétiques entre 2019 et 2024. Différentes mesures additionnelles à celles déjà déployées ont été identifiées pour les bâtiments de la Tour et de l'Atrium et partagées avec les collaborateurs, parmi lesquelles :

- la réduction de la température de chauffage en hiver et de climatisation en été ;
- l'extinction sur des périodes spécifiques des ballons d'eau chaude, et la baisse de la température de l'eau ;
- l'extinction de l'éclairage du logo de la Tour TF1 de 22 heures à 7 heures ;
- le remplacement des équipements de climatisation, chauffage et ventilation obsolètes ;
- la peinture en blanc de la toiture des studios ;
- et l'étude d'un projet d'installation de panneaux solaires.

Par ailleurs, des mesures encore plus rigoureuses ont été planifiées en cas d'alerte EcoWatt rouge, comme l'arrêt du rechargement des véhicules dans les parkings, l'extinction des ballons d'eau chaude ou l'extinction totale de l'éclairage du logo de la Tour TF1.

Réduction des consommations énergétiques à La Seine Musicale

La gestion automatique et le contrôle informatisé à distance des lumières et des températures permet une meilleure régulation et une bonne maîtrise des consommations des fluides à la Seine Musicale, notamment *via* la régulation de la température dans le bâtiment à 19 degrés en hiver et à 28 degrés en été.

Par ailleurs, l'énergie consommée par l'écran géant de la Seine Musicale a baissé de 25 % entre 2019 et 2022, suite à la réduction des horaires d'allumage.

Recours aux énergies renouvelables

Pour la haute tension, TF1 a renouvelé en 2021 pour application de 2022 à 2024 un contrat avec EDF avec une option « énergie renouvelable » qui engage EDF à injecter sur le réseau électrique un volume d'électricité d'origine renouvelable correspondant à la consommation des sites Tour et Atrium, objet du contrat.

TF1 a également renouvelé, pour la basse tension, le contrat avec le fournisseur Enercoop pour les années 2022 à 2024. Ce contrat fournit exclusivement de l'électricité verte et couvre 100 % de l'alimentation en basse tension à l'aile sud et pour les parkings du siège de la Tour à Boulogne-Billancourt.

100 % des consommations électriques de la Tour et l'Atrium sont donc d'origine renouvelable.

Par ailleurs, une voile photovoltaïque de 1000m² recouvre l'Auditorium Patrick Devedjian de la Seine Musicale et se déplace sur des rails en fonction de la courbe du soleil. Ce geste architectural a une double vertu : d'une part, être un obstacle au rayonnement solaire et d'autre part, participer à la production d'électricité. Ainsi, plus de 50 000 kW ont été produits depuis sa création, alimentant le bâtiment à hauteur de 5 à 8 % de sa consommation électrique et contribuant de fait à la réduction de la consommation électrique de La Seine Musicale.

Biodiversité

Comme évoqué précédemment, la nature des activités du Groupe dans les sièges sociaux ne fait pas courir de risques directs à la biodiversité. L'activité du Groupe a cependant des impacts indirects sur la biodiversité, notamment à travers l'exploitation des ressources nécessaires à la fabrication des équipements informatiques utilisés par l'ensemble des collaborateurs et par les publics qui consomment les programmes produits, édités et diffusés par le groupe TF1. De plus, comme toute entreprise, le groupe TF1 profite des services écosystémiques de la nature, particulièrement des services culturels apportés par la biodiversité, et dont certaines chaînes du Groupe, comme Ushuaïa TV, sont très dépendantes.

C'est pourquoi le groupe TF1 s'est engagé dans la démarche « Entreprises engagées pour la nature – Act4Nature France » initiée par le ministère de la Transition écologique et solidaire et portée par l'Office français de la biodiversité en décembre 2020, avec la signature par le PDG du Groupe des 10 engagements communs.

(1) La certification ISO 50001 porte sur le bâtiment de la Tour TF1 seulement.

(2) Version ISO 50001.2018.



Après validation de son dossier par Act4Nature France, le groupe TF1 est donc désormais « Entreprise engagée pour la nature ». Ses engagements portent sur son pouvoir d'influence en tant que groupe média, à travers sa plateforme de référence sur les sujets environnementaux : Ushuaïa TV. **De 2022 à 2024, le groupe TF1 s'engage donc, à travers la chaîne Ushuaïa TV :**

- **à diffuser un cycle, composé de 10 programmes minimum sur une période de quatre semaines, ayant pour thématique principale la biodiversité ;**
- **à s'associer à un événement B2B/B2C par an concernant la biodiversité.**

Par ces actions, le Groupe entend renforcer la sensibilisation des publics à ces enjeux, amplifier les messages portés par les acteurs de la protection de la biodiversité et mettre en avant des initiatives positives.

En 2022, la chaîne Ushuaïa TV a diffusé environ 2 800 heures de contenus sur des thématiques liées à la biodiversité, comme la vie sauvage ou la protection de la faune et de la flore, soit à peu près un tiers des programmes de la grille. Parmi ces contenus, on retrouve des programmes phares, comme *La Fabrique des pandémies* de Marie-Monique Robin, *Delphinariums : Game over ?* avec Guillaume Meurice, ou encore *Les Combattantes de la forêt* de Pascal Sarragot. La chaîne a également dédié certains mois de l'année à des thématiques principalement liées à la biodiversité, notamment le mois des prédateurs en danger en février, le mois des oiseaux en avril et le mois des océans en juin. Par ailleurs, en novembre 2022, Ushuaïa TV a été partenaire de l'Université de la Terre à l'Unesco.

De plus, à l'occasion de la Journée internationale dédiée à la biodiversité, TMC a souhaité sensibiliser le public à l'urgence

climatique en proposant les 20 et 22 mai une programmation exceptionnelle de films documentaires et magazines, présentés par la journaliste Fanny Agostini, avec notamment *En terre ferme* de Cyril Dion, et *La Fabrique des pandémies* de Marie-Monique Robin.

La protection de la biodiversité est également un des thèmes abordés lors des formations à l'écoproduction auprès de ceux qui réalisent des tournages en extérieur.

Par ailleurs, le jardin de La Seine Musicale est labellisé « Refuge LPO » (Ligue pour la protection des oiseaux), un agrément accordé dans le cadre d'une démarche de valorisation de la nature pour un terrain où la faune et la flore sauvages sont protégées selon les principes de la Charte des Refuges. Le Refuge LPO de La Seine Musicale possède ainsi les conditions propices à l'installation de la faune et de la flore sauvages et réduit l'impact négatif du site sur la biodiversité.

Carbone évité

Pour compléter la vision globale de l'impact climatique des produits et services vendus par le groupe TF1, la Direction RSE du Groupe a été sensibilisée par Carbone 4 au bénéfice des émissions évitées et a participé avec les autres filiales du groupe Bouygues à des cas d'étude qui ont donné lieu à la rédaction d'un guide méthodologique listant les bénéfices potentiels consécutifs aux émissions de carbone évitées pour les clients.

Le cas d'étude du groupe TF1 reposait sur l'offre de restauration et le déplacement des spectateurs de la Seine Musicale, et a mené à une évolution des pratiques et des recommandations de la salle de spectacle.

4.1.3.2. Contenus en lien avec la transition écologique

4.1.3.2.1. Contenus audiovisuels et digitaux en lien avec la transition écologique **CONTENUS**

Conscient de sa responsabilité concernant la sensibilisation du grand public aux enjeux de la transition écologique, le groupe TF1 a depuis l'annonce de sa stratégie climat en 2020 progressivement enrichi son offre de contenus et s'appuie depuis 2021 sur le renforcement de la pédagogie en interne avec pour objectifs :

- d'accorder une plus large place aux causes et conséquences du réchauffement climatique dans les sujets traités dans ses grands rendez-vous d'information ;
- d'enrichir son offre de programmes en lien avec la transition écologique ;
- de mettre en avant des modes de vie plus respectueux de l'environnement dans l'ensemble de ses contenus.

Étude sur le rapport des Français à l'environnement

Pour définir ses actions prioritaires, conforter les orientations stratégiques prises sur le plan éditorial et nourrir sa réflexion, le groupe TF1 a commandé au cours de l'été 2022 auprès de Sociovision (groupe Ifop) une étude d'envergure sur le rapport des Français à l'environnement qui met notamment en lumière que les Français attendent des médias des contenus simples, pédagogiques et lucides sur les sujets environnementaux.

Contrat climat média en lien avec les contenus et l'information

En outre, le groupe TF1 a pris auprès de l'ARCOM, dans le cadre du contrat climat média déposé le 30 juin 2022, les engagements volontaires suivants concernant ses contenus et son offre d'information :

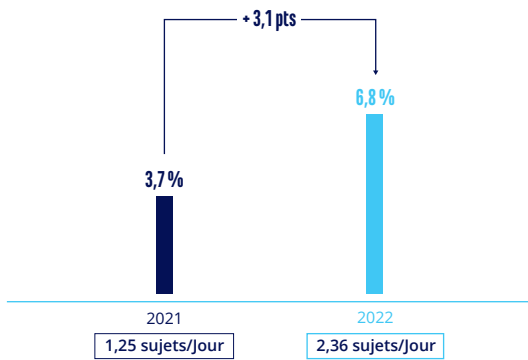
Engagement	Indicateur
Traiter dans les programmes (magazines, journaux, documentaires, divertissements, jeux, fictions etc.), dans la mesure du possible et lorsque cela est compatible avec leur ligne éditoriale, des thématiques liées à l'environnement, à sa protection et à la lutte contre le dérèglement climatique.	Liste des programmes avec horaires de diffusion et thématique principale
Faire ses meilleurs efforts, dans la mesure où la ligne éditoriale s'y prête, pour inviter régulièrement des expert(e)s de l'environnement, en particulier dans les émissions de plateau.	Liste des programmes avec horaires de diffusion, nombre d'experts et type d'experts
Favoriser la diffusion de solutions écoresponsables dans ses émissions, dans la mesure du possible et lorsque cela est compatible avec leur ligne éditoriale, en diffusant des représentations de pratiques favorables à la protection de l'environnement et à la lutte contre le dérèglement climatique.	Bilan des solutions écoresponsables proposées dans les contenus émissions.

Information (TF1, LCI et TF1 Info)

La Direction de l'Information du groupe TF1, qui avait désigné en 2021 une Directrice adjointe de l'Information en charge de la médiation et de la RSE, poursuit et renforce sa mobilisation à destination du grand public sur les sujets de transition écologique.

2022 marque un tournant dans la prise en compte des thématiques environnementales dans l'information. Le nombre de sujets consacrés à la transition écologique a augmenté significativement dans les éditions.

▼ Nombre de sujet dédiés à l'environnement dans les journaux télévisés



*Les données sont issues d'un calcul interne comprenant l'ensemble des sujets des éditions 13H, 20H et WE des journaux télévisés de la chaîne TF1 sur les années complètes 2021 et 2022.

L'offre existante de rubriques dédiées à l'environnement comme *Planète*, *Demain*, *La France des solutions* et *La France défigurée* sans oublier *Enquête*, *Grands Formats*, *Découvertes*, *La Bonne Idée* s'est enrichie en 2022 de nouveaux formats annoncés par Thierry Thuillier, Directeur général adjoint de l'Information, à l'occasion de la conférence de presse de rentrée et de la présentation de la Feuille de route Climat de sa Direction en septembre 2022.

En 2022, le reportage *Éoliennes en mer : la bataille navale* réalisé par Marc de Chevigny pour le JT de 20h d'Anne-Claire Coudray a été récompensé par un Trophée Or dans la catégorie Transition énergétique aux Deauville Green Awards, festival international du film responsable destiné à valoriser la sensibilisation par l'image autour du développement durable.

Feuille de route Climat de la Direction de l'Information

La Feuille de route de la Direction de l'Information présentée en septembre 2022 s'articule autour des axes principaux suivants :

Pédagogie à destination du grand public sur les sujets environnementaux

Enrichissement de l'offre de contenus

La Direction de l'Information a décidé d'enrichir en 2022 son offre de contenus avec :

- *Terre augmentée*, porté par le journaliste Yani Khezzar à l'aide d'animations augmentées et immersives, pour comprendre à quoi ressemblera la France en 2030 autour de cinq thématiques fortes : l'alimentation, le travail, l'énergie, le logement et le transport ;
- *CQFD*, format spécifique pour mettre en exergue le journalisme de solutions en semaine et le week-end ;
- *Le 20h vous répond* avec la journaliste Garance Pardigon, qui répond chaque soir aux questions des téléspectateurs dont certaines d'entre elles portent sur le climat ;

- le podcast « Impact positif » créé par Sylvia Amicone en 2018, devenu depuis la rentrée 2022 une émission sur LCI tous les samedis à 12h45 et une verticale de contenus sur TF1 Info, pour explorer les solutions qui existent face à l'urgence climatique et sociale ;
- au sein des bulletins météo, les présentateurs proposent aussi depuis le 3 octobre « Les bons gestes » à adopter en matière de protection du climat.

Création de la signature « Notre Planète »

Cette offre de contenus est complétée par la création de la signature « Notre Planète » pour tous les nouveaux formats et les rendez-vous dédiés dans les éditions du JT de TF1, les émissions de LCI et sur TF1 Info. Cette signature permet aux téléspectateurs d'identifier plus facilement les sujets dédiés à la transition écologique.

Partenariats avec RTE et GRT Gaz

Des partenariats inédits ont été conclus en 2022 entre le groupe TF1 et RTE ainsi que GRT Gaz visant à :

- sensibiliser les téléspectateurs sur les enjeux énergétiques en relayant les alertes EcoWatt et Ecogaz dans les bulletins météo ;
- informer dans les éditions les téléspectateurs sur le risque de tension sur l'approvisionnement en électricité et en gaz, afin de les inciter à adopter des comportements plus vertueux et prévenir les risques de coupure.

Création d'un Comité d'Experts Environnementaux pour accompagner les rédactions de TF1, LCI et TF1 Info

Au cours de l'année 2022, la Direction de l'Information du groupe TF1 a constitué avec l'aide de Mathieu Jahnich, consultant chercheur spécialisé dans l'accompagnement des entreprises aux défis de la transition écologique, un Comité composé de 11 experts afin d'aborder dans ses éditions le sujet de la transition écologique dans sa globalité.

Ils apportent leurs connaissances aux journalistes pour approfondir le traitement d'un sujet et sont amenés à intervenir dans les JT, en plateau sur LCI ou sur TF1 Info. Ce Comité de 11 experts est constitué de :

- Pierre-Marie Aubert, chercheur, coordinateur de l'initiative Agriculture européenne à l'Institut du développement durable et des relations internationales (IDDRI) ;
- Alicia Bassière, doctorante en économie de l'énergie au Centre de recherche en économie et statistique de Polytechnique et ENSAE ;
- Anne Battestini, experte en études marketing et consommation responsable, fondatrice du cabinet d'études et de conseils Iconics ;
- Séverine Bès de Berc, Directrice déléguée Outre-Mer de Cerema ;
- Nicolas Dubos, chercheur en écologie ;
- Eddy Guicheron, chef du service Collecte et Pré-Collecte des déchets ménagers de la Communauté d'agglomération de l'Espace Sud en Martinique ;
- Fannie Le Floch, médiatrice scientifique et chercheuse en physico-chimie des biopolymères ;
- Bela Loto Hiffler, formatrice et autrice sur le numérique responsable, fondatrice de Point de MIR (Maison de l'informatique plus responsable), associée de MIR Conseil & Formation ;
- François Meyer, Délégué général de Fer de France ;
- Sébastien Treyer, Directeur général de l'Institut du développement durable et des relations internationales (IDDRI) ;
- Coline Assaiante, experte RTE de la transition énergétique.

Formation des équipes de la Direction de l'Information aux enjeux de transition écologique

En complément du Comité d'Experts Environnementaux destiné à épauler les journalistes sur la prise en compte globale des enjeux de transition écologique dans leurs sujets, la Direction de l'Information du groupe TF1 a renforcé la pédagogie auprès de l'ensemble de ses équipes en systématisant les ateliers Fresques du climat. Au 31 décembre 2022, ce sont 96 collaborateurs de la Direction de l'Information qui ont été formés.

En parallèle des Fresques du climat, la Direction de l'Information en lien avec la Direction RSE et l'Université TF1 ont travaillé en 2022 avec le cabinet Imagine 2050, pour proposer une journée de formation aux équipes de la rédaction avec pour objectifs de :

- mieux comprendre les enjeux climatiques et appréhender les ordres de grandeur ;
- identifier les bonnes sources et utiliser le bon lexique pour les sujets ;
- intégrer les enjeux climatiques dans les reportages pour créer de nouveaux récits.

Cette formation, dont la première session a eu lieu en décembre 2022, sera déployée à l'ensemble de la rédaction d'ici à fin 2023 avec un objectif de former à minima 50 % de la rédaction.



Suivi des actions

Baromètre climat

Enfin, la Feuille de route Climat 2022 repose sur un baromètre pour quantifier et mesurer la montée en puissance des sujets consacrés à la transition écologique dans l'information sur les antennes du groupe TF1 et pour suivre le nombre d'experts intervenant dans les éditions.

Les chiffres sont détaillés en introduction du présent chapitre.

Contrat climat média

Ces informations seront communiquées annuellement à l'ARCOM dans le cadre des engagements pris au sein du contrat climat média déposé par le groupe TF1 le 30 juin 2022 et détaillés en 4.1.3.2.1.2.

Contenus hors information

Pédagogie à destination du grand public sur les sujets environnementaux

Ushuaïa TV, une chaîne 100 % dédiée à la préservation de la planète

Depuis 17 ans, la chaîne Ushuaïa TV, dont la diffusion s'étend dans 30 pays francophones, est la seule chaîne dédiée à 100 % à la préservation de la planète. Depuis 2020, la chaîne a accueilli le magazine En Terre Ferme, incarné par Fanny Agostini et ayant pour vocation de mettre en valeur l'engagement citoyen et la reconnexion à la nature.

La grille de programmation suit l'agenda des grands rendez-vous de l'environnement. Parmi les temps forts, de l'année 2022, on peut souligner :

- *Terre en alerte*, documentaire dans lequel des climatologues expliquent l'origine du réchauffement climatique et les actions nécessaires pour l'endiguer, à l'aide d'illustrations ;
- **La Fabrique des pandémies réalisé par Marie-Monique Robin, avec Juliette Binoche et récompensé par le Prix spécial de la ville de Deauville aux Deauville Green Awards, qui met en lumière à travers les témoignages de 12 scientifiques les liens entre l'émergence de nouvelles maladies infectieuses et la destruction des écosystèmes liée à la déforestation, aux extrêmes climatiques ainsi qu'à l'urbanisation ;**
- *Plastique, la guerre est déclarée* qui met en lumière les stratégies déployées par les géants de la pétrochimie des États-Unis pour continuer à inonder le marché du plastique à usage unique, malgré le désastre écologique, la prise de conscience grandissante des consommateurs et les menaces de restrictions de la part du législateur ;
- *Cher Plastique* qui met en cause notre relation toxique au plastique à travers le témoignage de politiques, de scientifiques, d'un sociologue, d'un navigateur, et d'un responsable d'ONG. Ce documentaire a reçu le trophée Or dans la catégorie « Production durable, économie circulaire, déchets, pollution » aux Deauville Green Awards.

Au global, Ushuaïa TV a été primé à six reprises lors de la 11^e édition des Deauville Green Awards en 2022.

Les déclinaisons de Ushuaïa TV

Génération Ushuaïa

Depuis 2021, la case Génération Ushuaïa propose aux téléspectateurs de TF1, chaque samedi matin à 10h40, les meilleurs documentaires et programmes de la chaîne Ushuaïa TV. Incarnée par Fanny Agostini, l'émission met en lumière celles et ceux qui œuvrent au quotidien pour la sauvegarde de la planète, ainsi que les lieux exceptionnels à protéger aux quatre coins du monde.

Ce programme sera reconduit en 2023.

Ushuaïa TV For Change

Lancée au cours de l'été 2022 et accessible gratuitement sur MYTF1, sous forme d'une collection et d'une chaîne FAST, « Ushuaïa TV For Change » aborde les enjeux de la transition écologique et solidaire, de façon positive, pour ceux qui agissent et veulent agir : changement climatique, alimentation et mobilité durable, énergies renouvelables et innovantes ou encore consommation responsable...

Au total, ce sont près de 150 documentaires ou magazines disponibles à fin décembre 2022 qui abordent les différentes questions liées à la transition nécessaire de nos modes de vie vers un modèle plus responsable.

La collection se compose d'*En terre ferme*, de séries documentaires comme *Green Heroes*, *Écho-logis*, *Artisans du changement* ou encore *Naturopolis* mais aussi d'unitaires : *Téléphone éthique : le mobile de demain ?* ou *Prendre l'avion : à quel coût ?*

Le groupe TF1 envisage d'enrichir l'offre de contenus existante de « Ushuaïa TV For Change » de 30 contenus supplémentaires d'ici à fin 2023.

« Ensemble pour la planète », la première chaîne TV à la demande consacrée à la planète, à destination des clients de Bouygues Télécom

Cette chaîne « à la demande », créée en 2022, vise à mettre en avant tout au long de l'année une sélection de programmes d'Ushuaïa TV pour informer, sensibiliser et éclairer autour des enjeux climatiques, de la biodiversité et de l'environnement, de façon positive et ancrée dans le quotidien.

Elle est accessible gratuitement aux clients Bbox sous la forme d'une *playlist* dynamique qui permet de s'informer de façon pratique et factuelle sur les enjeux environnementaux tenant compte des nouveaux usages et habitudes des consommateurs.

Ces lancements s'inscrivent dans la continuité des engagements pris par le groupe TF1 dans le cadre de sa stratégie climat et du contrat climat média souscrit auprès de l'ARCOM en juin 2022, en complément des contenus mis en avant depuis plusieurs années.

Événements spéciaux

À l'occasion de la Journée de la biodiversité, TMC a consacré, à l'instar de la programmation à l'occasion de la Journée de la Terre en 2021, un week-end spécial dédié à cette thématique avec trois longs métrages dont *2040* et *Demain* diffusés le 20 mai 2022 en soirée, et des documentaires, magazines et longs-métrages diffusés tout au long de la journée du 22 mai.

Cette opération sera reconduite en 2023 autour de la Journée de la Terre ou de la biodiversité en fonction des opportunités de programmation.

Magazines et documentaires

TF1 dans ses magazines du week-end aborde les sujets de la vie en pleine nature, de la sensibilisation au gaspillage alimentaire, de l'utilisation de containers pour se loger, de la récupération des encombrants, des achats d'occasion, des achats locaux et de la location de vêtements.

En plus des magazines d'information de la chaîne TF1, l'émission *Quotidien* sur TMC traite régulièrement du sujet de l'actualité de la planète. En 2022, l'émission a notamment accueilli comme invités en plateau : Jean-Marc Jancovici, François Gemenne, François Sarano et Frédéric Encel.

La chaîne TMC a consacré aussi des magazines spécifiquement aux enjeux de transition comme par exemple :

- *Mégafeux, canicules, inondations : quand le climat s'emballe* ;
- Martin Weill, *Victime de la mode* sur les conséquences de l'industrie du textile sur l'environnement ;
- *90' Enquêtes* qui abordent les thèmes de la seconde main et du marché de l'occasion, des déchetteries sauvages ainsi que de la construction à base de container et de matériaux de récupération.

Newen Studios est également un acteur engagé depuis plusieurs années sur les thématiques de la transition écologique avec des productions en France comme *L'aventure continue* avec Céline Cousteau ou le film *Animal* réalisé par Cyril Dion et sorti en salles en décembre 2021, qui traite de la problématique de l'extinction de masse de la faune planétaire et qui a fait partie des films nominés aux Césars en 2022 dans la catégorie « Meilleur film documentaire ».

Newen Studios a aussi déployé des contenus autour des thématiques environnementales à l'international : *All that Breathes* produit par Rise, *Everything will Change* (Flare), *Lowland Kids* (Real Lava), *Team Chocolate* (De Mensen), *Lost Luggage* (De Mensen) ainsi que *The Territory* (Real Lava) qui offre un regard immersif sur le combat inlassable du peuple indigène Uru-eu-wau-wau contre la déforestation provoquée par des visiteurs illégalement présents et une association d'agriculteurs non indigènes en forêt amazonienne.

Ce documentaire a reçu deux prix en 2022 au Sundance Film Festival : le prix du public pour le meilleur film documentaire international et le prix spécial du jury pour la qualité du documentaire. National Geographic Documentary Films a également annoncé l'achat des droits du film.

Capa, filiale de Newen Studios, a également produit en 2022 une série de reportages sur la thématique environnementale pour le magazine *Envoyé spécial* sur France 2 : « Ma vie sans eau », « Ma vie sans pétrole », « La France en 2050 à 50 degrés » et bientôt « 2100 : le littoral français sous les eaux ».

En outre, Capa a également produit pour France 5 le documentaire *Le Zèbre, une vie haute en couleurs* sur l'histoire d'une famille de zèbres qui tente de survivre aux prédateurs et à la sécheresse, en Zambie.

Plusieurs reportages à tonalité environnementale ont aussi été diffusés dans *Le Magazine de la santé* sur France 5 : « L'hôpital se met au vert/hôpital zéro carbone », « Médicaments à l'unité pour moins de gaspillage », « Bio : l'hôpital peut mieux faire », « Des pesticides dans l'air des villes ! », « Plantes : des solutions naturelles face aux moustiques », « Amap : mieux manger grâce aux circuits courts », « Greenbloc : quand les hôpitaux trient leurs déchets », « Baignade : attention aux cyanobactéries ! », « Méthanisation : une source d'énergie polluante ? », « Recyclage : une deuxième vie pour vos cheveux ! », « Réchauffement climatique : comment le corps va-t-il s'adapter ? », « Plastique : quel impact sur notre microbiote ? ».

En 2023, Capa livrera à Arte un documentaire de 90 minutes, *Just One Dollar*, sur le procès entre la population péruvienne et un minier allemand.

Pour Slash.tv, Capa produira aussi une enquête de 52 minutes sur la *fast fashion* : *La Mode à la Shein*.

Enfin, l'émission *L'Effet Papillon* produite par Capa et auparavant diffusée par Canal+, renaîtra en 2023 sur Youtube. L'un des premiers reportages mis en avant sera consacré aux chasseurs texans d'animaux « exotiques » (impalas, gazelles, zèbres...) qui choisissent les animaux sur catalogue.



Programmes courts

Depuis 2008, l'émission *Petits Plats en équilibre* devenu un programme culinaire incontournable continue de mettre en avant quotidiennement la cuisine maison, la consommation de produits de saison et la réduction des déchets.

De plus, depuis 2018, *Habitons demain* permet au téléspectateur de découvrir chaque semaine un concept innovant et responsable dans le domaine de l'habitat.

Lancé en 2021, le programme *Engagés et Positifs* fait place à l'information positive en partant à la rencontre de Français.es qui agissent pour améliorer leur quotidien. Des thèmes tels que la transition énergétique, les nouvelles mobilités ou encore l'inclusion sociale sont abordés. Chaque épisode débute par une statistique porteuse d'espoir qui est illustrée par l'histoire d'anonymes militant pour le mieux-vivre ensemble et/ou la préservation de notre environnement comme par exemple : la lutte contre le gaspillage alimentaire, le nettoyage des rivières en kayak, l'application Clear Fashion et l'éolienne cerf-volant.

Enfin, le programme *Portraits de bénévoles* lancé en 2022 met en avant des personnes œuvrant dans des associations, pour certaines liées à la protection de l'environnement comme « The Sea Cleaners ».

Séries et fictions

Le thème de la consommation responsable et durable est un élément constitutif de l'ADN de la série quotidienne *Ici tout commence* produite par Newen Studios et diffusée sur TF1 :

- les recettes évoquées *via* les dialogues abordent régulièrement le refus du gâchis alimentaire et l'utilisation complète des aliments cuisinés (épiluchures, carcasses...);
- les produits utilisés dans le scénario sont quasiment à 100 % issus du potager de l'Institut Auguste Armand, potager biologique exploité en permaculture... et des arches y font régulièrement allusion ;
- un professeur de l'école donne des cours de cuisine végane et végétarienne. Plusieurs élèves s'identifient comme végétariens ;
- une fois par semaine, le Double A, qui est le restaurant d'application de l'Institut Auguste Armand, propose un repas vegan.

Si la série *Demain nous appartient*, elle aussi produite par Newen Studios et diffusée quotidiennement sur TF1, aborde moins directement les questions environnementales et plus les questions sociétales, deux éléments sont cependant présents :

- des protagonistes ont une exploitation ostréicole et depuis cet été, celle-ci abrite une association de défense de l'environnement de l'étang de Thau, gérée par l'ostréiculteur et des jeunes qui y effectuent leur travail d'intérêt général ;
- le patrimoine local est très mis en valeur, à travers de nombreuses de séquences en extérieur, montrant l'étang de Thau ou la mer.

La série en *prime-time* *Sam* sur TF1 dont les six épisodes se déroulent à la campagne met à l'honneur le monde agricole et les mobilités douces.

Sur TMC, les saisons 1 et 2 de la série *Yellowstone* diffusées en 2022 véhiculent un message constant sur l'écologie et le respect de la nature, avec une famille qui défend un système de vie prônant l'harmonie avec son écosystème.

Dans *Les Mystères de l'amour*, le thème de l'engagement en faveur du climat et de la protection de l'environnement a aussi été abordé.

Flux

Des programmes de flux quotidiens mettent en valeur des démarches écologiques.

Sur TF1, le programme *Les Plus Belles Vacances* donne régulièrement à voir des exemples de vacances saines et écologiques, le programme *Camping Family : notre vie au camping* met en avant ce type de tourisme et le programme *Familles nombreuses : XXL* dans lequel une des familles s'efforce d'être autosuffisante d'un point de vue alimentaire.

Sur la TNT, plusieurs programmes de flux abordent sous différentes formes la transition écologique notamment *Cleaners les experts du ménage* qui promeut l'utilisation de solutions écologiques de nettoyage, *Construire sa maison en famille : leur projet complètement fou* avec une famille qui vit dans une maison en container, *Ils ont tout quitté pour vivre leur rêve* avec la construction d'une maison en bois aménagée selon des règles écologiques ou encore le choix de vivre de manière minimaliste dans *Aventure en famille : on change de vie !*

Jeunesse

Dans la case jeunesse de TF1, TFOU consacre à la Journée de la Terre, la Journée mondiale des océans et à la Semaine du développement durable une programmation spécifique. Tout au long de l'année, la thématique de la transition écologique est abordée dans les séries récurrentes comme : *Super Wings*, *Oum le Dauphin*, *Droners*, *Ranger Bob*, *Barpapa*, *Paw Patrol*, *Pffirates*, *Miraculous*, *Chugginton* et *Alice et Lewis* produite par Newen Studios qui a traité notamment l'épuisement des ressources, la lutte contre le gaspillage alimentaire, la consommation des produits de saison, la protection des espaces naturels et la biodiversité ainsi que le recyclage.

En outre, depuis juin 2022, TFOU diffuse en linéaire et en digital le film lauréat du concours TFOU d'animation, consacré au thème de la nature et de ses bienfaits auprès des enfants, illustré par le slogan « La nature, c'est notre grande aventure ». Destiné à une population mixte d'enfants de 6 à 10 ans, l'ambition de ce film est que les enfants deviennent des acteurs de la protection de l'environnement en leur montrant le plaisir à être dans la nature. Le scénario lauréat est choisi par un jury composé de professionnels de TFOU, de la SACD et des partenaires du concours. La production est financée conjointement par le groupe TF1 et la SACD (Société des Auteurs et Compositeurs Dramatiques).

Formation des équipes de la Direction des Contenus et de Newen Studios à la transition écologique

Conscient de la responsabilité des équipes de production et artistiques de la Direction des Contenus du groupe TF1 et de Newen Studios pour sensibiliser le public aux questions environnementales dans ses contenus, le groupe TF1 a mené en 2022 plusieurs actions de formation prioritairement à destination de cette cible :

- en proposant des ateliers Fresque du climat aux équipes de TF1 Production ;
- en organisant au sein des groupes TF1 et Newen Studios, des conférences animées par Imagine 2050 qui abordent à la fois les grands enjeux de la transition écologique, le rôle des producteurs à travers des exemples de programmes inspirants. Cette conférence sera déployée à partir de janvier 2023 en anglais pour les producteurs de Newen Studios à l'international.

Pour la Direction des Contenus du groupe TF1, ces dispositifs seront complétés en 2023 par d'autres modules de formation adaptés en fonction des besoins des différentes équipes.

Newen Studios entend aussi renforcer la prise en compte par ses équipes des enjeux environnementaux et s'est fixé un objectif de former ou sensibiliser 50 % des salariés d'ici à fin 2023. Selon les cas, il pourra s'agir de formations spécifiques à l'écoproduction et/ou à l'utilisation du calculateur carbone ou destinées à nourrir la réflexion sur la prise en compte de la transition écologique dans les contenus produits par le Groupe. Il pourra s'agir également de formations plus génériques sur les enjeux environnementaux permettant à chaque collaborateur de prendre en compte l'impact de la crise climatique et d'agir dans sa sphère d'influence. Deux ateliers conçus et animés par « La Fabrique des récits » seront également proposés aux collaborateurs de Newen Studios situés en France. Cette formation s'adressera plus particulièrement aux producteurs, scénaristes et réalisateurs du Groupe afin de les inciter à introduire des références, comportements, idées en lien avec l'écologie dans leurs contenus.

4.1.3.2.2. Produits licenciés CONTENUS — EXTERNE

Pédagogie à destination du grand public sur les enjeux environnementaux

Dans le cadre de la valorisation des marques du Groupe, en particulier les marques patrimoniales, TF1 Licensing a activé différents piliers RSE dans l'accompagnement des industriels et annonceurs, tels que l'écoresponsabilité, l'inclusion et la solidarité. Côté développement produits, le déploiement de la gamme de textile en coton bio Ushuaïa continue et d'autres projets montent en puissance à l'image de la revue *Petits Plats en équilibre* qui promeut les recettes de saison et la consommation locale. Côté licence promotionnelle, en collaboration avec TF1 Pub, la reconduction en 2022 de l'opération engagée #rentréevinted au profit de « La Cravate Solidaire » favorise la seconde main et l'inclusion.

Formation des équipes de TF1 Licensing à la transition écologique

En interne, un cycle de formation à la transition écologique spécifiquement conçu par « Des enjeux et des hommes » pour les équipes de TF1 Licensing a permis de soutenir cette démarche et d'établir des guidelines pour accompagner au mieux les projets, notamment à travers une demi-journée de *coaching*.

4.1.3.2.3. Partenariats EXTERNE

Sparknews

Le groupe TF1 a poursuivi son partenariat avec « La Fabrique des récits », dont la mission est de créer des récits pour sensibiliser et informer sur les grands enjeux sociaux et environnementaux. Ce partenariat s'est illustré lors de l'opération « En quête de demain », une collaboration initiée par Sparknews et à laquelle la Direction de l'Information, notamment l'édition du 13h, a participé à deux reprises en 2022, afin de mettre en avant des initiatives positives en faveur de la transition écologique dans les territoires. Le groupe TF1 et Newen Studios ont également participé à l'événement « L'écran d'après » et au guide éponyme, co-construit par et pour les professionnels de la télévision et du cinéma et qui permet d'interroger les automatismes d'écriture, de construction du récit et de développer de nouveaux référentiels pour le spectateur. Il est composé d'une grille de questionnement et d'un centre de ressources.

Atmosphères

Le groupe TF1 a également soutenu le séminaire « Nouveaux récits » du festival Atmosphères, qui promeut auprès du grand public le développement durable à travers le cinéma, les arts et les sciences. À l'occasion du festival, sa Directrice RSE a participé au jury de sélection pour désigner les lauréats du concours de synopsis de séries et longs métrages dont l'un d'entre eux a pu bénéficier d'un *mentoring* de la part de Serge Ladron de Guevara de Newen Studios. De son côté, la chaîne Ushuaïa TV, également partenaire du festival, a participé au jury court métrage.

L'ensemble des projets précités a pour vocation à la fois de faire émerger dans les programmes des modes de vie plus respectueux de l'environnement et d'impliquer en interne les collaborateurs qui ont un rôle à jouer dans la sélection et le contenu des programmes acquis auprès de producteurs externes.

Deauville Green Awards

Le groupe TF1 soutient aussi les Deauville Green Awards, Festival international du film responsable destiné à valoriser la sensibilisation par l'image autour du développement durable. **En 2022, le groupe TF1 a été primé à huit reprises lors de la 11^e édition des Deauville Green Awards.**

Prix EpE-TF1-LCI

En 2022, le prix EpE-TF1-LCI donnait l'occasion aux étudiants, jeunes diplômés ou actifs de moins de 30 ans de présenter leurs idées autour de la thématique : « Tech et Transition écologique : du *low-tech* au *high-tech*, quelles technologies pour réussir ? ». La sélection des lauréats et la remise de prix se sont déroulées en juin, à l'auditorium de TF1 devant un jury composé d'experts et partenaires, liés à l'environnement et à la tech.

Le lauréat du premier prix EpE-TF1-LCI 2022 est le projet « Pyronear : une solution de détection précoce des départs de feux de forêts ».

Course TF1 pour le Climat

En avril 2022, le groupe TF1 organisait, avec Golazo Sports France, une course pour le climat, éco-conçue et solidaire, dont les bénéfices ont été reversés à trois associations :

- Fondation GoodPlanet qui propose des projets artistiques et pédagogiques pour sensibiliser le plus large public à l'écologie et au vivre-ensemble et soutient également des projets de terrain solidaires et environnementaux dans le monde entier ;
- Surfrider qui œuvre pour la protection, la sauvegarde et la mise en valeur de l'océan et du littoral ;
- Stop Exclusion Énergétique qui lutte contre la précarité énergétique en finançant le reste à charge des plus précaires.

La course bénéficiait du label SportPlanète qui accompagne les projets engagés encourageant une pratique sportive plus respectueuse de l'environnement.

Université de la Terre

En 2022, LCI et Ushuaïa TV étaient partenaires de l'Université de la Terre et à cette occasion Ushuaïa TV a participé avec Sparknews et l'Ademe à la création d'un supplément collector de *Technikart* consacré à l'art du vivant.



Chamonix Film Festival

À l'occasion de la prochaine édition du Chamonix film festival qui se déroulera en juin 2023, Ushuaïa TV a lancé en 2022 un appel à projets pour la première édition du « Prix Ushuaïa TV Montagnes & Environnement ». En partenariat avec le Chamonix Film Festival, c'est une opportunité pour les réalisateurs de proposer un projet de film de 52 minutes qui sera coproduit et diffusé sur Ushuaïa TV illustrant les thématiques de la chaîne telles que la biodiversité, l'environnement ou la protection des espèces dans l'espace montagnard.

4.1.3.3. Publicité responsable INTERNE — EXTERNE — CONTENUS

4.1.3.3.1. Un engagement historique de TF1 Pub en faveur de la publicité responsable

Depuis plus de 10 ans, TF1 Pub, en charge de la commercialisation des inventaires publicitaires du groupe TF1, est engagé dans la transition écologique de l'écosystème :

- en consacrant dès 2015, plusieurs magazines destinés à la cible des annonceurs et agences médias au thème de la consommation responsable ;
- en proposant aux annonceurs et agences médias des offres publicitaires à destination des annonceurs durables :
 - en 2018, TF1 Pub créait l'écran « One Planet » sur TF1 réservé aux annonceurs durables,
 - dès 2019, TF1 Pub s'appuyait sur l'Ademe pour définir les critères d'éligibilité des offres publicitaires destinées à favoriser la promotion des produits et services écoresponsables dans le cadre de l'offre EcoRespons'Ad ;
- en réunissant son écosystème lors de grands événements sur les thèmes de l'écoresponsabilité « À la conquête du consommateur citoyen » en 2019 et « Environnement et entreprises : Comment accélérer sa transition pour une société plus durable ? » en 2021.

2021 marque un tournant dans la prise en main du sujet par TF1 Pub qui a mis en œuvre le plan d'action annoncé à l'occasion de la stratégie climat du groupe TF1 avec l'objectif d'amplifier son rôle de catalyseur auprès de l'écosystème pour favoriser la consommation responsable.

Pour soutenir et alimenter la feuille de route de la régie en faveur de la transition écologique de la publicité, TF1 Pub lançait en 2021 un Comité composé de collaborateurs volontaires et animé par sa Directrice générale, Sylvia Tassan-Toffola et impliquait ses parties prenantes externes, avec l'appui d'experts pour définir

Autres partenariats Ushuaïa

Ushuaïa TV est partenaire du festival Le Temps Presse, qui inspire et sensibilise les publics à travers une sélection de films illustrant les objectifs de développement durable. Ushuaïa soutient aussi depuis de nombreuses années des événements, comme le Forum international de la météo et du climat et la Fête de la nature.

Enfin, Christophe Sommet, Directeur des Thématiques du groupe TF1, est également membre du Conseil d'Administration de « 1 % pour la planète France ».

une feuille de route à horizon 2025, qui s'articule autour des quatre axes suivants :

1. la mesure et le pilotage du bilan carbone de la diffusion des campagnes publicitaires ;
2. le renforcement de ses offres publicitaires en faveur de la promotion de produits et services écoresponsables ;
3. la participation au dialogue interprofessionnel en faveur de la transition écologique ;
4. l'amélioration des pratiques internes de la régie.

En 2022, afin de soutenir cette feuille de route et d'amplifier son action, TF1 Pub a nommé un référent RSE dédié auprès de la Direction générale au pilotage de la Feuille de route Climat et s'est fixé un cinquième objectif consistant à former dans l'année ses collaborateurs aux enjeux de transition écologique. Avec 90 % de collaborateurs formés, TF1 Pub dépasse l'objectif que la régie s'était fixée initialement.

4.1.3.3.2. Contrat climat média

De manière volontaire, le groupe TF1 a souscrit en date du 29 juin 2022 un Contrat climat - Communications commerciales et transition écologique, rendu public par le ministère de la Transition écologique sur une plateforme dédiée, en application de l'article 7 de la loi Climat et Résilience.

Ces engagements couvrent en grande partie les actions sur lesquels le groupe TF1 peut agir en tant que groupe audiovisuel notamment à travers les activités de sa régie publicitaire pour engager le grand public et l'écosystème vers des modes de vie plus respectueux de l'environnement. Il prend également en compte les actions de formation en lien avec la transition écologique proposées aux collaborateurs ainsi que la mesure et la réduction de l'impact carbone du Groupe.

Les engagements relatifs aux actions en faveur d'une communication plus responsable dévolues à TF1 Pub sont détaillés dans la partie 4.1.3.3.4.

4.1.3.3. Bilan à date de la feuille de route en faveur de la transition écologique à horizon 2025

▼ TF1 Pub



La mesure et le pilotage du bilan carbone de la diffusion des campagnes publicitaires

Avec l'expertise de la société Ecoact, TF1 Pub procédait dès 2021 à la mesure de l'empreinte carbone de la diffusion des campagnes publicitaires qu'elle opère, en prenant en compte les supports suivants :

- la télévision linéaire *via* réseau hertzien et Internet ;
- la radio *live via* réseau radio et internet ;
- le digital : vidéo digitale (notamment *catch-up*) et *display via* réseau Internet.

Et en incluant les consommations électriques des équipements générées par :

- le stockage des publicités ;
- le transfert des données et l'utilisation des réseaux (hertzien, internet etc.) ;
- la visualisation de la publicité ;
- la quote-part de l'impact carbone de la construction/fin de vie des équipements au prorata de la durée de visionnage.

Outil d'évaluation de l'empreinte carbone

La mesure de l'empreinte carbone a conduit à la création d'un outil de calcul de l'empreinte carbone des campagnes publicitaires développé avec Ecoact et BL Evolution destiné à renforcer la transparence vis-à-vis des annonceurs et des agences média sur l'impact carbone de la diffusion des campagnes.

En 2022, TF1 Pub a poursuivi le dialogue initié avec différents groupes de travail interprofessionnels pour travailler collectivement à l'harmonisation, l'amélioration et à l'industrialisation de la mesure carbone notamment avec le SRI (Syndicat des Régies Internet), le SNPTV (Syndicat National de la Publicité Télévisée) et le bureau de la radio qui ont conduit :

- pour les campagnes TV, à la réflexion autour d'un outil commun aux régies TV dans le cadre du SNPTV ;
- pour les campagnes digitales à la création d'un référentiel méthodologique d'évaluation de l'empreinte carbone adopté par toutes les régies internet membres du SRI et intégré depuis à l'outil de mesure de TF1 Pub ;
- pour les campagnes radio, à la réflexion autour d'un projet d'outil commun à l'ensemble des régies radio, piloté par le Bureau de la Radio pour livraison début 2023.

TF1 Pub travaille en parallèle à l'interopérabilité de ces outils pour permettre, au-delà de son propre champ d'action, d'agréger la mesure de l'empreinte carbone comptabilisée par l'ensemble des acteurs de sa chaîne de valeur.

Leviers d'action de réduction de l'empreinte carbone de la régie publicitaire

Depuis 2021, TF1 Pub a lancé une réflexion afin d'identifier et mettre en œuvre des actions de réduction de l'empreinte carbone de la diffusion des campagnes publicitaires rentrant dans le champ d'action de TF1 Pub.

Compensation carbone de la régie

À l'initiative de Bouygues SA et de la filiale du groupe Bouygues spécialisée dans la transition énergétique ELAN, TF1 Pub participe à une expérimentation « Facilitateur Climat » afin de financer des projets de restauration carbone à hauteur de ses émissions résiduelles à l'horizon 2050. Cette démarche de compensation carbone a donné lieu en 2022 à la signature de contrats avec la Société Forestière et Carbonapp pour la prise en charge de deux projets de reboisement et de vergers situés en France métropolitaine et labellisés Label Bas Carbone.

Le renforcement de ses offres publicitaires en faveur de la promotion de produits et services écoresponsables

EcoRespons'Ad

En 2022, TF1 Pub, a lancé la nouvelle version de son offre EcoRespons'Ad avec pour objectifs :

- de favoriser la promotion d'une consommation plus responsable ;
- contribuer aux objectifs climatiques des clients de la régie ;
- d'élargir les critères d'éligibilité de l'offre en concertation avec l'Ademe afin de valoriser uniquement des produits et services qui ont limité leur impact sur l'environnement.

Pour ce faire, TF1 Pub s'appuie sur le cahier des charges de l'Ademe tenant compte des critères suivants :

- labels environnementaux ;
- étiquette énergie ;
- indice de réparabilité ;
- affichage environnemental.

Ces critères sont soumis à des évolutions validées par l'Ademe régulièrement.

Les spots dont les produits ou services sont éligibles à cette offre bénéficient d'un accès à des écrans publicitaires dédiés sur TF1 et MYTF1 et d'une mise en valeur avec un habillage spécifique.

EcoFunding

Afin d'aider les consommateurs à identifier et repérer les bons critères pour choisir des produits ou services plus respectueux de l'environnement et valoriser les démarches vertueuses des annonceurs, TF1 Pub a souhaité compléter le dispositif EcoResponsAd à partir du 1^{er} janvier 2022, avec EcoFunding. Cette démarche résulte d'une réflexion menée en 2021 avec l'agence de communication responsable Sidièse et les parties prenantes externes de la régie notamment l'Ademe, des annonceurs, des agences médias ainsi que des syndicats professionnels.

Il s'agit de campagnes de sensibilisation totalement financées par le groupe TF1, destinées à faire de la pédagogie auprès du grand public sur les labels et critères d'impacts environnementaux recommandés par l'Ademe. Chaque campagne publicitaire éligible déclenche de la part du groupe TF1 un abondement dans le programme EcoFunding au prorata du budget média investi par l'annonceur.

À fin 2022, les 36 campagnes éligibles à l'offre EcoFunding ont contribué à alimenter le fonds à hauteur de 4,33 M€ bruts. Grâce à ce fonds, trois campagnes de sensibilisation d'au moins trois semaines chacune ont déjà été diffusées en 2022 sur l'ensemble des chaînes du Groupe TF1 : TF1, TMC, TFX, TF1 SF, LCI, Histoire TV, TV Breizh, Ushuaïa TV et sur MYTF1 IPTV et ont mis en avant les critères suivants :

- Labels environnementaux ;
- Etiquette énergie ;
- Indice de réparabilité.

Ces trois vagues comptabilisent 1015 spots et ont permis de toucher en TV 301 M de contacts auprès des individus âgés de 4 ans + .

En communiquant sur leurs produits et services labellisés, les 21 annonceurs à l'origine de ces campagnes contribuent ainsi à diffuser des campagnes de sensibilisation prônant la durabilité et la consommation.

Enfin, TF1 Pub suit de manière mensuelle les KPI de ces deux dispositifs publicitaires et rendra compte auprès de l'ARCOM des avancées en la matière détaillées au 4.1.3.3.4 dans le cadre des engagements pris par le groupe TF1 au sein du contrat climat média.

La participation de TF1 Pub aux initiatives du marché publicitaire en faveur de la transition écologique

Outre les travaux menés par TF1 Pub pour faire émerger des référentiels et/ou outils communs pour mesurer l'empreinte carbone de la diffusion des campagnes publicitaires, la régie publicitaire du groupe TF1 poursuit son action de sensibilisation auprès de l'interprofession avec un nouvel outil de communication co-créé avec la société Youmatter et Mathieu Jahnich, consultant en transition écologique la Fresque de la publicité à destination de tous les acteurs du marché publicitaire.

Inspirée de la Fresque du climat, qui a pour vocation d'éveiller le grand public aux conséquences du changement climatique, la Fresque de la publicité est un atelier participatif et pédagogique de trois heures qui permet de réfléchir à l'empreinte environnementale directe et indirecte de l'industrie publicitaire et de travailler collectivement sur des solutions concrètes pour une publicité plus durable et responsable.

En co-crédant le contenu de cet outil, TF1 Pub contribue à aider les professionnels et étudiants à comprendre les impacts environnementaux de la filière et les rendre tous acteurs de sa transformation.

Après une première phase pilote expérimentée au printemps 2022 auprès des collaborateurs de TF1 Pub et de professionnels du secteur (agences, annonceurs, Ademe), la Fresque de la publicité est disponible à tous depuis le mois de septembre.

À fin 2022, 160 professionnels ou étudiants ont suivi cet atelier et contribuent de par leur prise de conscience à mettre en œuvre des actions dans leur sphère d'influence destinées à favoriser l'émergence d'une publicité plus responsable.

L'amélioration des pratiques internes de la régie TF1 Pub

Sous l'impulsion de son Comité *Change Makers*, TF1 Pub a engagé l'ensemble de ses collaborateurs dans la feuille de route RSE de la régie et plus globalement dans la stratégie climat du groupe TF1.

Le Comité qui se réunit mensuellement a pour vocation à nourrir la feuille de route de TF1 Pub et adresser les différents axes de sa stratégie en ce compris les pratiques internes de la régie, en s'appuyant sur un questionnaire adressé aux collaborateurs en 2021 pour mettre en œuvre des actions pertinentes et répondant aux préoccupations des collaborateurs et aux enjeux du Groupe en matière de réduction de l'impact carbone.

Le résultat de cette première consultation a conduit TF1 Pub à :

- former les collaborateurs de la régie aux enjeux de transition écologique à travers un programme dédié détaillé dans le chapitre suivant ;
- promouvoir auprès de ses collaborateurs la sobriété numérique, la mobilité douce, l'écoresponsabilité des événements et rencontres dont TF1 Pub est à l'initiative ;
- une campagne de communication *via* des affiches et vidéos pédagogiques ont été déployées en 2022 ;

Un nouveau questionnaire a été mis en place en novembre 2022 pour mesurer la prise en compte de ces sujets et l'efficacité des actions mises en place (notamment suite à la formation détaillée ci-dessous).

Formation des équipes

En 2021, la régie fait appel à Youmatter et Mathieu Jahnich, consultant en transition écologique, pour sensibiliser les collaborateurs de la régie aux nouveaux enjeux environnementaux avec la mise en place tout au long de l'année 2022 d'un parcours de formation complet et sur mesure.

L'objectif de cette formation était d'accompagner le déploiement de la feuille de route RSE de la régie publicitaire et de la stratégie climat du groupe TF1, et de permettre aux collaborateurs d'en devenir acteur à l'échelle de leur périmètre de responsabilité, notamment en :

- sensibilisant chacun aux enjeux du changement climatique à l'échelle planétaire, en s'appuyant notamment sur la Fresque du climat et sur l'intervention d'experts tels que François Gemenne, politologue et membre du Giec, Fabrice Bonnifet, Président du C3D ;

- intégrant les problématiques qui en découlent au niveau du marché de la communication et de la publicité avec notamment l'intervention de Valérie Martin de l'Ademe et d'autres experts du secteur de la communication ;
- identifiant les contributeurs et ressources clés destinées à alimenter leurs réflexions ;
- les outillant pour contribuer activement à la transition écologique de leurs métiers.

Avec 90 % de collaborateurs formés, TF1 Pub a dépassé l'objectif que la régie s'était fixée. C'est dans le cadre de cette formation que la Fresque de la publicité a été créée, permettant ainsi à TF1 Pub et à ses collaborateurs d'élargir la portée de son action auprès de tous les professionnels de la filière.

4.1.3.3.4. « Engagements à horizon 2024/2025 »

Engagements pris dans le cadre du contrat climat média avec l'ARCOM

Engagements	Indicateurs
Participation à la mise en place des engagements de l'ARPP, dont la mise en œuvre et le suivi sont inscrits dans le rapport que l'ARPP doit adresser chaque année au Parlement au titre de l'article 14 de la loi Climat et Résilience	État des adhésions à l'ARPP
Campagnes d'information : Proposer des conditions commerciales spécifiques, tenant compte de la disponibilité des plannings, pour les campagnes d'information des administrations et des organisations caritatives (à l'exclusion des organisations caritatives liées à des annonceurs ou groupements d'annonceurs), en faveur de pratiques responsables et de l'utilisation de produits moins polluants	Conditions de vente proposées pour les campagnes d'information des administrations et des organisations caritatives en faveur de pratiques responsables et de l'utilisation de produits moins polluants, lorsque celles-ci sont rendues publiques
Mener une réflexion commune afin de créer des méthodologies partagées de calcul de l'impact carbone des communications commerciales d'une part et des communications audiovisuelles d'autre part	Bilan de la réflexion commune afin de créer des méthodologies partagées de calcul de l'impact carbone des communications commerciales d'une part et des communications audiovisuelles d'autre part
Parrainage et publicité : Sensibiliser les partenaires à la nécessité de prendre en compte les enjeux de transition écologique	Liste des actions de sensibilisation
Placement des produits pour les programmes concernés : Sensibiliser les cocontractants (producteurs et annonceurs) à la nécessité de réduire la présence de produits ayant un impact négatif sur l'environnement et de fournir, à partir de 2024, la liste des produits placés	Liste des actions de sensibilisation Clauses contractuelles types le cas échéant À terme, et sur certains genres, liste et nombre des placements de produits sur un exercice
Mise en place d'un baromètre de suivi du volume des campagnes TV diffusées concernant des produits et services plus respectueux de l'environnement	Bilan 2022 avec la part des campagnes TV diffusées dans les écrans faisant la promotion de produits et services plus respectueux de l'environnement par rapport au total des campagnes
Mise en place du programme EcoFunding de contribution au financement des campagnes de sensibilisation à la consommation responsable	Descriptif du programme EcoFunding, nombre de contributions en 2022 (en nombre de campagnes) et bilan de diffusion des campagnes de sensibilisation fin 2022
Proposer des offres publicitaires dédiées aux produits et services plus respectueux de l'environnement	CGV des offres dédiées
Mise à disposition d'un format de sensibilisation sous forme d'une « Fresque de la publicité » (inspirée de la Fresque du climat) co-construite avec le média Youmatter, qui est proposée en <i>open source</i> depuis septembre 2022	Nombre de sessions de la Fresque de la publicité organisées et nombre de participants formés en 2022

Autres engagements

Compensation carbone

L'expérimentation Facilitateur Climat menée dans le cadre du groupe Bouygues devrait se poursuivre en 2023 et 2024 afin de poursuivre le financement de projet de restauration carbone à hauteur des émissions résiduelles de TF1 Pub.

Écoresponsabilité des événements

En 2022, TF1 Pub a lancé une démarche de communication responsable pour mettre en œuvre à partir de 2023 de nouvelles propositions d'opérations de communication de proximité, à destination de ces clients agences et annonceurs. Ces propositions intégreront désormais un cahier des charges écoresponsables dans le choix des activités et supports proposés.

Offres publicitaires

TF1 Pub s'engage à renouveler en 2023 les dispositifs EcoRespons'Ad et EcoFunding.

EcoRespons'Ad

Sous l'impulsion de l'ADEME les films publicitaires faisant la promotion d'un service de réparation des produits seront éligibles à partir de 2023 à l'offre EcoRespons'Ad. Dès 2023, 24 nouveaux écrans EcoRespons'Ad seront disponibles sur TF1 représentant donc au total 36 écrans par semaine, pour les clients éligibles à l'offre.

EcoFunding

TF1 Pub conscient de son rôle en matière de pédagogie auprès du grand public maintient son engagement selon les mêmes conditions financières qu'en 2022 soit en conservant son abondement au prorata du budget média investi avec un minimum de 1,5 million d'euros brut. Les campagnes des annonceurs sur des produits ou services éligibles contribueront à financer des campagnes de sensibilisation dans la limite d'un plafond maximum inchangé de 5 millions d'euros bruts.

En 2023, le programme EcoFunding intégrera aussi le parrainage et un quatrième film faisant la promotion de la réparation et de l'allongement de la durée de vie des produits sera produit et diffusé.

4.1.3.3.5. Conformité des publicités en lien avec le développement durable

Le développement durable et l'économie circulaire, le respect de la personne et du bien-être animal, l'alimentation responsable, équitable et durable, la promotion des bons comportements alimentaires font partie, parmi d'autres, des éléments pris en compte par l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP) qui visionne tous les spots publicitaires avant leur diffusion et dont TF1 suit systématiquement les avis. TF1 Pub s'appuie notamment sur l'avis de l'ARPP qui, plus spécifiquement dans le cadre de sa recommandation « développement durable », veille à ce que dans le contenu des publicités, les actions significatives de l'annonceur ou les propriétés de ses produits en matière de développement durable soient présentées avec précision et soient conformes aux principes des objectifs de Développement durable de l'ONUD (Organisation des Nations Unies pour le Développement) qui abordent les différentes dimensions du développement durable : la croissance économique, l'intégration sociale, la protection de l'environnement. Cependant l'ensemble des communications publicitaires sont visionnées par TF1 Pub qui s'assure de leur adéquation avec la case de programmation et/ou la ligne éditoriale. TF1 est également signataire de la Charte alimentaire de l'ARCOM dont la troisième version est entrée en vigueur en janvier 2020. À ce titre, le Groupe s'engage à diffuser annuellement au minimum 17 heures de programmes faisant la promotion d'une bonne hygiène de vie et d'une alimentation saine et durable à des heures d'antenne favorables, et à renvoyer au site mangerbouger.fr.

4.1.3.4. Implication des collaborateurs dans la stratégie climat du groupe TF1 INTERNE

4.1.3.4.1. Sensibilisation et formation des collaborateurs aux enjeux de transition écologique

Conscient du rôle que peut jouer chaque collaborateur dans l'atteinte des objectifs de la stratégie climat, le groupe TF1 a à cœur de renforcer la sensibilisation de ses collaborateurs aux enjeux de transition écologique pour leur permettre d'en devenir acteur à l'échelle de leur périmètre de responsabilité.

Formation

L'Université et la Direction RSE du groupe TF1 ont construit avec plusieurs organismes de formation, un ambitieux projet d'accompagnement des collaborateurs aux enjeux de la transition écologique, afin de les impliquer dans la stratégie climat définie par le groupe TF1 et de susciter leur adhésion en les rendant acteurs à l'échelle de leur périmètre de responsabilité. **L'objectif est d'avoir sensibilisé 100 % des collaborateurs à horizon 2024 ;** plus d'un tiers des collaborateurs du Groupe, incluant Newen Studios, a bénéficié d'une action de formation en 2022.

Des programmes de formation sur les fondamentaux de la transition écologique et du climat ont été déployés en 2022 au plus près des différents enjeux métiers (Publicité et climat – Achats Responsables – Journalisme et climat...). L'ambition pédagogique est de partager un socle commun de connaissances sur les enjeux de la transition écologique, d'appréhender la spécificité métier, la réalité du secteur d'activité puis d'inviter les collaborateurs à s'engager dans l'évolution de leurs pratiques professionnelles.

Une offre de formation pour tous est par ailleurs proposée, déclinée au travers des ateliers « Fresques du climat » (550 participants depuis 2021) et un dispositif de *e-learning* de Coopcademy sur les thématiques environnementales (Mooc du C3D : comprendre la crise écologique – écogestes – sobriété numérique, etc.). Également, les collaborateurs du groupe TF1 ont la possibilité de suivre des programmes de formation mis en place par le groupe Bouygues notamment « Prospérité sans carbone » pour les membres du Conseil de Groupe et sur le *greenwashing* essentiellement à destination des communicants.

L'offre de formation conçue sur mesure pour le groupe TF1 est aussi déclinée et adaptée pour les collaborateurs de Newen Studios. En 2022, 200 collaborateurs de Newen Studios ont été sensibilisés aux enjeux de la transition écologique en appréhendant la spécificité des métiers de la production audiovisuelle à travers deux conférences animées par Imagine 2050 et une intervention sur la décarbonation de l'industrie audiovisuelle destiné aux producteurs de fiction des filiales à l'international.

En 2023, l'organisme Imagine 2050 va adapter et animer cette conférence pour les collaborateurs des filiales à l'étranger de Newen Studios. Également, La Fabrique des récits, un collectif imaginé et animé par Sparknews pour engager la création au service de la transition écologique et sociale a déployé un atelier sur les récits inspirants à destination de 20 collaborateurs de Newen Studios ; un second atelier est prévu pour début 2023. Également, trois collaborateurs ont pu en bénéficier en 2022 du programme *Prospérité sans carbone*.

Sensibilisation

Pour ce faire, la Direction RSE a multiplié les prises de parole en interne notamment à travers la Semaine de l'engagement (détaillée à l'avant propos) et le Comité TF1 Initiatives, ainsi que *via* de nombreux articles et vidéos publiés sur l'intranet Vous Faites TF1.

▼ Sensibilisation et formations des collaborateurs à la transition écologique



4.1.3.4.2. Incentive

L'accord d'intéressement

Le groupe TF1 a renouvelé en 2022 son accord d'intéressement signé en 2020, auxquels l'ensemble des collaborateurs éligibles est intéressé, si les conditions suivantes sont réunies :

- baisse d'au moins 1,5 % de consommation d'électricité sur la période du 1^{er} octobre 2021 au 30 septembre 2022 par rapport à la mesure enregistrée en 2021 soit 16 566 mégawattheures ;
- baisse d'au moins 10 % de déchets industriels banals sur la période du 1^{er} octobre 2021 au 30 septembre 2022 par rapport à la donnée de référence 2019⁽¹⁾ de 173,69 tonnes.

Ces critères, s'ils sont atteints, agissent comme boosters du taux d'atteinte global pour 10 % du montant de l'intéressement, dans la limite du plafond fixé à l'accord et sous condition de déclenchement des deux critères financiers.

La rémunération variable des dirigeants et des collaborateurs bénéficiaires d'une part variable

L'application d'un objectif RSE à hauteur de 10 % de la rémunération variable concernera à partir de la campagne d'entretien annuel 2022/2023, tous les collaborateurs bénéficiant d'une part variable, soit près de 500 personnes.

Lors de l'entretien, le *manager* doit choisir un objectif en lien avec les 11 enjeux prioritaires RSE incluant trois objectifs environnementaux ou l'un des trois enjeux transverses suivants :

- valorisation de la démarche RSE ;
- déclinaison de la stratégie RSE ;
- formation aux enjeux RSE.

4.2. ENJEUX MAJEURS SOCIAUX ET SOCIÉTAUX

L'analyse de matérialité conduite en 2021 a mis en exergue le rôle sociétal majeur joué par le groupe TF1 que ce soit sur ses antennes, notamment à travers ses contenus d'information et ses fictions, mais aussi son offre digitale pour répondre aux attentes croissantes de la société.

C'est animé par la volonté de représenter fidèlement la diversité de la société et de lutter contre les stéréotypes que le groupe TF1 a orienté ses actions dans ses contenus et également en interne.

4.2.1. Paramètres des reportings sociaux et sociétaux

Périmètre :

Ensemble des collaborateurs sous contrat de travail avec le groupe TF1, en ce compris les filiales plus récentes : Play Two, et Newen Studios. La part des effectifs couverte mentionnée dans l'ensemble de ce chapitre correspond au périmètre de la donnée 2021. Les indicateurs de ce volet social et sociétal peuvent être proposés sur 4 périmètres différents, exprimés en pourcentage des effectifs totaux :

- 100 % : Monde ;
- 83,9 % : France ;
- 70,5 % : France CDI ;
- 70,2 % : France CDI hors contrats suspendus.

À noter que les indicateurs sur les CDD comprennent également les contrats d'apprentissage et de professionnalisation.

Les informations publiées ci-dessous portent sur le périmètre TF1 SA et sur les filiales historiques du Groupe, ainsi que Play Two et Newen Studios, sauf expressément explicité.

Période :

Du 1^{er} janvier 2022 au 31 décembre 2022.

(1) Les années 2020 et 2021 n'étant pas significatives, compte tenu des nombreuses absences sur site des collaborateurs causées par la crise sanitaire.



4.2.2. Égalité femmes-hommes

Le groupe TF1 œuvre depuis de nombreuses années en faveur de l'égalité femmes-hommes que ce soit sur ses antennes et le digital ainsi qu'en interne et à l'externe.

Le groupe TF1 est également engagé dans la lutte contre le sexisme, le harcèlement sexuel et les violences faites à l'égard des femmes.

4.2.2.1. Représentation des femmes dans les contenus **CONTENUS**

Information

Mesure de la représentation des femmes dans l'information

TF1

Depuis 2016, le groupe TF1 s'efforce de renforcer la représentation des femmes expertes dans l'information avec pour objectif de tendre progressivement vers la parité dans les éditions de la chaîne TF1, et veille plus généralement à la représentation des femmes dans tous les sujets au sein des journaux télévisés.

L'étude annuelle qui était réalisée de manière volontaire par le groupe TF1 sur la place des femmes dans l'information depuis 2016 est devenue mensuelle depuis 2021 pour bénéficier de données quantitatives plus fréquentes, permettant un suivi des indicateurs et une sensibilisation des rédactions plus régulière.

INDICATEUR : PART DES FEMMES DANS LES JOURNAUX TÉLÉVISÉS DE TF1

	2022 *	2021	2020
Femmes dans les sujets des journaux télévisés	42 %	41 %	39 %
Expertes non TF1 dans les sujets des journaux télévisés	38 %	28 %	27 %

* Données internes pour l'année 2022 (hors août), incluant les JT 13h, 20h, Week-End, et les éditions spéciales.

Sur les plateaux de TF1, la représentation des femmes expertes était de 53 % en 2022, soit 9 points de plus qu'en 2021 ⁽¹⁾.

LCI

LCI s'engage auprès de l'ARCOM à ce que la part des femmes intervenant en plateau soit au minimum de 30 % et tende progressivement vers la parité. Cette progression est constatée tous les trois ans.

LCI veille à ce que la part des femmes politiques en plateau tende progressivement vers la parité. L'ARCOM apprécie la réalisation de cet engagement en prenant compte la réalité du paysage politique et le nécessaire respect des règles relatives aux temps d'intervention des personnalités politiques.

En 2022, il y avait sur LCI 44 % de femmes intervenant en plateau et 41 % de femmes politiques en plateau.

De plus, sur les plateaux de LCI, la représentation des femmes expertes était de 36 % en 2022, soit 3 points de plus qu'en 2021.

Valorisation de l'expertise féminine

Le programme d'accompagnement des femmes expertes : "Expertes à la Une"

2021 a marqué un nouveau tournant dans la prise en main du sujet de la représentation des femmes par la Direction de l'Information, avec le lancement de la nouvelle version du programme *Expertes à la Une*.

Les études menées par le groupe TF1 avaient en effet démontré la nécessité :

- de sensibiliser la rédaction, qui a bénéficié de formations dès 2017 pour mieux appréhender le sujet de la représentation des femmes dans l'information ;
- d'accompagner les femmes expertes pour les former aux besoins des rédactions.

La quatrième édition d'*Expertes à la Une*, lancée officiellement le 8 mars 2022 via une émission spéciale diffusée sur le digital et sur LCI, s'est étalée sur neuf mois.

Le programme, qui a de nouveau réuni 15 expertes issues de secteurs tels que la santé, la recherche médicale, la défense, la justice, la police ou encore l'économie, vise à renforcer, dans les journaux télévisés de TF1 et LCI, la part des femmes expertes dans des domaines où elles sont aujourd'hui moins présentes.

La promotion 2022, marrainée par la judoka Clarisse Agbegnenou, a bénéficié du parrainage ou marrainage de collaborateurs des rédactions de TF1 et LCI incluant Anne-Claire Coudray et Gilles Bouleau, d'un programme de *coaching*, de *media training* ainsi que de rencontres inspirantes. Certaines d'entre elles ont déjà été invitées sur les plateaux de TF1 ou LCI.

Le dispositif a été primé dans la catégorie Égalité Femmes-Hommes au Grand Prix Diversité et Inclusion 2022.

Une nouvelle édition d'*Expertes à la Une* sera proposée en 2023.

Le podcast *Expertes à la Une*

Depuis septembre 2020, la marque « Expertes à la Une » a également été déclinée sous forme de podcasts produits par la rédaction de TF1/TF1Info.fr avec des entretiens d'environ 45 minutes. Déjà 30 femmes ont été interviewées, dont en 2022 l'économiste et entrepreneure Eva Sadoun, et Françoise Mabile, la première femme sapeur-pompier volontaire de France.

Le site *Expertes.fr*

Les rédactions de TF1 et TF1 Info ont renouvelé leur soutien à la plateforme *expertes.fr* de la société Egaé qui recense des femmes expertes appelées à intervenir dans les médias. Ce soutien financier permet de contribuer à l'enrichissement de la base d'expertes auxquelles les rédactions ont accès et ainsi améliorer la représentation de l'expertise féminine dans les éditions.

(1) Ce chiffre est issu des indicateurs de représentation des femmes à l'antenne, transmis à l'ARCOM et prend en compte l'année 2022 complète.

Fictions

La Direction artistique de la fiction du groupe TF1 veille aussi à une juste représentation des femmes dans ses programmes avec la mise en avant d'héroïnes comme Audrey Fleurot dans « HPI » qui devient consultante pour la police grâce à ses capacités hors norme ou la série *Les Combattantes* portée par Sofia Essaidi, Julie de Bona, Camille Lou et Audrey Fleurot, quatre héroïnes avec quatre destins hors du commun pendant la première guerre mondiale.

En 2022, les chaînes du Groupe diffusent en *prime-time* plusieurs longs métrages dont le rôle principal est tenu par une femme, à titre d'exemples sur TF1, *Le Nouveau Stagiaire* avec une femme PDG d'une *start-up*, *Raid Dingue* sur la première femme à intégrer le Raid.

Newen Connect, filiale de distribution de Newen Studios, a conclu un accord en 2022 avec Imaginarium Productions pour le co-développement et la distribution de *Madame !*, une série d'époque créée et réalisée par Andy Serkis. La série explorera la vie de Marie Tussaud, connue pour ses sculptures de cire et le désormais célèbre musée « Madame Tussaud », qu'elle fonde à Londres en 1835.

Dans le cadre de son développement à l'international, Newen Studios acquiert des sociétés de production engagées sur la question de l'égalité Femme/hommes en portant essentiellement des projets réalisés par des femmes à l'image de Pupkin, une société de production hollandaise, *via* son label « Juliet ».

Par ailleurs, Newen Studios coproduit ou distribue des séries à succès mettant en scène des héroïnes à l'instar de :

- *Candice Renoir* incarnant un commandant de police qui doit concilier sa vie de policière et de mère de famille avec quatre enfants ;
- *Cassandra*, femme au caractère déterminé et mère célibataire, Florence Cassandra est une commissaire de police au prestigieux 36, quai des Orfèvres qui pourtant demande sa mutation à Annecy pour se rapprocher de son fils, un adolescent plutôt difficile vivant en foyer ;
- *Nina*, une série médicale proche d'une comédie qui a lentement évolué vers « un drama féministe et social, sérieux et parfois même engagé » avec la volonté de ses créateurs de faire de Nina un personnage féminin fort.

Documentaires

En 2022, Histoire TV a proposé à ses téléspectateurs les trois documentaires suivants :

- *Les Incorrectes* qui rend hommage à Alice Milliat, pionnière du sport féminin. Elle s'opposa aux diktats de son époque pour valoriser la pratique féminine du sport et donner une place aux femmes dans les compétitions sportives. En faisant intervenir dans le documentaire, des sportives d'aujourd'hui, ce film apporte un éclairage contemporain et inédit sur les actions d'Alice Milliat. Il révèle aussi les obstacles toujours présents et les combats restant à remporter pour que le sport féminin occupe la place qu'il mérite ;
- *Les Femmes de la Légion d'honneur* retrace la longue marche vers la parité. Depuis sa création en 1802, seulement 26 000 femmes ont été décorées de cet ordre, sur un total de 900 000 récipiendaires. La première le sera par Napoléon III, en 1851. Et il faudra attendre 2008 pour voir la parité imposée pour les seules promotions de civils ;
- *Les Identités de Mona Ozouf* est le portrait intime et intellectuel de l'historienne et philosophe.

Sport féminin

En 2022, les antennes du groupe ont consacré une large exposition au sport féminin avec la retransmission des :

- Coupe du monde féminine de rugby ;
- Championnats d'Europe féminins de handball ;
- UEFA EURO féminin 2022.

En février 2022, le groupe TF1 s'est également de nouveau associé à l'opération #SportFémininToujours, initiée par l'ARCOM. À cette occasion, les antennes du Groupe se sont mobilisées pour promouvoir le sport féminin et mettre en lumière la représentation des femmes à travers des reportages sur les sports féminins dans le JT de TF1, la couverture médiatique du Tournoi de France de football féminin dans l'émission *Téléfoot*, la diffusion de *Vis ma vie* et d'un reportage consacrés au sport féminin sur LCI, etc.

Jeunesse

TF1 a cofinancé et diffusé dans sa case jeunesse en 2021 puis en 2022 le programme d'animation *Chouette pas chouette* lancé à l'initiative de Make.org pour sensibiliser le jeune public aux stéréotypes et lutter contre le sexisme.

4.2.2.2. Féminisation des instances managériales INTERNE

Convaincu de l'importance de l'égalité femmes/hommes pour la performance au sein de l'entreprise, le groupe TF1 mène une politique volontariste et ambitieuse en faveur de la mixité et de l'équité entre les femmes et les hommes, notamment lors de l'embauche de ses collaborateurs, au cours de leur parcours professionnel, et en termes de politique salariale et de promotion. Cette politique a conduit à suivre plusieurs les indicateurs et à mettre en place des actions visant à féminiser les instances managériales.

4.2.2.2.1. Suivi de la féminisation des instances managériales

Le Comité Exécutif élargi du groupe TF1, incluant Newen Studios, comptait au 31 décembre 2022 huit membres (hors mandataire social) dont deux femmes, contre une au 31 décembre 2015. Au 31 janvier 2023, le COMEX est composé de dix membres dont quatre femmes.

La part des femmes au sein du Comité Management du groupe TF1, constitué des 149 principaux managers du Groupe intégrant Newen Studios, est passée de 28 % au 31 décembre 2015 à 48 % au 31 décembre 2022.

Au 31 décembre 2022, la part des femmes au sein du Comité Direction Générale du groupe TF1 est de 39 %.

Les scores d'index égalité femmes/hommes du groupe TF1 pour l'année 2023 publiés en mars 2023 sont les suivants :

- TF1 SA : 85 ;
- TF1 Pub : 96 ;
- TF1 Production : 93 ;
- LCI : 90 ;
- eTF1 : 88.



INDICATEUR : RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR SEXE

Répartition des effectifs par sexe au 31/12 (Périmètre : Monde, CDI et CDD)	% couverture/ effectifs	2022	2021	2020
Femmes	100	56,4	55,9 %	56,3 %
Hommes	100	43,6	44,1 %	43,7 %

INDICATEUR : PART DES EFFECTIFS FÉMININS PAR STATUT

Au 31/12 (Périmètre : Monde, CDI et CDD)	% couverture/ effectifs	2022	2021	2020
% de femmes parmi les ETAM *	100	59,5	59,4 %	62,7 %
% de femmes parmi les cadres	100	56,5	56,5 %	56,0 %
% de femmes parmi les journalistes	100	52,0	47,3 %	46,9 %

* ETAM - Employés, techniciens et agents de maîtrise.

INDICATEUR : PART DES EFFECTIFS FÉMININS PAR NIVEAU HIÉRARCHIQUE

Au 31/12 (Périmètre : France, CDI et CDD)	% couverture/ effectifs	2022	2021	2020
% de femmes dans le Comité Management (top management)	84	48,3	47,3	45,5 %
% de femmes dans l'ensemble du management senior (chefs de service C5 et +)	84	48,1	48,8	45,4 %
% de femmes dans les talents clés du Groupe	84	50,0	52,7 *	44,8 %

* En 2021, le périmètre de cet indicateur est l'ensemble du périmètre groupe TF1 (France), ce qui n'était pas le cas les années précédentes.

4.2.2.2. Actions mises en œuvre pour la féminisation des instances managériales
Les programmes d'accompagnement dédiés

- Un programme de 24 mois réservé aux cadres dirigeantes a été proposé en 2022 à sept collaboratrices pour accompagner leur développement et faciliter leur accession à des postes à plus haute responsabilité.
- Des programmes hauts potentiels avec 56 % de femmes pour One's (Hauts Potentiels) et 53 % pour Comete's (Hauts Potentiels Junior).
- 190 salariées ont suivi une formation « Leadership au féminin » depuis 2012 et trois programmes de mentoring interne et croisés accompagnent les femmes dans le développement de leur carrière ; sur 2022 c'est plus de 80 binômes qui se sont engagés dans un programme de mentoring en 2022 (75 % des mentees sont des femmes).

Les réseaux mixité

- Le réseau mixte Fifty-Fifty, créé en 2015 et désormais étendu à l'ensemble des collaborateurs y compris Newen Studios dénombre fin décembre 2022, 489 membres dont 26 % d'hommes. En 2022, Fifty-Fifty a poursuivi ses actions avec comme objectifs le développement de l'assertivité, la sensibilisation aux opportunités présentées par la mixité pour les managers, les échanges sur les liens entre mixité et performance et

l'identification de leviers d'actions permettant d'améliorer la mixité au sein de l'entreprise. Le board de Fifty-Fifty se compose de huit collaborateurs, six issus du groupe TF1 et deux issus de Newen Studios. En 2022, Fifty-Fifty a élargi son champ d'intervention aux sujets LGBT+ en organisant un premier événement fondateur sur l'inclusion LGBT+ en entreprise à l'occasion de la Journée mondiale de lutte contre les LGBT-phobies en mai dernier.

- Fifty-Fifty fait lui-même partie d'un réseau interentreprises « Mixité en Seine » qui donne lieu à des échanges entre les PDG des entreprises membres, et à des initiatives communes comme un programme de mentoring croisé profitant à plus de 200 mentees issus du groupe TF1 depuis 2017 dont 90 % de femmes. Très engagé en faveur de la parité femmes/hommes, le groupe TF1 a accueilli en juillet 2022, la première édition des Trophées « Rôles modèles » de Mixité en Seine, en présence d'Isabelle Lonvis-Rome, ministre chargée de l'Égalité entre les femmes et les hommes, de la Diversité et de l'Égalité des chances afin de montrer l'importance des rôles modèles en entreprise et mettre en lumière des collaborateurs et collaboratrices aux parcours inspirants. Un vote a permis d'élire dix rôles modèles selon cinq catégories (Allié(e), Audace, Engagement, Jeune pépite et Leadership) et de récompenser deux collaboratrices du groupe TF1, une journaliste reporter d'images et une productrice de Newen Studios qui ont bénéficié notamment de coaching.

Le soutien à la parentalité

Le groupe TF1 a signé la Charte de la Parentalité le 4 avril 2016 et des mesures concrètes ont été prises afin de favoriser l'équilibre vie professionnelle-vie personnelle. En 2020, le Groupe a étendu à quatre semaines rémunérées (28 jours calendaires le congé paternité initialement fixé à 11 jours calendaires et ce avant que ce ne soit mis en place par le gouvernement et rebaptisé « congé d'accueil du second parent ».

L'égalité salariale et le recrutement

Une attention particulière est portée, chaque année, lors des Revues de Rémunération (RDR), à l'équité salariale entre les femmes et les hommes au sein du groupe TF1 et à la promotion des femmes notamment aux postes de « Chef de service et plus ». De plus, pour l'ensemble des recrutements externes et internes, une femme, *a minima*, est positionnée en *short list* pour tout poste de *manager*, ainsi que pour les recrutements de journalistes.

4.2.2.2.3. Engagements en faveur de la féminisation des instances managériales

Un nouveau plan d'action mixité au niveau du groupe Bouygues SA a été déterminé et inclut des objectifs quantitatifs pour TF1 à horizon 2025 :

- 40 % de femmes au sein du COMEX (hors PDG) ;
- 40 % de femmes dans le Comité de Direction ;
- le maintien de la parité chez les managers

Ainsi que des objectifs à horizon 2023 :

- 48 à 52 % de femmes dans le Comité de Management ;
- 22 % de recrutement de femmes dans les métiers pénuriques.

4.2.2.2.4. Reconnaissance de la démarche de féminisation des instances managériales

Le groupe TF1 se positionne à la 35^e place du Palmarès 2021 de la féminisation des instances dirigeantes des entreprises du SBF 120.

4.2.2.3. Lutte contre les violences faites aux femmes, le sexisme et le harcèlement sexuel

Le groupe TF1 et Newen Studios sont très engagés en faveur de la lutte contre toute forme de violence faite aux femmes, le sexisme et le harcèlement sexuel, sur l'ensemble de leur périmètre d'action.

4.2.2.3.1. Relais dans les contenus des initiatives contre les violences faites aux femmes

Fictions

Le groupe TF1 poursuit la sensibilisation du public avec *Touchées* coproduit et diffusé sur TF1 en 2022. Cette fiction est portée par Mélanie Doutey qui incarne une femme cherchant à fuir avec son fils, son ex-conjoint violent. En participant à une thérapie de groupe originale basée sur l'escrime, elle va nouer une amitié sincère avec deux autres femmes et leur combat va consister à s'affranchir ensemble du passé. En parallèle de la diffusion sur TF1, le site TF1 & Vous a mis en ligne un dossier de sensibilisation aux violences faites aux femmes sur les thèmes suivants : comprendre et identifier les violences conjugales et sexuelles, trouver de l'aide face aux violences et se reconstruire après les violences.

Également, à l'occasion du troisième anniversaire du Grenelle des violences conjugales, en septembre 2022, Isabelle Lonvis-Rome, ministre de l'Égalité entre les femmes et les hommes, de la Diversité et de l'Égalité des chances, et le groupe TF1 ont organisé une avant-première de ce film suivie d'une table ronde en présence d'Alexandra Lamy, la réalisatrice, l'équipe du film et plusieurs associations qui luttent contre les violences faites aux femmes « Les Résonantes », « La Maison des Femmes » et « Active ton potentiel escrime ».

Au cours de l'année 2022, TF1 a proposé de nombreux programmes axés sur les violences envers les femmes dont 14 téléfilms, huit fictions de *prime-time* et cinq épisodes de *Demain nous appartient*.

Enfin, Newen Studios a produit *Claire Andrieux*, un téléfilm français réalisé par Olivier Jahan qui aborde la violence faite aux femmes et évoque le traumatisme du viol, de l'inceste et la façon dont il peut marquer toute une vie, ainsi que la difficulté pour la victime de continuer sereinement celle-ci, notamment dans ses relations avec les hommes.

Magazines et documentaires

TMC a participé également en 2022 à la lutte contre les violences faites aux femmes à travers son émission phare *Quotidien* en invitant Christelle Taraud, historienne, féministe, spécialiste des femmes et du genre et enseignante en France et aux États-Unis qui a dirigé l'équipe de spécialistes derrière l'ouvrage *Féminicides : une histoire mondiale*, en recevant Mélissa Theuriou pour *Combattre leur violence*, un film immersif centré sur les auteurs de violences conjugales au cœur des groupes de parole mis en place par le Service pénitentiaire d'insertion et de probation (SPIP) de Cergy.

La chronique de Maia Mazaurette de *Quotidien* a mis aussi en lumière les multiples affaires de violences sexuelles et sexistes au sein des partis politiques et s'est interrogée sur les hommes de gauche qui défendent l'égalité femmes-hommes ou bien la défense des hommes accusés de violences sexuelles ou sexistes souvent assurée par des femmes avocates. Également plusieurs reportages ont été consacrés à cette cause comme *50 ans d'invisibilisation des violences* témoignant que les violences conjugales n'étaient pas prises au sérieux en France.

Flux

En février 2022, TF1 a conçu un *prime-time* exceptionnel de l'émission *Une famille en or* en soutien à la Fondation des femmes. De nombreuses célébrités se sont affrontées dans l'émission animée par Camille Combal pour collecter de l'argent en faveur de cette Fondation. Par ailleurs, Camille Combal a animé un *prime-time* du show musical *Stéreo Club* au profit de la Maison des femmes en mai 2022.



Événements spéciaux

À l'occasion de la Journée des droits des femmes et de la Journée internationale pour l'élimination de la violence à l'égard des femmes, le groupe TF1 soutient les initiatives gouvernementales pour faire connaître les dispositifs existants à travers ses chaînes.

Le groupe TF1 manifeste également son aide par des dons d'espaces publicitaires à l'image de la campagne de sensibilisation initiée par le Service d'information du gouvernement #NERIENLAISSERPASSER. De la même manière, la régie du groupe TF1 a diffusé les spots de la Fédération nationale Solidarité femmes et de la Fondation des femmes.

Le 25 novembre 2022, à l'occasion de la Journée internationale pour l'élimination de la violence à l'égard des femmes, le groupe TF1 a dédié un reportage dans le journal de 20h à une application mobile de prévention contre les violences faites aux femmes. Cette application dénommée Sorority regroupe 42 000 femmes disponibles pour apporter un soutien moral ou un refuge aux femmes exposées aux violences conjugales. LCI a réalisé plusieurs chroniques et reportages : le combat de Gessica Notaro, brûlée à l'acide par son ancien compagnon en 2017, alors qu'elle avait demandé à la justice une ordonnance restrictive ; un centre d'appels du 3919, numéro public d'aide aux femmes victimes de violence conjugales ainsi que la manifestation contre les violences sexistes à Paris par le biais de duplex. Cette mobilisation se traduit aussi par les invités de la chaîne à l'instar de la ministre chargée de l'Égalité entre les femmes et les hommes, Isabelle Lonvis-Rome reçue par Ruth Elkrief ou la comédienne Andréa Bescond, actrice et réalisatrice du film *Les Chatouilles* invitée de la matinale de Paul Larroutou et Elizabeth Martichoux. En parallèle, TF1 Info a couvert cette journée, avec notamment un article faisant un bilan sur l'évolution des dispositifs mis en place pour lutter contre ces violences. L'ensemble de ces initiatives ont été relayées sur les réseaux sociaux du groupe TF1.

4.2.2.3.2. Lutte contre le harcèlement sexuel et le sexisme au sein de l'entreprise INTERNE

TF1 ⁽¹⁾

Le groupe TF1 est signataire de #StOpE, un acte d'engagement contre le sexisme dit ordinaire en entreprise et de la Charte contre le harcèlement sexuel et les agissements sexistes de Pour les Femmes dans les Médias (PFDM).

La signature de ces chartes s'accompagne d'actions de sensibilisation pour les collaborateurs du groupe TF1 destinées à lutter contre le sexisme et les stéréotypes :

- la mise en place d'un dispositif d'alerte et d'un processus d'enquête pour harcèlement ou violence ;
- la désignation, la formation et la mise en avant du réseau de référents harcèlement, qui a été étoffé en 2022 par des référents nommés au sein de la Direction de l'Information ;

- une cellule psychologique dédiée ;
- des interventions destinées aux collaborateurs de Brigitte Gresy et Ines Dauvergne en tant qu'expertes sur les enjeux du sexisme au travail et ses possibles dérives ;
- une plaquette dédiée destinée aux collaborateurs et des communications internes digitales (articles, pédagogie par des illustrations de A. Chereau et film mettant en avant les référents).

Depuis fin 2020, des *managers* du groupe TF1 ont été formés au thème du « Management inclusif » pour détecter et lutter contre les stéréotypes et prévenir les micro-agressions afin de bâtir un cadre de travail plus respectueux et inclusif. Ce module devient accessible à tous les collaborateurs du groupe TF1 en 2023.

Pour sensibiliser le plus grand nombre, le groupe TF1 a proposé fin 2021 un module de *e-learning* créé par #StOpE « Tous acteurs contre le sexisme », rendu obligatoire et suivi par 93 % des collaborateurs ⁽²⁾ en 2022.

En complément, le groupe TF1, s'est doté depuis 2014, d'un dispositif d'écoute externalisé « Allodiscrim », destiné à traiter les éventuelles situations de discrimination et d'inégalité de traitement.

Newen Studios

Des formations pour lutter contre le harcèlement sexuel et moral ainsi que les comportements sexistes ont été dispensées au management par le cabinet d'avocats Allen & Overy et aux personnels de production par l'Association européenne contre les violences faites aux femmes au travail (AVFT) en 2021. Ce dispositif a été renforcé en 2022 par une session de formation en ligne contre les agissements sexistes et le harcèlement sexuel et moral à destination des équipes de Newen Studios pour le périmètre France par le cabinet d'avocats Allen & Overy sensibilisant ainsi une centaine de collaborateurs. Le DRH de Newen Studios a communiqué durant cette session aux collaborateurs le nom des quatre référents harcèlement entreprise du Groupe.

En outre le pilote de formation managériale, déployé en 2022 au sein de la filiale de Newen Studios, Blue Spirit a abordé les sujets du harcèlement, des agissements sexistes et de la violence au travail au travers de la formation « Management, motivation et prévention des risques » dispensée par le CRECI. Cette formation à destination de 35 intermittents et quatre permanents a permis d'aborder à travers deux volets « Les fondamentaux du management » et « Le harcèlement moral, sexuel et les comportements sexistes » sur une durée de trois jours.

Suivi du dispositif mis en place

En 2022, trois enquêtes ont été diligentées au sein du groupe TF1 (y compris Newen Studios) pour des faits signalés pouvant être caractérisés de harcèlement moral et/ou sexuel, et/ou d'agissements et propos sexistes, dont une a donné lieu à une sanction.

(1) Groupe TF1 hors Newen Studios

(2) Collaborateurs en CDI, périmètre groupe TF1 hors Newen Studios.

4.2.2.4. Actions externes en faveur de l'empowerment féminin EXTERNE

Pour les femmes dans les médias

En 2022, le groupe TF1 et Newen Studios sont signataires de la Charte « Parité mode d'emploi » de « Pour les Femmes dans les Médias », qui propose des idées pragmatiques afin de tendre rapidement vers une plus grande parité femmes/hommes dans les médias. Ces propositions sont issues d'un travail collaboratif avec un grand nombre de sociétés et d'institutions publiques ou privées, liées aux médias : https://www.pfdmedia.fr/_files/ugd/b48a0f_f7bbf8fe0f8649c6b217fe6f1726ceba.pdf.

Levons le doigt pour l'éducation des plus fragiles

Enfin, le groupe TF1 accorde depuis de nombreuses années de la visibilité sur ses antennes et sur le digital, à l'opération « Levons le doigt pour l'éducation des filles » dont Anne-Claire Coudray, journaliste et présentatrice des éditions du JT du week-end, est marraine. Devenue depuis 2020 « Levons le doigt pour l'éducation des plus fragiles », l'opération vise à financer la construction d'un deuxième internat et d'une école maternelle sur le campus Happy Chandara de Toutes à l'école, qui scolarise 1 700 filles très défavorisées au Cambodge. Une aide importante a aussi été apportée à 15 jeunes Afghanes réfugiées en France avec la mise en place d'un programme d'enseignement du français à l'Alliance Française. S'est ajouté un soutien à l'ONG Afrane, qui œuvre en Afghanistan pour former et rémunérer des professeurs.

4.2.3. Inclusion

L'inclusion est toujours au cœur des préoccupations du groupe TF1 en 2022, avec notamment le déploiement d'une formation sur le management inclusif au sein des équipes et les initiatives destinées à changer le regard sur le handicap. Pareillement, les initiatives de Newen Studios s'inscrivent dans un engagement fort porté aux enjeux de diversité, d'équité et d'inclusion au sein du

4.2.3.1. Diversité des origines ethniques et sociales

4.2.3.1.1. Reflet de la diversité de la société dans les contenus CONTENUS

Sur ses antennes et sur le digital, le groupe TF1 s'attache à refléter toute la diversité de la société, sans stéréotypes. Des engagements chiffrés sont transmis chaque année au régulateur portant sur la visibilité des personnes vues comme non blanches dans les fictions. Par ailleurs, un courrier est envoyé chaque année aux producteurs d'émissions de flux afin de les sensibiliser à la thématique de la diversité au sein des programmes qu'ils réalisent pour les chaînes.

Le groupe TF1 s'est engagé aussi à porter une attention particulière à la représentation de toutes les catégories socioprofessionnelles.

Info

Le journal de 13h de TF1 est emblématique pour ses liens avec la ruralité, les agriculteurs, la France des régions et le public sénior.

Depuis plus de dix ans, l'opération phare du 13h, « SOS Villages » propose des reportages en région et soutient tout au long de l'année les villages en difficulté et leurs commerces en perdition pour aider à retrouver des repreneurs et favoriser la continuité des villages en zone rurale. D'autres initiatives existent telles que « Le plus beau marché de France » depuis 2018, toujours en partenariat avec la presse régionale.

Women's Forum

Le Groupe, à travers sa chaîne LCI, a de nouveau accompagné le *Women's Forum*. Cet événement valorise les points de vue et les voix des femmes sur les grandes questions économiques et sociales, et permet au groupe TF1 de prendre part, à travers des délégations mixtes, aux échanges sur la place des femmes dans la société.

Assises de la parité

En juin 2022, le groupe TF1 a également apporté son soutien aux Assises de la parité sur le thème de « L'accélération » en renforçant la visibilité de l'événement sur l'ensemble de ces canaux de communication sur LCI et TF1 Info.

Les Femmes s'Animent

Blue Spirit, la filiale d'animation de Newen Studios s'est engagée aux côtés de l'association « Les Femmes s'Animent » en s'impliquant dans un projet de mentorat féminin « Parcours de femme » pour aider des femmes africaines et françaises n'ayant pas accès aux réseaux du secteur de l'animation, à créer un court métrage en animation. Les Femmes s'Animent sont à l'initiative de ce programme, lancé en 2021, qui a permis à six duos d'autrices et de réalisatrices de développer leur projet de film, du concept au pitch à l'occasion du Festival d'Annecy en 2022.

groupe et dans les contenus, en France et à l'international notamment au travers de son comité Diversité et Inclusion. Pour développer cette culture inclusive, les deux groupes multiplient les actions qui permettent de faciliter l'accès à la formation et à l'emploi de jeunes talents (scénaristes, réalisateurs, comédiens, journalistes...) issus de la diversité.

Fictions

Dans les fictions, la diversité des origines sociales et ethniques est souvent au cœur des histoires et la Direction de la Fiction impose dans ses contrats que les castings comportent des comédiens représentant la diversité de la société française. De nombreux héros et personnages récurrents sont eux-mêmes issus de la diversité et la Direction de la Fiction veille à lutter contre les stéréotypes comme la série *Je te promets*, une chronique familiale traversant plusieurs époques, adaptée de la série américaine culte *This is Us*, dont la troisième saison sera diffusée en 2023 sur TF1.

Par ailleurs, TF1 a proposé *Champion*, un téléfilm sur l'illettrisme, phénomène social souvent passé sous silence. Interprété par Kendji Girac, cette histoire touchante aborde avec finesse d'autres sujets comme le cancer ou les non-dits dans la sphère familiale. Également, les feuilletons quotidiens *Demain nous appartient* et *Ici tout commence* offrent une visibilité quotidienne à la diversité et l'inclusion à travers les personnages.

Flux

Les programmes de flux veillent à refléter la diversité de la société et certains programmes comme *The Voice*, *Vendredi tout est permis* et *Star Academy* notamment ont permis de dénicher et faire émerger des talents de toutes origines sociales et ethniques avec des succès incontestables dans les domaines de la musique, l'humour et la comédie.



Des courriers de sensibilisation sur la nécessité d'offrir une meilleure représentation de la diversité au sein des émissions sont adressés chaque année aux sociétés de production de magazines, jeux, divertissements et télé-réalité qui fournissent des programmes au Groupe.

Programmes courts

TF1 diffuse depuis 2021 *Engagés et Positifs*, un programme court parrainé par Allianz et produit par TF1 Factory qui laisse place à une info positive en partant à la rencontre de Français.es agissant pour améliorer leur quotidien sur les thèmes de l'inclusion sociale, les nouvelles mobilités ou la transition énergétique.

Un nouveau programme court intitulé *Portraits de bénévoles*, parrainés par Bouygues Télécom met en lumière des personnes qui s'engagent pour soutenir différentes causes.

4.2.3.1.2. Diversité et égalité des chances au sein de l'entreprise INTERNE

Les formations dédiées

Conformément à la loi, les équipes RH du groupe TF1 suivent une formation « Recruter sans discriminer ».

Depuis fin 2020, la RH propose aussi à ses *managers* la formation « Management inclusif » pour lutter contre toute forme de stéréotype y compris ceux liés aux origines ethniques et sociales. Cette formation est maintenant déclinée en atelier collectif interactif pour tous les collaborateurs du Groupe afin de décoder les stéréotypes et prévenir les différentes formes d'exclusion ordinaire. Depuis 2020 plus de 300 collaborateurs ont participé au module de formation « Mixité et stéréotypes ».

Depuis 2022, les membres du CODG sont également invités à participer à une formation proposée par le groupe Bouygues, intitulée « Management inclusif et performance ».

Les initiatives de l'information

Le Prix Patrick Bourrat

TF1 et LCI ont organisé, en 2022, la 10^e édition du Prix Patrick Bourrat. Ouvert aux élèves de dernière année des 14 écoles de journalisme reconnues par la profession, ce concours a récompensé cinq candidats à l'issue d'un CDD effectué cet été au sein des rédactions de TF1, LCI et TF1 Info et au cours desquels ils ont pu expérimenter les différentes facettes du métier : commentaire sur images, direct, reportage sur le terrain. Les lauréats se sont vu attribuer chacun un CDD d'une durée de 10 mois supplémentaires.

Le Grand Prix TF1 de l'alternance

Lancé en 2021 par la Direction de l'Information, le grand prix TF1 de l'alternance a pour objectif de donner leur chance aux étudiants journalistes en contrat d'alternance à TF1 comme dans d'autres médias, et qui n'ont donc pas eu la possibilité de concourir au Grand Prix Patrick Bourrat. Le prix 2022 a récompensé une journaliste reporter d'images qui va poursuivre son expérience au sein de la Rédaction de TF1 par un CDD d'un an.

La Chance pour la diversité dans les médias

Le groupe TF1 soutient la Chance pour la diversité dans les médias qui œuvre en faveur de la réussite des étudiants boursiers aux concours des écoles de journalisme. Ce partenariat se traduit par un soutien financier et un accompagnement des équipes de l'information *via* des visites de la rédaction pour les étudiants, du mentorat et une participation aux formations.

La Direction de l'Information du groupe TF1 continue de soutenir « La Chance pour la diversité dans les médias » en attribuant une bourse à deux jeunes ayant choisi une spécialisation télévision ou radio plus un autre jeune intégrant une classe préparatoire. Ces trois étudiants sélectionnés sur dossier sont accompagnés par un journaliste/tuteur qui leur donne accès aux rédactions de TF1 et LCI (visites, suivi de conférences de rédaction, suivi de JT, stage(s) éventuel(s)...) et les accompagne dans leur parcours universitaire.

Les actions de la Fondation TF1 en interne

La Fondation d'entreprise de TF1 recrute chaque année une promotion de jeunes âgés de 18 à 30 ans habitant dans les quartiers populaires. Les candidats sont sélectionnés par un jury de professionnels et se voient proposer une insertion de deux ans dans le groupe TF1 en contrat d'alternance, avec l'accompagnement d'un tuteur et d'un parrain qui apporteront à la fois un développement du réseau, mais aussi un apprentissage des codes de l'entreprise et une formation reconnue dans le milieu professionnel. Le dispositif concerne plus de 25 métiers, liés au journalisme, à la production audiovisuelle et aux métiers du tertiaire de l'entreprise. En 2022, la fondation TF1 a accueilli sa 15^e promotion avec 12 candidats sélectionnés.

Au fil des ans, la Fondation inscrit une mixité réelle et naturelle parmi les candidats qui postulent aujourd'hui à TF1. Elle permet aussi à des jeunes sans qualification de retrouver confiance et de se réinsérer dans le marché du travail. Depuis sa création, la Fondation a accompagné 165 jeunes qui investissent ensuite l'ensemble des filières métiers du Groupe telle que la comptabilité, l'infographie, la communication externe, le marketing et dont certains sont aujourd'hui des journalistes reconnus sur nos antennes.

Enfin, la Fondation propose aux collaborateurs de TF1 de s'impliquer dans le programme « Stop Illettrisme » en accompagnant 12 à 15 salariés prestataires dans l'apprentissage de la lecture et de l'écriture. Ce dispositif a été maintenu en présentiel et en distanciel malgré la crise sanitaire en 2021 et s'est poursuivi toute l'année 2022.

Le Comité Diversité et Inclusion de Newen Studios

Newen Studios renforce son engagement pour la diversité et l'inclusion en tissant des liens étroits avec le milieu associatif. Ces initiatives sont portées par le Comité Diversité, Équité et Inclusion, dirigé depuis novembre 2022 par Ludivine Svaldi, Directrice de la Communication de Newen Studios et Olivier Levard, Directeur du Numérique France. Créé en 2021, ce Comité a pour mission principale de coordonner l'ensemble des initiatives de Newen Studios afin de favoriser l'équité, la représentation des diversités, et encourager la créativité et l'innovation.

4.2.3.1.3. Actions en faveur de l'insertion professionnelle des jeunes en externe EXTERNE

Les actions de la Fondation d'entreprise TF1 à portée externe

Le rôle de la Fondation TF1 ne se limite pas au recrutement de jeunes en interne. Elle poursuit d'autres missions ciblées sur l'insertion professionnelle de jeunes de manière plus générale. La Fondation met notamment en place chaque année un dispositif de stages interentreprises en classe de 3^e avec « Tous en stage » pour permettre aux jeunes collégiens de zones d'éducation prioritaire de trouver leur stage de découverte *via* une plateforme numérique, dans les entreprises inscrites. Au vu du développement massif du télétravail depuis 2020, le dispositif a été complété par une version digitale « Tous en stage digital ». En 2022, le groupe TF1 a accueilli 1 800 élèves avec le soutien des collaborateurs.

La Fondation TF1 a également proposé à l'association « Le Silence des Justes » des stages découverte au sein de TF1 pour quatre jeunes adultes autistes âgés de 16 à 20 ans pendant une semaine avec un parcours dédié pour découvrir les métiers des médias.

Pendant la Semaine de la presse, la Fondation TF1 a organisé avec le CLEMI plusieurs événements mobilisant les Rédactions de TF1 et LCI. 150 élèves sont venus découvrir les différentes structures et équipements qui contribuent à la fabrication des journaux télévisés guidés par Christophe Beaugrand, journaliste et animateur engagé du groupe TF1 via un Facebook *live* ouvert aux collègues et lycées partenaires. Une dizaine de privilégiés ont pu participer à son émission diffusée sur LCI. En outre, les reporters et journalistes sont allés à la rencontre des collégiens et lycéens pour expliquer leur métier et partager leur expérience sur la couverture médiatique du conflit ukrainien, la ligne éditoriale du journal de 13h, les spécificités du journalisme digital par exemple à travers une vingtaine de visioconférences.

La Fondation TF1, Google France et Oreegami ont créé un *bootcamp* numérique proposant une formation « Expert Marketing Digital », un parcours complet et multiplateformes qui s'adresse aux jeunes chercheurs d'emploi désireux d'acquérir des compétences digitales et aux TPE, PME et ETI souhaitant bénéficier de l'accompagnement des apprenants pour activer leur présence en ligne. En 2022, cette initiative a concerné quatre promotions avec 100 étudiants formés et 60 entrepreneurs à Paris, Montpellier, Lille et Marseille.

La Fondation TF1 est partenaire de Studytracks, une application de chansons pédagogiques pour lutter contre le décrochage scolaire. Conçue en collaboration avec des scientifiques, cette application à destination des enseignants et validée par l'Éducation nationale propose aujourd'hui plus de 1 800 chansons dans toutes les matières, en français et en anglais, du CM1 à la terminale incluant le CAP permettant aux élèves d'apprendre de façon ludique et efficace grâce à la mobilisation d'artistes dont JoeyStarr, Black M, Joyce Jonathan. TF1 a accueilli la première édition des *Studytracks Awards* en juin 2022, un challenge de création de chansons pédagogiques regroupant plus de 110 établissements scolaires. Les lauréats, une classe de 6^e du collège Pierre-et-Marie-Curie de L'Isle-Adam et une classe de 4^e du collège César-Franck de Palaiseau pourront enregistrer leurs chansons sur le paléolithique en histoire et les transformations chimiques en physique-chimie dans un studio professionnel avec le label IKR.

Par ailleurs, la Fondation TF1 s'est engagée en 2022 auprès de la Fondation Mozaïk organisatrice de la nouvelle édition du Sommet de l'inclusion économique sur le thème « Agir avec impact » au ministère de l'Économie en présence notamment du ministre Bruno Le Maire, réunissant plus de 5 000 décideurs, *managers*, experts et personnalités pour favoriser la diversité entrepreneuriale.

Enfin, la Fondation TF1 participe régulièrement au sein de collèges, lycées, facultés et écoles d'enseignement supérieur à des prises de parole autour de la problématique de l'insertion professionnelle des jeunes et des sujets sociétaux qui les préoccupent tels que les *fake news*, la nutrition et l'enseignement du fait religieux. La Fondation TF1 a organisé des rencontres entre Yvan Wouandji, joueur de cécifoot, et des collégiens et lycéens des quartiers populaires pour sensibiliser les jeunes au handicap (cf. 4.2.3.2.3).

Les actions en faveur de l'insertion professionnelle des jeunes dans la filière audiovisuelle et cinéma

Immersion Cinéma, avec l'association La Réplique

Newen Studios s'engage à multiplier les initiatives permettant de faciliter l'accès à la formation et à l'emploi de jeunes talents issus de la diversité, à l'instar de l'opération « Immersion Cinéma » lancée à Marseille en mars 2021, portée par l'association « La Réplique », en partenariat avec notamment, la Région Sud, l'ERACM (École régionale d'acteurs de Cannes et Marseille), l'association « Les Têtes de l'Art », Newen Studios et le groupe TF1. Immersion Cinéma se poursuit en 2022 et a pour ambition de soutenir le développement de la filière professionnelle du métier de comédien, de mettre en place un parcours de formation accessible à tous et de susciter des vocations. Newen Studios mobilise plusieurs compétences en interne sur cette opération dont un producteur en tant que membre du jury, sa Directrice de l'Innovation, une *coach* d'acteurs et une Directrice de Casting.

Depuis 2021, 91 jeunes de 16 à 29 ans repérés par des associations locales et ayant déjà une première expérience artistique, ont pu passer des castings. 28 d'entre eux se sont vu offrir un stage intensif de deux semaines au sein de l'ERCAM avec des ateliers de danse, de chant, d'improvisation et des tournages réalisés dans des conditions professionnelles. Chaque stagiaire bénéficie depuis 2022 d'un accompagnement individualisé au long cours. À l'issue de ce programme, 45 castings et 26 rôles dont un récurrent dans *Plus belle la vie* ont été proposés aux lauréats.

Tremplin

Dans les Hauts-de-France, Newen Studios est partenaire depuis 2022 du programme pilote Tremplin, issu du Séries Mania Institute, qui forme les jeunes aux métiers de l'audiovisuel. Séries Mania a permis à la ville de Lille de devenir une référence dans le secteur des séries en pleine croissance. Ce succès a permis la création du Séries Mania Institute proposant une offre de formation d'excellence aux métiers de la série. En son sein, le programme Tremplin veut promouvoir l'égalité des chances par l'initiation et l'orientation des jeunes des Hauts-de-France attirés par le secteur audiovisuel (sans condition de diplôme). Sélectionnés parmi plus d'une centaine de candidats, 20 jeunes des Hauts-de-France, issus du programme Tremplin, seront formés à la technique narrative des séries, aux métiers techniques de l'audiovisuel et participeront à des rencontres professionnelles avec les équipes de Newen Studios.

Conservatoire européen d'écriture audiovisuelle (CEEA)

Newen Studios a décidé de soutenir le Conservatoire européen d'écriture audiovisuelle (CEEA) en accordant une bourse à six étudiants scénaristes avec l'objectif d'accompagner les talents de demain, dans toute leur diversité, dans les activités audiovisuelles. Newen Studios et le CEEA partagent une vision commune : développer la fiction française et accompagner les talents. Créée en 1996 à l'initiative de professionnels (diffuseurs, institutionnels,...) et dirigée par Patrick Vanetti, l'association CEEA est la seule école en France uniquement consacrée à la formation de scénaristes. Elle œuvre pour la professionnalisation d'auteurs de fiction. Avec le souhait collectif d'offrir les meilleures conditions d'études possibles, Newen Studios a mis en place un système de bourse d'étude respectant des critères objectifs préétablis et s'engage à accompagner financièrement les élèves bénéficiaires, durant leurs deux années de formation.

La Direction de la Fiction du groupe TF1 apporte aussi un soutien financier au CEEA.

Cité européenne des scénaristes

Le projet de compagnonnage de la Cité des scénaristes, pour faciliter l'insertion de jeunes scénaristes ne bénéficiant pas tous des réseaux et ressources financières leur permettant d'accéder à ces métiers, est accompagné financièrement par la Direction de la Fiction de TF1.

FEMIS

La Direction de la Fiction de TF1 soutient également financièrement les actions de la FEMIS, et spécifiquement son offre de formations en séries, en tant qu'entreprise active dans ce domaine. Cela permet, en outre, de garantir la parfaite adéquation des formations proposées avec les besoins de professionnalisation du secteur.

Le concours de fictions Imagine

Le groupe TF1 a lancé en avril 2022 la première édition d'Imagine, le concours de fictions courtes qui ambitionne de révéler et d'accompagner les talents de demain, ainsi que de valoriser la création française dans toute sa diversité. Cette première édition a fourni plus de 120 candidatures. Le jury a sélectionné 48 films qui ont pu bénéficier d'une mise en avant sur le site MYTF1. Dix courts-métrages et 10 *short-coms* ont ensuite été retenus et présentés à un jury de professionnels de l'audiovisuel.

Les autres activités de mécénat en faveur de l'insertion professionnelle des jeunes

Soucieux de répondre aux problématiques liées à l'insertion professionnelle des jeunes issus de la diversité, le groupe TF1 soutient depuis plusieurs années les deux associations suivantes :

- **Moteur !** à travers un concours, incite des jeunes âgés de 14 à 22 ans de tous horizons à réaliser un film de 1'30" sur une personne qui les inspire. Cette démarche vise à donner envie à

ces jeunes de progresser et grandir à travers l'exemplarité de modèles inspirants et ainsi favoriser l'égalité des chances et l'insertion professionnelle des jeunes grâce à ce concours et au programme d'accompagnement qui vient compléter le dispositif.

Ce partenariat se traduit par un soutien financier de TF1, le relais des temps fort du concours et la production de minutes d'inspiration par des personnalités du groupe TF1. En outre, le prix TF1 Initiatives marrainé depuis 2020 par Anaïs Grangerac, animatrice du groupe TF1, a mis en lumière les réalisations des lauréats dont les thèmes font écho aux grandes causes et valeurs soutenues par TF1. Les gagnants des précédents concours (2020 et 2021) ont enfin pu profiter de leur journée de découverte à TF1 et se familiariser ainsi avec les métiers de l'audiovisuel. Les deux lauréates du concours de 2022 ont profité d'une récompense individualisée en résonance avec le thème de leur film ;

- **Sport dans la ville** qui accompagne les jeunes issus des quartiers prioritaires de la ville pour participer activement à leur insertion sociale et professionnelle par le sport. Cet accompagnement vise à permettre à chaque jeune d'acquiescer de la confiance en soi et des valeurs indispensables à son avenir pour lui donner les mêmes chances de réussite. Le soutien financier du groupe TF1 est fléché vers l'insertion professionnelle des jeunes filles. En 2022, un groupe de jeunes filles et garçons ont pu découvrir en avant-première le documentaire *Les Incorrectes : Alice Milliat et le début du sport féminin* (cf. 4.2.2.1) Un tournoi de tennis solidaire organisé par Sport dans la ville a également été proposé aux collaborateurs du groupe TF1 en 2022 pour faire connaître les actions de l'association plus largement en interne.

4.2.3.2. Handicap

4.2.3.2.1. Représentation du handicap dans les contenus

Gilles Péliçon, PDG du groupe TF1, a signé en 2019 la Charte ARCOM sur la représentation des personnes handicapées et du handicap dans les médias audiovisuels, aux côtés d'autres dirigeants. La signature de cette charte est un signal fort de l'engagement du groupe TF1 en faveur d'une meilleure représentation des personnes handicapées sur ses antennes.

Le groupe TF1 a proposé une soirée événement en mai 2022 avec la fiction inédite *Handigang* interprétée par Alessandra Sublet et Théo Curin, mettant en scène Sam, un lycéen en fauteuil roulant qui, accompagné de ses amis, dénonce le manque d'accessibilité et de considération qu'ils subissent au quotidien. La fiction était suivie du documentaire *Théo Curin : Ma différence, ma force* produit par TF1 Production, un programme qui retrace la vie de Théo Curin et son destin hors normes.

Également, les téléspectateurs de TF1 ont retrouvé pour la cinquième saison la série *Good Doctor* qui met en scène Shaun Murphy, un jeune chirurgien, atteint du syndrome d'Asperger interprété par Freddie Highmore.

À l'occasion de la Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées (SEEPH), le groupe TF1 a participé à la journée nationale de sensibilisation #DuoDay2022 pour la cinquième année consécutive, en accueillant sur ses antennes à des créneaux horaires de forte audience, des personnes handicapées qui ont présenté en duo le tirage du loto, la météo avec les présentateurs habituels dont Évelyne Dhéliat avec la Responsable de la Mission Handicap du groupe TF1, atteinte de dégénérescence maculaire. Dans *Le 20h vous répond*, Gilles Bouleau et Garance Pardigon ont traité chaque soir une question concernant le handicap au travail. Une série de vidéos a été réalisée sur TikTok avec l'influenceur Roro le Costaud, pompier devenu tétraplégique totalisant 1,5 million d'abonnés, qui répond à des questions pratiques et partage son histoire et son expérience. Le site de TF1 Info s'est également fait l'écho du #DuoDay2022 notamment à travers une vidéo sur la place du handicap dans les médias.

Newen Studios produit et diffuse sur les réseaux sociaux *Raconte* qui met en avant des personnes en situation de handicap. Le portait d'une coiffeuse aveugle a généré 4 millions de vues. Ce programme aborde sans tabou différents sujets sur la vie quotidienne, la santé et la sexualité à travers des histoires positives.

4.2.3.2.2. Accessibilité des contenus **CONTENUS**

Grande chaîne familiale, TF1 se doit d'assurer l'accessibilité des programmes à tous, notamment aux personnes atteintes d'une déficience auditive ou visuelle.

Sous-titrage

Depuis septembre 2010, 100 % des programmes de TF1 et TMC sont sous-titrés, conformément à la loi. Pour les programmes d'information, un dispositif particulier a été mis en place pour allier la réactivité à une bonne qualité dans la transcription des commentaires des sujets ou de la voix du journaliste en plateau. Il repose sur une équipe de trois personnes et nécessite un logiciel de reconnaissance vocale. TF1 a signé le 12 décembre 2011 la charte relative à la qualité du sous-titrage proposée par l'ARCOM. Les chaînes du Groupe sous-titrent toutes leurs antennes au-delà de leurs obligations.

Audio-description

Le handicap visuel est pris en compte en proposant des programmes en audio-description, technique permettant de « voir » un film grâce à une description sonore appropriée de l'action et de l'environnement mise au point par l'AVH (Association Valentin Haüy). En partenariat avec la Fédération française de football, le groupe TF1 poursuit sa politique d'inclusion des personnes en situation de handicap en diffusant à nouveau des

matches de l'équipe de France audio-décrits : France/Afrique du Sud le 29 mars 2022 et France/Croatie le 13 juin 2022 sur TF1. Les matches de l'équipe de France qui se jouent à domicile font l'objet d'une audio-description.

Contenus digitaux

Concernant l'accessibilité des contenus digitaux, les programmes des antennes du Groupe diffusés avec du sous-titrage ou de l'audio-description sont proposés en *replay* sur le site MYTF1. Par ailleurs, l'implémentation de la solution « FACIL'iti » sur les sites Internet MYTF1 et TF1 Info permet aux internautes de lire les pages Internet adaptées en fonction de la pathologie dont il aura préalablement renseigné la nature sur le site de « FACIL'iti ». Les équipes de TF1 Info ont été formées aux enjeux de l'accessibilité en 2022.

4.2.3.2.3. Emploi des personnes en situation de handicap INTERNE

Le groupe TF1 est engagé depuis 2007 pour l'insertion des personnes handicapées au sein de l'entreprise, avec la création de la mission handicap, composée d'une personne dédiée et d'une alternante. Cette entité organise des points de partage hebdomadaires avec le service recrutement et trimestriels avec la commission de suivi des indicateurs (Direction des Relations Sociales et Direction Opérationnelle RH).

Indicateur : Nombre de travailleurs handicapés dans l'entreprise

(Périmètre : France)	% Couverture /effectifs	2022	2021	2020
		Nombre de travailleurs handicapés au 31/12 (tous types de contrats)	84	104
Salariés handicapés embauchés en cours d'année (CDD, CDI)	84	30	25	14

Gilles Pélisson a signé en 2019 un manifeste initié par Sophie Cluzel, secrétaire d'État chargée des personnes handicapées, et par le Salon du handicap (groupe Les Échos-Le Parisien) pour assurer une meilleure inclusion des personnes en situation de handicap dans les entreprises. La signature de cette charte par une centaine de dirigeants donne lieu à des échanges interentreprises réguliers pour favoriser le partage des bonnes pratiques et les retours d'expérience.

L'accord handicap et les actions en interne

En 2020, le groupe TF1 a signé son cinquième accord handicap pour la période 2020-2022. Ainsi, il poursuit la mise en œuvre de sa politique volontariste en matière de recrutement et de maintien dans l'emploi, de sensibilisation, de formation et de collaboration avec le secteur adapté. Cet accord fera l'objet d'une renégociation en 2023.

L'accord handicap prévoit un plan d'embauche de 24 personnes handicapées en CDI ou CDD dont un minimum de six CDI ainsi que le recrutement de 12 stagiaires école sur trois ans.

Il s'appuie sur les actions suivantes :

- Le **recrutement**, en mettant en place des contrats de *sourcing* avec des cabinets de recrutement spécifiques ainsi qu'un collaborateur référent sur le handicap au sein de l'équipe recrutement du groupe TF1. Le Groupe s'est fortement engagé durant le *jobdating* alternant 2022, avec une mobilisation spécifique de toute la Direction RH dont une personne dédiée, des futurs tuteurs et de partenaires comme Cap emploi, Avisea et Aktisea. Grâce à cette mobilisation, le groupe TF1 accueille cette année, 17 alternants en situation de handicap. Par ailleurs, le partenariat avec l'association Act'Pro Jaris, un centre de formation proposant un accompagnement pédagogique

d'éducation et d'insertion socioprofessionnelle pour les personnes en situation de handicap, dans les domaines des médias, de la culture et de la communication, se poursuit pour la troisième année consécutive. L'ensemble des stagiaires de la promotion 2022 a pu suivre une présentation des principaux métiers de l'audiovisuel et participer à des ateliers CV pendant une journée puis quatre personnes ont poursuivi leur apprentissage par des ateliers d'immersion dans le cadre de la journée nationale de sensibilisation #DuoDay2022 dont le groupe TF1 est partenaire. Newen Studios s'engage également aux côtés avec l'Association Act'Pro Jaris en faveur de l'insertion des personnes en situation de handicap dans les métiers de l'audiovisuel. Ce dispositif permet à des travailleurs handicapés sans limite d'âge et passionnés par les métiers de l'audiovisuel d'acquies les fondamentaux d'un métier ainsi qu'une expérience dans le respect de toute forme de différence. En 2023, un étudiant sera accueilli pour un stage de professionnalisation rémunéré parmi les documentalistes des équipes Capa et 17 Juin pendant six mois, un autre étudiant rejoindra l'équipe numérique de Newen France pour un stage de trois mois à Paris puis trois mois à Sète sur la production des feuillets quotidiens.

En outre, la Mission Handicap du groupe TF1 assure le suivi des actions conduites par le Groupe au travers de points hebdomadaires avec l'équipe recrutement et l'intégralité des offres d'emploi sont publiées sur le site de l'Agefiph (Association de gestion du fonds pour l'insertion professionnelle des personnes handicapées).

La Mission Actions Handicap intervient également dans le cadre du programme « Ambassadeurs TF1 Campus » auprès d'écoles partenaires pour sensibiliser les étudiants au handicap et l'équipe des Relations Écoles communique sur les réseaux d'étudiants et professionnels les engagements du groupe TF1.

- Le **maintien de l'emploi**, en accompagnant les collaborateurs par des adaptations de poste et la mise à disposition d'appareillage, en améliorant l'accessibilité des locaux, et en formant les RH opérationnels sur le maintien dans l'emploi. La cellule de maintien dans l'emploi et le Comité Carrière assurent cet accompagnement et veillent à la non-discrimination des travailleurs handicapés, avec a minima un entretien prévu tous les deux ans. De plus, le groupe TF1 a mis en place le financement des cotisations retraite à taux plein pour les collaborateurs en invalidité à temps partiel.

Un nouveau livret sur la reconnaissance de la qualité de travailleur handicapé a été envoyé à l'ensemble des collaborateurs et reste accessible sur l'intranet du Groupe afin d'accompagner au mieux les collaborateurs pour que chacun puisse bénéficier des aménagements de poste correspondant à sa situation de santé.

- La **sensibilisation et la communication** pour encourager les collaborateurs et les *managers* à changer leur regard sur le handicap, notamment par la formation et la sensibilisation des nouveaux élus, des nouveaux *managers*, des tuteurs des alternants en situation de handicap. Des sessions de formation spécifiques sont proposées aux *managers* encadrant des collaborateurs en situation de handicap, avec du *coaching* individuel en cas de besoin, pour les accompagner.

En juin 2022, la Direction RSE a ouvert « La Semaine de l'engagement » du Groupe avec Théo Curin, vice-champion du monde de natation handisport et comédien. Il est intervenu devant les collaborateurs pour parler de ses engagements et de la manière dont il a transformé son handicap en force.

Dans le cadre de la 26^e Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées (SEEPH), le groupe TF1 partenaire de la journée nationale de sensibilisation #DuoDay2022 a réaffirmé son engagement pour l'emploi des personnes en situation de handicap en interne. Les collaborateurs du Groupe ont pu découvrir une interview de Pierre-Louis, collaborateur de TF1 à la Direction Informatique en situation de handicap et de sa *manager* Marie, en ligne sur l'intranet et le canal interne,

participer aussi à une conférence avec l'équipe du Café Joyeux, également accessible en *replay*. Enfin, les collaborateurs ont eu l'opportunité de suivre la table ronde organisée par Bouygues, autour des handi-athlètes accompagnés par le Groupe et ses filiales dans le cadre de l'opération « Starting B » visant à porter et partager les valeurs communes autour de l'inclusion. En l'occurrence Yvan Wouandji, joueur de cécifoot est soutenu par le groupe TF1 depuis 2021. Dans ce cadre, les collaborateurs du Groupe ont participé en mai dernier à des ateliers de cécifoot pendant une journée avec Yvan Wouandji.

De son côté, Newen Studios a organisé plusieurs actions de sensibilisation à destination des collaborateurs avec des activités interactives et ludiques (atelier langage des signes, sensibilisation au handicap invisible *via* la réalité virtuelle) ainsi qu'une projection du film culte *Le Huitième Jour*. D'autres événements ont favorisé les échanges avec la rencontre entre les étudiants d'Act'Pro Jaris et les équipes de Newen Studios dans les locaux de Paris ou le partage d'expérience avec le témoignage de Charlotte Tourmente rédactrice en chef à 17 Juin et en situation de handicap sur son parcours et son quotidien.

De plus, l'équipe des Ressources Humaines de Newen Studios a suivi en 2022 une formation sur le handicap autour de la réglementation, de l'emploi et du recrutement des personnes en situation de handicap ainsi que de leur accompagnement dans l'entreprise. Newen Studios a pour objectif de lancer une campagne de sensibilisation en 2023 sur la reconnaissance du statut de travailleur handicapé.

Par ailleurs, la Mission Actions Handicap du groupe TF1 a lancé un baromètre auprès de tous les collaborateurs afin d'améliorer la qualité de vie au travail des personnes en situation de handicap et leur inclusion au sein de l'entreprise.

La Seine Musicale sert également à l'année du café de la marque Café Joyeux, dont les salariés sont en situation de handicap mental et cognitif.

- La **sous-traitance au secteur protégé et adapté** par le recours aux services d'entreprises spécialisées (entreprises spécialisées d'aide par le travail ou entreprises adaptées) à travers la rédaction de clauses sociales pour inclure ces entreprises dans les appels d'offres, afin de favoriser la cotraitance avec le secteur adapté.
- L'**extension des congés pour les parents d'enfants handicapés** ou proches à charge en situation de handicap, avec cinq jours supplémentaires fractionnables par demi-journées.

Newen Studios a pour objectif de lancer une campagne de sensibilisation en 2023 sur la reconnaissance du statut de travailleur handicapé.

4.2.3.3. Lutte contre les discriminations LGBT+

4.2.3.3.1. Relais des causes LGBT+ dans les contenus CONTENUS

Fictions

La chaîne TF1 a été la première chaîne française, en 2017, à diffuser à la télévision, en *prime-time*, une série intitulée *Louis(e)* mettant en scène une héroïne transgenre.

De plus, les séries quotidiennes produites par Newen Studios et diffusées par TF1 comme *Demain nous appartient* et *Ici tout commence* abordent les thématiques du mariage homosexuel, de l'homoparentalité et de la transidentité.

Newen Studios est également le producteur du film *L'Étincelle : une histoire des luttes LGBT+* sorti en salles en 2019 et diffusé sur Histoire en 2022 qui raconte la lutte LGBT des années soixante à nos jours dans le monde et s'incarne à travers de nombreux témoignages d'acteurs et actrices de cette révolution arc-en-ciel. Par ailleurs, Newen Studios s'implique à l'international à travers la société Joi Productions dont l'ensemble des contenus produits sont dédiés à la diversité des origines et aux sujets LGBT+.

Flux

Le programme phare de divertissement *Danse avec les stars* a accueilli en 2022 pour la deuxième année consécutive, un couple de danseurs du même sexe.

Soutien à la Fondation Le Refuge

En 2022, TF1 a de nouveau relayé la campagne de la Fondation Le Refuge qui vient en aide à des jeunes discriminés en raison de leur orientation sexuelle ou identité de genre et le groupe TF1 a accueilli au sein de son auditorium le forum des jeunes LGBT organisé par la Fondation Le Refuge.

4.2.3.3.2. Lutte contre les discriminations LGBT+ au sein de l'entreprise INTERNE

Le groupe TF1 signataire de la Charte « L'Autre Cercle »

Depuis 2015, le groupe TF1 est signataire de la Charte « L'Autre Cercle », l'association de référence pour l'inclusion des LGBT+ au travail en France. Dans ce cadre, un ou plusieurs rôles modèles annuels au sein du groupe TF1 a été désigné par « L'Autre Cercle », ces quatre dernières années en tant qu'allié ou rôle modèle LGBT+. La désignation de rôle modèle donne lieu à une communication large au sein de l'entreprise permettant ainsi à chaque collaborateur de se sentir libre d'évoquer s'il le souhaite son orientation sexuelle dans le cadre du travail.

Les collaborateurs de l'ensemble du groupe TF1 ont été sollicités en 2022 pour répondre au troisième Baromètre LGBT+ L'Autre Cercle – Ifop pour mesurer la situation des personnes LGBT+ au travail en France. Cette consultation a pour but d'identifier des axes de progrès pour favoriser un environnement de travail inclusif pour les personnes LGBT+.

Enfin, en 2022, le groupe TF1 a résigné la Charte « L'Autre Cercle » et est devenu adhérent de l'association. À cette occasion, le Groupe a pris de nombreux engagements parmi lesquels :

- continuer à refléter la diversité de la société et lutter contre les stéréotypes liés au genre dans ses programmes ;

- organiser de nouveaux événements internes sur l'inclusion des personnes LGBT ;
- communiquer en interne sur les rôles modèles L'autre cercle et les engagements du groupe TF1 en matière d'inclusion des personnes LGBT ;
- développer les passerelles entre le réseau Fifty-Fifty et les réseaux *Pride* des entreprises partenaires du groupe TF1.

Le congé d'accueil de l'enfant

En 2020, et ce avant que la loi ne change, le groupe TF1 a revu le congé d'accueil de l'enfant pour que le parent ayant la charge principale de l'enfant (y compris celui né par PMA ou GPA) bénéficie des mêmes avantages que les parents ayant droit au congé maternité/adoption et a également porté le congé du second parent (anciennement congé paternité) à quatre semaines. Cela permet d'en faire bénéficier tout parent biologique ou adoptif, de sexe différent ou de même sexe que son conjoint/ sa conjointe ainsi que les familles monoparentales.

Journée mondiale de lutte contre les LGBT-phobies

En 2022, Fifty-Fifty a élargi son champ d'intervention aux sujets LGBT+ en organisant un premier événement fondateur sur l'inclusion LGBT+ en entreprise à l'occasion de la Journée mondiale de lutte contre les LGBT-phobies en mai dernier, en présence de Catherine Tripon, porte-parole de L'Autre Cercle, de la Direction des Relations Humaines du groupe TF1, et de Karen Chataigner, qui sensibilise avec humour le monde de l'entreprise à l'inclusion LGBT.

La course de la Saint-Valentin

Enfin, des collaborateurs du groupe TF1 sont invités à chaque édition à participer à la course de la Saint-Valentin organisée par les Front Runners, association de course à pied LGBT-friendly de la région parisienne qui a pour objectif de sensibiliser le public à toutes les discriminations et en particulier celles liées à l'orientation sexuelle.

4.2.4. Politique sociale interne et droits humains INTERNE

Les sujets de l'égalité femmes/hommes, de l'inclusion et de la diversité sont abordés dans le chapitre 4.2 « Enjeux majeurs sociaux et sociétaux ».

En 2022, le projet de rapprochement des groupes TF1 et M6 a mobilisé les équipes et le dialogue avec les partenaires sociaux jusqu'à l'abandon du projet. L'année 2022 a également été marquée par le déploiement d'un baromètre pour mesurer la qualité de vie

au travail des collaborateurs. À ce titre, le groupe TF1 s'est impliqué dans la prévention des risques médicaux et l'accompagnement des personnes souffrant de cancer ou maladies chroniques. En outre, le Groupe a rendu obligatoire la sensibilisation au sexisme ordinaire pour que chacun participe à l'évolution des mentalités via un module d'e-learning.

4.2.4.1. Effectifs

4.2.4.1.1. Indicateurs : CDI et CDD

INDICATEUR : EFFECTIFS CDI, CDD DU GROUPE

Au 31/12 (Périmètre : Monde, CDI, CDD)	% couverture/ effectifs	2022	2021	2020
ETAM – Employés, techniciens et agents de maîtrise	100	893	1 061	896
Cadres	100	1 936	2 318	2 253
Journalistes	100	615	581	548
TOTAL	100	3 444	3 960	3 697

INDICATEUR : EFFECTIFS CDI, CDD PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

Au 31/12 (Périmètre : Monde, CDI, CDD)	% couverture/ effectifs	2022	2021	2020
France	83,9	2 890	3 382	3 297
International	16,1	554	578	400
Europe (hors France)	14,9	513	493	300
Monde (hors Europe)	1,2	41	85	100
TOTAL	100	3 444	3 960	3 697

INDICATEUR : PYRAMIDE DES ÂGES ET ANCIENNETÉ MOYENNE

Au 31/12 (Périmètre : Monde, CDI, CDD)	% couverture/ effectifs	2022	2021	2020
< 25 ans	100	382	402	337
25-54 ans	100	2 619	3 150	2 977
55 ans et plus	100	443	408	383
Âge moyen (France)	84	39,13	39,05	39,48
Ancienneté moyenne au sein du groupe TF1 (France)	84	9,72	9,58	10,07

INDICATEUR : NATURE DES CONTRATS DE TRAVAIL

Au 31/12 (Périmètre : Monde, CDI, CDD)	% couverture/ effectifs	2022	2021	2020
Nombre de salariés titulaires d'un CDI	100	2 810	3 290	3 206
Nombre de salariés titulaires d'un CDD (y compris contrat d'apprentissage, alternance, contrat de professionnalisation)	100	318	670	491
<i>dont nombre de salariés titulaires d'un contrat de professionnalisation</i>	<i>100</i>	<i>36</i>	<i>59</i>	<i>121</i>
<i>dont nombre de salariés titulaires d'un contrat d'apprentissage</i>	<i>100</i>	<i>280</i>	<i>272</i>	<i>162</i>

INDICATEUR : TAUX D'ETP SUR 12 MOIS DES INTERMITTENTS (HORS PIGISTES)

Janvier-décembre (Périmètre : Monde) *	% couverture/ effectifs	2022	2021	2020
Taux d'ETP	100	29 %	24 %	24 %

* Σ intermittents fin de mois / (Σ intermittents fin de mois + Effectifs en contrat CDI fin année N).

Politique de recours à l'intermittence du groupe TF1

Le recours à l'intermittence est inhérent aux activités de production notamment à TF1 Production (taux d'intermittence en 2022 : 61 %) et dans Newen Studios (taux d'intermittence en 2022 : 55 %). Le recours à l'intermittence dans cette activité est par essence aléatoire et erratique; il est conforme aux pratiques habituelles du secteur.

Statut des intermittents dans le groupe TF1

Au sein du groupe TF1, un rapport annuel sur l'emploi et le recours à l'intermittence est fait par la Direction des Ressources Humaines pour les sociétés ayant recours à l'intermittence. Les situations individuelles sont examinées avec les managers et des intégrations en CDI peuvent être décidées chaque année.

Pour doter les intermittents d'une couverture sociale de qualité, le STP (Syndicat des télévisions privées) a signé l'Accord collectif national interbranches instituant des garanties collectives de prévoyance que le groupe TF1 applique depuis 2008. Le groupe TF1 (hors Play Two et Newen Studios) offre également la possibilité aux intermittents qui remplissent les conditions d'éligibilité de bénéficier des activités sociales et culturelles proposées par les Comités Sociaux et Économiques du groupe TF1 et associe également les intermittents à sa politique sociale dans le cadre des accords de participation et d'intéressement. Ces derniers bénéficient des opérations d'épargne à effet de levier du groupe Bouygues.

4.2.4.1.2. Indicateurs : Embauches et départs

Indicateur : Embauches

Janvier-décembre (CDI, CDD)	% couverture/ effectifs	2022	2021	2020
Nombre de recrutements en CDI, CDD, contrat d'apprentissage et de professionnalisation	100	1 187	1 147	874
<i>dont recrutement CDI France</i>	70,5	276	365	286

Indicateur : Départs par motif

Janvier-décembre (Périmètre : France, CDI)	% couverture/ effectifs	2022	2021	2020
Nombre de démissions	70,5	184	164	128
Nombre de mises à la retraite	70,5	1	2	0
Nombre de départs à la retraite	70,5	3	3	2
Nombre de licenciements	70,5	70	76	76
Nombre de ruptures conventionnelles	70,5	71	67	90

Indicateur : Taux d'instabilité

Janvier-décembre (Périmètre : France CDI) *	% couverture/ effectifs	2022	2021	2020
Taux d'instabilité	70,5	12,01 %	10,67 %	10,02 %

* $(\Sigma \text{ Démissions CDI} + \Sigma \text{ Licenciements CDI} + \Sigma \text{ Ruptures conventionnelles}) / \text{Effectifs inscrits CDI moyens}$.

4.2.4.2. Conditions de travail et qualité de vie au travail

4.2.4.2.1. Communication avec les collaborateurs

La Direction de la Communication Interne – rattachée à la Direction des Relations Humaines – existe pour accompagner l'évolution du Groupe, donner du sens avec clarté et cohérence. Elle veille à animer, structurer les échanges et l'implication des collaborateurs, et préserver la fierté d'appartenance. Elle contribue à engager et responsabiliser les collaborateurs quant à leur contribution à la réussite collective du Groupe.

Les modes de communication distanciels mis en place pendant la crise du COVID-19 ont permis de maintenir le lien avec les collaborateurs et ont été pérennisés. Aujourd'hui, le dialogue interne repose sur un format de communication hybride.

Au cours de l'année 2022, le projet de fusion TF1-M6 a occupé l'espace d'information assez largement jusqu'à l'abandon du projet, à travers un dossier spécial, un fil info et une revue de presse alimentés dès que nécessaire, des interventions régulières du Président et du Secrétaire général, des redescentes d'information à chaque Comité de Management.

En octobre 2022, la Direction de la Communication Interne a fait évoluer son intranet pour parfaire son ergonomie et intégrer la nouvelle Charte Corporate. « Vous faites TF1 » apparaît comme le principal espace d'information des collaborateurs, avec près d'un million de pages vues par an. Cette modernisation, porteuse d'une nouvelle dynamique, est concomitante à l'arrivée d'une nouvelle équipe dirigeante.

Pour Newen Studios, un fascicule de présentation des locaux du siège social à Paris est remis aux nouveaux collaborateurs. De multiples communications internes sont envoyées par mail à l'ensemble des équipes (nominations, acquisitions, annonces diffusions/tournages, prix obtenus, festivals, informations RH, etc.) en français pour les filiales en France et en anglais pour les filiales internationales. Un intranet « WE » est accessible à tous les collaborateurs basés en France sur lequel il est possible de retrouver toutes les informations du Groupe et les outils RH (congés, notes de frais, ADP, etc.). Newen Studios bénéficie de l'expertise du groupe TF1 dans la refonte de son intranet intégrant la nouvelle charte. Une version internationale du site est en réflexion.

Newen Studios a mis en place depuis quelques mois des portraits vidéos de collaborateurs « Face Cam » pour expliquer en quelques minutes leur fonction et missions au sein du Groupe et mettre, ainsi, en avant les métiers et les talents. Également, Newen Studios relaye régulièrement les actualités du groupe TF1 en interne (les messages de la Direction du groupe TF1, les événements communs aux deux entités, etc.).



4.2.4.2.2. Organisation du travail

Des accords sur l'aménagement et la réduction du temps de travail (accords ARTT) ont été conclus dans l'ensemble des sociétés du Groupe en 2000, l'année du passage aux 35 heures. Ils régissent les différentes catégories du personnel en fonction de leur statut (accords concernant le personnel permanent – personnel de production, technique et administratif, journalistes – et les personnels non permanents).

En vertu de ces accords applicables au sein du groupe TF1, le personnel non cadre travaille 37 heures par semaine et bénéficie de 14 jours de RTT par an et le personnel cadre (hors cadres dirigeants), au forfait annuel jours (213 à 215 jours), bénéficie de 12 ou 13 jours de RTT par an. Les accords ARTT négociés permettent ainsi à l'ensemble de ces personnels de travailler sur la base d'une durée annuelle inférieure aux durées légales de références (1 607 heures et 218 jours).

Le suivi du temps de travail est assuré grâce à un décompte précis des périodes travaillées et non travaillées remis mensuellement aux collaborateurs concernés, *via* une application dédiée à partir de laquelle ils peuvent effectuer les éventuelles corrections.

Le suivi de la charge de travail est réalisé au moins une fois par an, lors d'un entretien entre le *manager* et le collaborateur, et notamment dans le cadre de l'entretien annuel de performance. Sur la base de cet entretien, le supérieur hiérarchique propose, lorsque la charge de travail est qualifiée d'excessive ou insuffisante avec un ressenti décrit comme oppressant par le salarié, un plan d'actions visant à remédier à tout déséquilibre. Le collaborateur peut demander l'intervention d'un Responsable Relations Humaines en cas de différence d'appréciation sur la charge de travail ou lorsque les mesures correctives ne semblent pas adaptées.

Enfin, l'accord encadrant le compte épargne signé en 2015, temps plafonne l'épargne du nombre de jours à 60 jours pour favoriser la prise de congés et contribuer ainsi à l'équilibre vie professionnelle – vie personnelle.

L'avenant à l'accord de Groupe ⁽¹⁾ relatif au télétravail signé au printemps 2021 élargit le nombre de jours de télétravail, avec dorénavant trois jours de présence obligatoire sur site par semaine pour toutes les catégories de collaborateurs éligibles qui peuvent donc télétravailler jusqu'à deux jours par semaine. Par ailleurs, une enveloppe individuelle de 180 euros pour compléter les équipements des télétravailleurs (deuxième écran, fauteuil ergonomique...) a été négociée avec les partenaires sociaux pour le groupe TF1 fin 2020 et reconduite avec quelques améliorations début janvier 2022 relative aux cas de pannes et aux situations de prêt de matériels.

4.2.4.2.3. Qualité de vie au travail

Le groupe TF1 est attaché à l'équilibre des temps de vie personnelle et professionnelle de ses collaborateurs. C'est ainsi que la Direction des Relations Sociales coordonne les services permettant d'accompagner les préoccupations personnelles et familiales de ses collaborateurs. Un accord QVT (qualité de vie au travail) a été signé pour le groupe TF1 hors Newen Studios en juin 2019, dont les principaux engagements concernent le bien vivre ensemble, le soutien à la parentalité, le droit à la déconnexion et la prévention des RPS (risques psychosociaux). À partir du second semestre 2023, la Direction des Relations Sociales va entamer de nouvelles négociations avec les partenaires sociaux pour définir et signer un nouvel accord QVT pour les années à venir.

En 2021, Newen Studios a négocié son premier accord de qualité de vie au travail concernant notamment l'harmonisation des congés exceptionnels, la mobilité domicile-lieu de travail et le recrutement de collaborateurs en situation de handicap. Le regroupement des équipes de Newen Studios dans les locaux du 123, boulevard de Grenelle en 2022 est l'aboutissement d'un projet qui se place dans la démarche de Qualité de Vie au Travail. L'emménagement dans un environnement de travail neuf, au sein d'espaces ergonomiques, favorisant les rencontres et les échanges ainsi que le télétravail (*flex-office*) a permis l'amélioration des conditions de travail de l'ensemble des sociétés en France.

Mesure de la qualité de vie au travail

Baromètre QVT

Le baromètre biennal sur la QVT (qualité de vie au travail) a été déployé au printemps 2022, avec 52,1 % de répondants parmi les collaborateurs et a relevé une bonne QVT au sein du groupe TF1 ⁽²⁾. À l'échelle du Groupe, 75 % des répondants se sont déclarés peu ou non concernés par le stress. Globalement, les résultats sont meilleurs qu'en 2020 malgré l'appréhension générée par le projet de rapprochement des groupes TF1 et M6 abandonné en septembre 2022.

Concernant **le bien-être au travail**, les résultats sont satisfaisants et en légère progression sur les deux derniers baromètres. Le score est dans la moyenne supérieure à la médiane du secteur tertiaire porté par trois piliers : le sens, l'engagement et le bonheur.

L'engagement, indicateur pilier du bien-être au travail, est nourri par cinq *drivers* :

- l'identification au groupe TF1 avec une bonne image du Groupe auprès des collaborateurs à laquelle s'ajoute la fierté d'y travailler ;
- la fierté d'appartenance au groupe Bouygues et la confiance dans leur actionnaire principal ;
- le dialogue interne avec un bon niveau d'information et un sentiment d'écoute ;
- un travail qui a du sens ;
- la confiance dans la stratégie.

La reconnaissance apparaît comme le deuxième meilleur indicateur du baromètre. 81 % des répondants rapportent un sentiment de juste reconnaissance par rapport à leur investissement. Dans l'ensemble, la reconnaissance reste un facteur important de la QVT dans le Groupe, portée par le sentiment de respect, la considération (utilité) et la valorisation professionnelle (qualité).

Suivi de l'absentéisme

Par ailleurs, le suivi et la prévention de l'absentéisme restent, une priorité pour le groupe TF1. Les Comités de Suivi des Arrêts de Travail se sont réunis régulièrement et ont pu mettre en œuvre des plans d'action et ainsi permettre le retour dans l'emploi de plusieurs collaborateurs éloignés de l'entreprise suite à de longues absences.

(1) Groupe TF1 hors Newen Studios

(2) Groupe TF1 hors Newen Studios

Soutien à la parentalité

Plusieurs engagements du groupe TF1 ont été pris, notamment : la réservation de 30 berceaux dans le réseau Babilou, l'accueil occasionnel et d'urgence pour tous les enfants de moins de trois ans, la mise à disposition de la plateforme Yoopies-Worklife avec le groupe Colas, ou encore la création d'un congé rémunéré de six semaines pour préparer l'arrivée au foyer d'un enfant adopté.

Depuis 2020, le groupe TF1 a décidé d'allonger le congé rémunéré du second parent à quatre semaines et de permettre au parent ayant la charge principale de l'enfant, y compris l'enfant né par PMA ou GPA, de pouvoir bénéficier d'un congé rémunéré de 16 semaines. Ce dispositif vaut pour tout parent biologique ou adoptif, de sexe différent ou de même sexe que son conjoint ou sa conjointe, et pour la famille monoparentale. L'accord QVT a également permis de confirmer l'existant : le télétravail à temps plein ou temps partiel pour les futures mères dès le quatrième mois de grossesse, le soutien financier pour la garde d'enfants de moins de 3 ans, le congé allaitement de quatre semaines et des jours pour enfants malades.

Aide aux aidants

Pour les aidants familiaux, ce sont des congés spécifiques accordés pour accompagner un parent ou son conjoint hospitalisé mais aussi la création d'un service de mise à disposition d'informations relatives à l'aide aux aidants dans le contexte de la dépendance des personnes âgées, notamment pour accompagner l'entrée en établissement pour personnes âgées. Sur simple appel téléphonique, un conseiller personnel est dédié à l'accompagnement tout au long de la réflexion jusqu'à la préparation des formalités, et apporte informations et conseils. Le conseiller guide dans la définition des besoins en termes de services, d'infrastructures et d'encadrement médical. Cette étude permet ensuite d'orienter le choix de la structure de retraite adaptée. Le don de jours de congé a été encadré au niveau du périmètre de l'accord QVT et l'entreprise abondera à hauteur de 25 %. La question du soutien aux aidants sera abordée en priorité en 2023 afin de consolider une politique famille/vie professionnelle à 360°.

Action logement

Le groupe TF1 cotise à l'Action logement et *via* ce dispositif, les salariés du groupe TF1 peuvent bénéficier de différentes aides : accès au parc locatif social selon les barèmes de ressources, prêts « accession » ou travaux, service de cautionnement, Loca-Pass, MobiliPass, Pass-Assistance, dispositif Mobili-Jeune ou conseils dans le cadre d'un projet immobilier. En 2022, ce sont 129 salariés qui ont pu bénéficier d'un de ces accompagnements.

Assistance sociale

De plus, une permanence hebdomadaire est tenue par l'assistance sociale sur le site de TF1 pour informer les collaborateurs de leurs droits et des différentes aides dont ils peuvent bénéficier. Elle peut également les accompagner lors de certaines démarches, les conseiller et les orienter vers les organismes ou administrations capables de prendre en charge leur demande.

Permanence mutuelle

Pour conseiller les salariés dans leurs démarches à caractère médical ou les aider à percevoir leurs remboursements de complémentaire santé, une permanence est organisée chaque semaine dans l'entreprise par le gestionnaire du régime frais de santé. Depuis 2018, l'application MyPrévention a été mise en place pour accompagner les collaborateurs de TF1 sur les champs de soutien à la famille (parentalité, garde d'enfants, soutien scolaire, solidarité familiale, séparation, disparition d'un proche, etc.), de l'emploi et de la retraite (recherche d'emploi, parcours professionnel, passage à la retraite, etc.), de la santé et des soins (couverture santé, accès aux soins, second avis médical, téléconsultation, handicap, perte d'autonomie, etc.) ; du budget (gestion du budget, logement, transport, vie administrative, etc.). La plateforme est un service d'information, d'écoute, de conseil et d'orientation sur toute question à caractère social.

Autres mesures d'amélioration de la qualité de vie au travail

De nombreux services sont mis en place par le groupe TF1⁽¹⁾ pour faciliter la vie des collaborateurs et leur bien-être au travail parmi lesquels :

- permanences au sein des locaux de l'entreprise d'ostéopathie, d'opticien, de conciergerie, de salon de coiffure ;
- mise à disposition de vélos et véhicules électriques et d'une plateforme de covoiturage pour les collaborateurs ;
- accès à la plateforme BeCyclez pour acheter un vélo à assistance électrique à tarifs remisés pour les collaborateurs de TF1 ;
- prise en charge à 80 % du Pass Navigo, indemnités kilométriques pour les vélos, chèque transport pour les collaborateurs habitant hors de l'Île-de-France devant prendre leur véhicule ;
- Forfait Mobilité Durable (FMD) permettant aux collaborateurs d'avoir le choix parmi trois options pour financer leurs trajets domicile-lieu de travail, comme décrit au chapitre 4.1.3.1.2. « Mobilité » ;
- borne de rechargement du Pass Navigo, distributeur automatique de billets, tickets de transports publics, timbres, etc. ;
- déploiement de plus de 100 prises de rechargement pour véhicules électriques dans le parking de l'IGH ;
- salle de sport et associations sportives.

Newen Studios a déployé en 2021 une subvention pour l'achat d'un vélo électrique. Le Groupe a la volonté de mettre en place un Forfait Mobilité Durable en 2023. Par ailleurs les collaborateurs de Newen Studios bénéficient d'une salle de sports dans leurs nouveaux locaux avec cours collectifs encadrés par un coach sportif.

(1) Groupe TF1 hors Newen Studios.



4.2.4.3. Rémunérations

4.2.4.3.1. Fonction *Compensation & Benefits*

La fonction *Compensation & Benefits* du groupe TF1⁽¹⁾ intervient, en appui de la Direction des Relations Humaines, sur l'ensemble des enjeux de rémunération, dans ses composantes individuelles et collectives.

En cohérence avec son Code Éthique, le Groupe s'assure avant tout que chaque collaborateur perçoive un salaire décent en France comme à l'international. En 2022, pour récompenser l'excellente performance collective, un supplément exceptionnel de participation à hauteur de 50 % de la réserve spéciale de participation a été accordé aux collaborateurs.

De fait, les premiers niveaux de salaire du groupe TF1 sont nettement supérieurs aux minima légaux et conventionnels. De surcroît, les salaires moyens et médians au sein du groupe TF1 par catégorie socioprofessionnelle, sont également nettement supérieurs aux minima légaux et conventionnels ainsi qu'aux indicateurs moyens nationaux observés.

Le groupe TF1 a recours, chaque année, à des études de rémunération afin de garantir la compétitivité de ses systèmes de rémunération. Les enquêtes « General Industry », « Media » ou « Executive » du cabinet international spécialisé Willis Towers Watson (WTW) permettent au groupe TF1 de confronter sa politique de rémunération aux meilleures pratiques de marché et de répondre aux enjeux d'attraction et de rétention, dans un environnement fortement concurrentiel et un marché du travail dynamique sur ses métiers.

La rémunération des principaux *managers* du groupe TF1, mais également de certains jeunes talents et profils clés, inclut une rémunération variable appréciée annuellement lors des entretiens de performance, fonction de l'atteinte d'objectifs :

- collectifs Groupe ;
- quantitatifs individuels ;
- qualitatifs individuels ;

4.2.4.3.3. Dynamique salariale et négociation annuelle obligatoire (NAO)

Rémunération brute

INDICATEUR : SALAIRE BRUT ANNUEL MOYEN PAR CATÉGORIE PROFESSIONNELLE

Périmètre : France CDI hors contrats suspendus (en euros)	% couverture/ effectifs	2022	2021	2020
		ETAM	70,2	42 859
Cadres	70,2	70 779	69 134	69 368
Journalistes	70,2	78 105	71 613	75 368
Toutes catégories	70,2	69 099	66 033	66 339

La négociation annuelle obligatoire (NAO) 2022 a abouti à un taux d'augmentation de salaire de 2 % pour les collaborateurs du groupe TF1, avec un poids prépondérant accordé aux collaborateurs dont la rémunération était inférieure à 50 000 euros bruts annuels. Parallèlement, Newen Studios a effectué une revue annuelle des salaires afin de s'assurer que ceux-ci correspondent aux grilles de

- et, dès 2023, extension des objectifs RSE à l'ensemble des collaborateurs éligibles à la part variable vs Comité Management précédemment.

Les salariés du groupe TF1 sont par ailleurs associés aux résultats du groupe TF1 et à la création de valeur au travers des dispositifs d'intéressement et de participation.

D'autre part, un nouvel avenant de quantification a été conclu en juin 2022, annexé à l'accord Groupe d'intéressement 2020-2022.

Soucieux de prendre en compte la hausse de l'inflation constatée en 2022, le groupe TF1 a versé en octobre une prime de pouvoirs d'achats aux collaborateurs ayant une rémunération mensuelle inférieure ou égale à 4 000 euros bruts.

4.2.4.3.2. Équité salariale

L'équité entre les femmes et les hommes, notamment salariale, est au cœur de la politique RH du groupe TF1. Également, la dernière étude interne, basée sur la méthodologie de rapprochement des enquêtes de rémunération du cabinet international spécialisé Willis Towers Watson (WTW) fait apparaître une quasi parfaite équité salariale entre les hommes et les femmes au sein du groupe TF1.

L'attention particulière accordée à la juste rémunération des femmes et des hommes se porte à tous les niveaux de postes de responsabilité au sein du groupe TF1. Des exemples de mesures concrètes sont détaillés au 4.2.2.2.2.

la profession, répondent à l'évolution des collaborateurs et reflètent les performances de chacun. Une place importante est laissée aux primes exceptionnelles de fin d'année pour accompagner une surperformance ou une charge de travail contextuelle plus importante.

(1) Groupe TF1 hors Newen Studios.

Rémunération variable

La politique de rémunération variable répond principalement à l'objectif de rétribution de la performance individuelle. La rémunération des principaux *managers* du groupe TF1 – à partir du niveau Chef de service (C5) et plus – inclut donc une rémunération variable appréciée annuellement lors des entretiens de performance, fonction de l'atteinte d'objectifs :

- collectifs Groupe ;
- quantitatifs individuels ;
- qualitatifs individuels.

Depuis 2020, la rémunération de certains jeunes talents et profils clés, particulièrement sensibles sur le marché, a été assortie d'une rémunération variable sur objectifs, dès le niveau Chef de groupe (C3).

Par ailleurs, pour appuyer la démarche RSE ambitieuse et volontariste dans laquelle le groupe TF1 est engagé, la totalité des membres du Comité Management s'est vu fixer au moins un objectif RSE indexant 10 % de leur rémunération variable en 2022. Pour accélérer cette démarche, l'ensemble des collaborateurs éligibles à une part variable ainsi que les *managers* se verront attribuer au moins un objectif RSE indexant 10 % de leur rémunération variable en 2023.

4.2.4.3.4. Épargne salariale et retraite

INDICATEUR : TAUX D'ADHÉSION AU PEG ET PERCOL *

(Périmètre : CDI, CDD) *	% couverture/ effectifs	2022	2021	2020
Taux d'adhésion au PEG (en %) (Monde)	100	84 %	65,96 %	71,4 %
Taux d'adhésion au PERCOL (en %) (France)	84	39 %	12,21 %	20,4 %

* Modification de la méthodologie de calcul à compter de 2022 : le taux d'adhésion correspond au nombre de collaborateurs ayant versé au moins une fois dans le PEG ou PERCOL dans la période considérée rapporté au nombre de collaborateurs éligibles au moins une fois aux dispositifs PEG/PERCOL dans la période considérée. Dans les exercices précédents, le taux d'adhésion correspondait à la moyenne des versements dans la période considérée rapportée à la moyenne des collaborateurs éligibles dans la période considérée. En réalité, il s'agissait du taux moyen d'adhésion et non du taux d'adhésion.

Le plan d'épargne Groupe (PEG) TF1 est ouvert depuis le 15 décembre 1992. Il a vocation à recueillir les versements volontaires des salariés des sociétés adhérentes, abondés par l'entreprise, ainsi que les sommes issues de la participation et de l'intéressement, le cas échéant.

En complément et afin de permettre aux salariés de se constituer une épargne retraite, les salariés des sociétés adhérentes du groupe TF1 ont accès au PERCOL (« plan d'épargne retraite collectif ») dont les versements bénéficient également d'un abondement, et, sous conditions, au PEROB (« plan d'épargne retraite obligatoire »), mis en place par le groupe Bouygues.

4.2.4.3.5. Participation, intéressement, et plans d'intéressement à long terme

INDICATEUR : MONTANT MOYEN BRUT VERSÉ PAR SALARIÉ (PARTICIPATION ET INTÉRESSEMENT)

Année de versement (Périmètre : France)	% couverture/ effectifs	2022	2021	2020
Montant moyen brut par salarié de la participation versée (en euros)	84	2 959	1 165	1 559
Montant moyen brut par salarié de l'intéressement (en euros)	84	4 195	3 921	1 734

Les salariés du groupe TF1 sont par ailleurs associés aux résultats du Groupe et à la création de valeur au travers des dispositifs d'intéressement et de participation.

En août 2020, le groupe TF1⁽¹⁾ a conclu un nouvel accord d'intéressement couvrant les exercices 2020-2021-2022. Ce nouvel accord doit permettre de récompenser l'engagement des salariés et leur investissement dans l'atteinte des objectifs économiques de l'entreprise (critères de CA et de ROC, consolidés Groupe), en complément des différents dispositifs d'épargne salariale en vigueur dans le Groupe.

En avril 2022, le montant cumulé (24,6 M€) de la Participation et de l'Intéressement au titre de 2021, reversé à 3 243 bénéficiaires, a représenté, en moyenne pour un salarié présent toute l'année, près de 2,5 mois de salaire supplémentaire.

En 2022, le groupe TF1 a, sur recommandations du Comité de Sélection et des Rémunérations de TF1 SA et après autorisation du Conseil d'Administration de TF1 SA, attribué un plan d'attribution gratuite d'actions (AGA) destiné aux membres du COMEX et du CODG, ainsi qu'un plan d'options de souscription d'actions (SOP) pour le Comité Management (COMGT) et prévoit un dispositif adapté aux talents clés.

Pour Newen Studios, un plan d'attribution gratuite d'actions (AGA) a également été octroyé aux principaux *managers* et talents clés du Groupe.

(1) Groupe TF1 hors Newen Studios

4.2.4.4. Recrutement des talents et marque employeur

4.2.4.4.1. Attirer et recruter les talents de demain

Attirer, recruter les meilleurs profils sur le marché et les fidéliser dans une perspective de carrière évolutive est l'enjeu majeur de la marque employeur du groupe TF1.

Sur les réseaux sociaux, le groupe TF1 entretient une forte dynamique de publication visant à faire découvrir ses métiers au travers des différents réseaux professionnels et affinitaires du public (LinkedIn, Jobteaser, Welcome To The Jungle, Instagram, 50inTech...).

En 2022, la Direction du Développement des Talents a mis l'accent sur une communication digitale par le biais de nombreux supports vidéo (#Femmes dans la tech, mobilité...).

Afin de renforcer sa proximité avec le public étudiant, la Direction du Développement des Talents a déployé une stratégie « Campus » qui repose sur quatre piliers :

- les interventions des ambassadeurs TF1 Campus (collaborateurs du Groupe) au sein des cursus des écoles cibles sur la diversité de nos métiers et nos enjeux (près de 100 collaborateurs pour environ 50 interventions par an) ;
- les visites de plateaux (JT, LCI, etc.) ;
- les forums virtuels et physiques ;
- la mise en place de partenariats dédiés. En 2022, le groupe TF1 a poursuivi son engagement avec la chaire Média et Digital de l'ESSEC mais aussi avec les écoles d'ingénieurs à travers les parcours d'architecture des systèmes informatiques de Centrale Supélec et de Telecom Sud Paris.

Dans le cadre des forums, l'équipe recrutement anime plusieurs ateliers (CV, simulation d'entretien d'embauche), détaille les opportunités de stages et d'alternance, explique aux étudiants l'écosystème du groupe TF1, ses enjeux et valeurs, et présente ses différents métiers.

Également, le groupe TF1 poursuit sa stratégie de recrutement d'alternants et stagiaires avec un *Talent Dating* annuel, qui rassemble les candidats de nombreuses écoles. En 2022, plus de 200 offres de poste ont été publiées entre mars et juillet, reflétant la diversité des métiers du groupe TF1 et visant à pourvoir les opportunités de l'année 2022/2023. Chaque candidat est invité à déposer sur une plateforme une courte vidéo pour se présenter et exposer ses motivations. Ce pitch permet ensuite à l'équipe de recrutement d'axer davantage son choix sur les *soft skills*.

Depuis septembre 2021, le processus d'évaluation des alternants et stagiaires en fin de contrat a été harmonisé et implémenté dans les outils. Ainsi, l'équipe en charge des recrutements

bénéficie d'une base de données mise à jour et partagée pour identifier des profils pertinents. La *Talent Factory* constitue un véritable vivier d'anciens alternants et stagiaires permettant le recrutement de candidats juniors.

Par ailleurs, le groupe TF1 offre la possibilité à des collégiens en classe de 3^e, de bénéficier d'un premier contact avec le monde de l'entreprise au travers d'un stage de découverte d'une semaine. La sélection des participants se fait exclusivement sur la motivation, chaque élève candidatant par un CV vidéo d'une minute. 25 collégiens issus de différentes régions de France sont venus découvrir en décembre 2022 le groupe TF1 et les métiers de l'audiovisuel dans le cadre de l'opération « Mon stage chez TF1 ». Également, la Direction du Développement des Talents a lancé une nouvelle opération en ligne « Les matinées de l'audiovisuel » visant à faire connaître au plus grand nombre de citoyens (étudiants, actifs...) les métiers de l'audiovisuel et les enjeux du groupe TF1 à travers des témoignages de collaborateurs qui partagent leur expérience.

Pour renforcer l'attractivité sur les métiers pénuriques du Digital et de l'IT, l'équipe recrutement a accéléré sa présence sur les forums et *job boards* spécialisés. Le groupe TF1 a signé en 2022 un partenariat avec « 50inTech » pour promouvoir les femmes dans les métiers techniques. Cette communauté ambitionne d'attirer et de fidéliser les femmes dans ces métiers en visant la parité : 50 % de femmes dans la tech d'ici 2050. Ce réseau, par le biais des outils dont il dispose, favorise la constitution d'une communauté et la communication des besoins du groupe TF1 en matière de recrutement.

Parallèlement, le groupe TF1 a initié une collaboration avec Ada TechSchool, école inclusive à la pédagogie alternative pensée pour les femmes et ouverte à tous, afin de donner sa chance à des alternants et alternantes aux parcours différents.

La mixité, source de performance, est au cœur de la politique RH du groupe TF1. En ce sens, et malgré de nombreux métiers techniques et donc identifiés comme plus masculins, l'équipe de recrutement s'engage à présenter des candidatures mixtes pour les postes de management.

En 2022, le groupe TF1 conserve sa place de leader dans la catégorie Média du palmarès des entreprises préférées des étudiants et diplômés des grandes écoles (Le Figaro Etudiant, en partenariat avec le baromètre Epoka / Harris Interactive).

Ces distinctions successives (première place Media en 2021 et 2022) viennent souligner et reconnaître le travail collectif accompli par les équipes RH et Marque Employeur pour développer l'attractivité du groupe TF1 auprès des talents de demain.

INDICATEUR : NOMBRE DE STAGIAIRES, APPRENTIS ET ÉLÈVES EN CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION ACCUEILLIS DANS L'ANNÉE

(Périmètre : France)	% couverture/ effectifs	2022	2021	2020
		Stagiaires convention école	84	308
Apprentis	84	231	253	133
Élèves en contrat de professionnalisation	84	25	66	99

4.2.4.4.2. Intégration des collaborateurs

Pour que chacun se souvienne de sa première journée au sein du Groupe, l'intégration des nouveaux collaborateurs est une étape importante pour la Direction des Relations Humaines et les *managers*.

Chaque nouveau collaborateur est ainsi pleinement intégré au processus d'*Onboarding*. De la signature de ses documents contractuels à son arrivée, le futur collaborateur est accompagné par son futur RH et son futur *manager*. Ce dernier a la responsabilité d'organiser son accueil, de lui remettre son *welcome pack*, de le présenter aux différentes équipes au travers du « Parcours d'intégration » et de diffuser sa note d'accueil.

Depuis 2022, « Les matinées de bienvenue » sont organisées chaque mois pour les nouveaux collaborateurs afin de leur présenter le groupe TF1, son écosystème et créer leur réseau en interne.

Tout au long de ses premières semaines, le collaborateur est suivi de près par son RH et son *manager* ainsi que son *Buddy*, parrain choisi parmi les collaborateurs du Groupe, qui l'accompagne dans tous les apprentissages de « l'informel ».

Un processus particulier d'intégration des alternants et des stagiaires a pour vocation de renforcer la communauté des jeunes potentiels. Ainsi, des sessions d'intégration sont organisées les premiers mois de leur arrivée, complétant des déjeuners hebdomadaires pour échanger et partager, et des *afterworks* pour développer leur réseau. En mars 2022, le groupe Bouygues a organisé pour les jeunes talents un tournoi de « eSport » auquel 26 alternants et deux stagiaires du groupe TF1 ont participé.

4.2.4.5. Développement des compétences et mobilité interne

4.2.4.5.1. Démarche d'évaluation et de fixation des objectifs

INDICATEUR : POURCENTAGE DE COLLABORATEURS AYANT BÉNÉFICIÉ D'UN ENTRETIEN ANNUEL

(Périmètre : France CDI)	% couverture/ effectifs	2022	2021	2020
% de collaborateurs ayant bénéficié d'un entretien annuel	70,5	94,7 %	94,8 %	94,7 %

L'évaluation et la fixation des objectifs pour les collaborateurs du groupe TF1 ⁽¹⁾ repose sur les trois démarches suivantes.

L'entretien de performance

L'entretien de performance est axé sur le bilan de l'année écoulée et sur les nouveaux objectifs des prochains mois. Cet entretien permet au collaborateur d'être acteur de la démarche d'évaluation et de fixation des objectifs avec son *manager* afin de définir si nécessaire un plan d'action de développement des compétences dans son entretien professionnel. Il donne lieu aussi à un échange sur la charge de travail entre le collaborateur et le *manager*.

L'entretien professionnel

Au-delà de l'entretien de performance, chaque collaborateur bénéficie tous les deux ans a minima d'un entretien professionnel centré sur le parcours de carrière, la formation et la mobilité. Celui-ci consiste en un échange spécifique entre le collaborateur et le *manager* sur le plan de développement du collaborateur et ses souhaits de carrière à moyen terme et sur ses besoins de formation.

Le collaborateur a ainsi la possibilité d'exprimer ses souhaits relatifs aux leviers qu'il ambitionne d'actionner pour développer ses compétences : formation, bilan de compétences, ateliers carrière, rencontre avec le *coach* Carrière et Mobilité participation à des communautés, etc.

L'entretien de carrière est aussi l'occasion pour le collaborateur de faire part de ses souhaits d'engagement personnel dans un extra-rôle : *mentoring*, ambassadeur campus, etc. Il est parallèlement informé des dispositifs CPF, VAE et CEP.

Bilan à six ans

En complément, tous les six ans, le collaborateur bénéficie d'un état des lieux récapitulatif de son parcours, dit « bilan à six ans », qui fait le point sur le parcours professionnel, ses entretiens et formations suivies depuis six ans.

En outre, les entretiens annuels se sont généralisés au sein de Newen Studios afin de recenser les besoins et demandes d'évolution professionnelle, d'améliorer l'écoute des collaborateurs et l'étude des demandes de mobilité intra-groupe. Il existe également des entretiens professionnels durant lesquels les collaborateurs peuvent se renseigner sur les formations disponibles.

En décembre 2022, Newen Studios a ouvert aux collaborateurs le module « Entretiens et Formation » de son outil Paie & SIRH, afin de dématérialiser les campagnes d'entretiens professionnels et de performance, permettant ainsi de structurer et de cadencer le déroulement des entretiens et disposer ainsi d'une meilleure traçabilité.

4.2.4.5.2. Gestion des emplois et des parcours professionnels (GEPP)

L'accord GEPP signé en 2021 entre la Direction et les organisations syndicales a pour objectifs :

- d'anticiper au mieux les impacts sur les métiers et leurs évolutions ;
- de promouvoir les besoins à venir du groupe TF1 en termes de compétences et de formations ;
- de développer l'employabilité des collaborateurs ;
- d'élargir le choix des options aux collaborateurs pour aborder leur fin de carrière.

Ainsi, les actions de promotion de la mobilité sont d'autant plus importantes qu'elles accompagnent les ambitions de cet accord de gestion prévisionnelle des parcours professionnels.

La *coach* Carrière & Mobilité du groupe TF1 offre aux collaborateurs la possibilité de bénéficier de conseils personnalisés quant à leur évolution de carrière. Elle accompagne chacun dans ses souhaits de reconversion, de création d'un projet ou de mobilité.

(1) Groupe TF1 hors Newen Studios.

En outre, elle interagit et réunit tous les acteurs de l'entreprise concourant à susciter, à accompagner et à soutenir les démarches individuelles de carrière.

Parmi les nombreux dispositifs existants et détaillés dans le « Livret GEPP » diffusé à l'ensemble des collaborateurs, les « ateliers PEPS » offrent la possibilité aux collaborateurs de construire, soutenir et enrichir leur démarche de mobilité. Ces ateliers carrière sont proposés, sur inscription libre, de la refonte du CV jusqu'à la préparation d'un entretien de mobilité en passant par l'utilisation des réseaux sociaux professionnels.

Pour répondre aux enjeux d'anticipation des évolutions structurelles des métiers, pour favoriser le développement de carrières et faciliter les mobilités, l'offre PEPS se décline en :

- une offre pour tous avec des ateliers sur les thèmes de la carrière jusqu'à la dernière partie de carrière,

- des programmes spécifiques d'accompagnement des évolutions de métiers.

En 2022, l'offre d'ateliers carrière s'est enrichie avec des nouveaux parcours de formation proposant aux collaborateurs :

- de travailler sur les pensées limitantes ;
- de procéder à l'identification de son profil MBTI® grâce à une approche innovante et dynamique afin de mieux orienter son parcours de carrière et maximiser sa réussite professionnelle ;
- et de faire le bilan de son parcours professionnel pour nourrir et définir un projet de dernière partie de carrière.

En 2022, près de 350 collaborateurs ont pu bénéficier du dispositif PEPS, qu'ils s'agissent d'entretiens personnalisés ou d'ateliers.

4.2.4.5.3. Favoriser la mobilité des collaborateurs au sein du Groupe

Indicateur : Taux de mobilité interne parmi les recrutements

(Périmètre France CDI) *	% Couverture/ effectifs	2022	2021	2020
		Taux de mobilité interne parmi les recrutements (en %)	70,5	34,11 %

* $(\text{Nombre des mobilités intra-groupe TF1} + \text{nombre d'arrivées en provenance du groupe Bouygues}) / (\text{nombre de recrutements externes CDI} + \text{nombre des mobilités intra-groupe TF1} + \text{nombre d'arrivées en provenance du groupe Bouygues})$.

En 2022, la Direction des Ressources Humaines poursuit les actions de développement et de soutien aux évolutions de carrière des collaborateurs au sein du groupe TF1.

En effet, la mobilité est un vecteur d'employabilité, d'inclusion et de performance pour tous les collaborateurs. Pour le Groupe elle représente un engagement fort au service du collectif et de la croissance des collaborateurs.

À ce titre, les équipes RH et les outils spécifiquement mis en place favorisent la diffusion des offres, promeuvent la diversité des opportunités du Groupe et assurent l'accompagnement des collaborateurs dans leur démarche de mobilité.

Ainsi, plusieurs dispositifs, visant au développement des parcours professionnels au sein du Groupe et à rendre les salariés acteurs de leur carrière, ont été créés depuis de nombreuses années et maintenus en 2022 :

- le Comité Mobilité réunissant les RRH (Responsable RH) et DRH (Directeur Adjoint RH) des différentes entités se tient mensuellement afin d'examiner les besoins en recrutement, les souhaits individuels de mobilité, et les potentielles passerelles envisageables. Ce Comité se tient en parallèle d'un rendez-vous d'échange mensuel entre DRH et Responsable de la mobilité afin de maintenir une collaboration de proximité ;
- le Comité Mobilité trimestriel animé par les responsables Carrière et Mobilité du groupe Bouygues afin d'accélérer les opportunités de mobilités inter-métiers au sein des entités du groupe Bouygues ;
- la valorisation régulière des expériences de mobilité des collaborateurs sur les intranets des groupes TF1 et Bouygues visant à inspirer de futurs candidats à la mobilité ;
- la communication des postes ouverts des groupes TF1 et Bouygues participant à la sensibilisation des collaborateurs et des *managers* et accessibles *via* le portail Carrières Positives sur l'intranet du groupe TF1 et *via* le site Mobylic pour le groupe Bouygues ;

- le dispositif « Vis ma vie » qui offre deux possibilités aux collaborateurs :

- pour les collaborateurs inscrits dans une démarche de mobilité : ils peuvent effectuer trois jours d'immersion pour découvrir le quotidien du métier vers lequel ils souhaiteraient se tourner,
- pour tous les collaborateurs du Groupe : le *Vis ma vie* « Métier » a pour objectif, en une journée, de découvrir un nouvel environnement de travail. L'occasion leur est ainsi donnée de comprendre les enjeux d'un service et de susciter des envies de mobilité.

Plus d'une trentaine de collaborateurs ont bénéficié de ce dispositif en 2022. La Direction des Relations Humaines, avec le concours des *managers*, a réalisé 130 mobilités au sein du Groupe, incluant des mobilités entre Newen Studios et le groupe Bouygues en 2022.

Concernant Newen Studios, l'équipe des Ressources Humaines organise des points mensuels avec la communication interne pour mettre en avant les postes à pourvoir au sein du Groupe à travers notamment une newsletter et une publication des offres sur l'intranet.

L'équipe mobilité de Newen Studios collabore avec celle du groupe TF1 à travers des échanges et la participation au comité mobilité mensuel selon les besoins. Par ailleurs, la dématérialisation et la centralisation des entretiens améliorent le recueil des demandes des collaborateurs, favorisent l'écoute et le traitement des demandes de mobilité intra-groupe.

4.2.4.5.4. Rétention des talents

Le groupe TF1 porte une attention particulière à la rétention de ses talents, à travers notamment la création et le déploiement de programmes de rétention par la Direction des Talents.

En 2022, le groupe TF1 a poursuivi le programme « Comete's », destiné aux jeunes collaborateurs disposant d'un fort potentiel d'évolution. En partenariat avec l'École centrale-Supélec et l'ESSEC, ce parcours a pour ambition d'accompagner les collaborateurs dans leur développement professionnel, d'étendre leur réseau et ainsi, les impliquer dans la stratégie du Groupe.

Également, la Direction du Développement des Talents a travaillé en 2022 à la deuxième saison du programme « One's » à destination des collaborateurs plus expérimentés et à fort potentiel et qui vise à développer leur transversalité et leurs compétences. Ces deux programmes Talents sont accessibles aux collaborateurs de Newen Studios.

D'autres communautés de Talents permettent également aux collaborateurs de s'engager, par eux-mêmes, aux côtés du Groupe. Ainsi, le Collectif 3.0, le programme Ambassadeurs TF1 Campus ou encore des programmes de *mentoring*, de *leadership* pour les populations *managers* sont autant d'opportunités pour les collaborateurs de s'engager dans le Groupe et mettre leurs compétences à disposition des initiatives transverses.

En outre, Newen Studios a défini un programme de *mentoring*, avec une dizaine de *mentees* et autant de mentors en 2022. Ce programme a rencontré un vif succès, et plusieurs candidats sont identifiés pour l'année 2023.

4.2.4.5.5. Formation

Offre de formation récurrente

INDICATEUR : FORMATION CONTINUE

(Périmètre : France, CDI, CDD)	% couverture /effectifs	2022	2021	2020
Nombre de collaborateurs CDI, CDD ayant bénéficié de formation	84	1 765	1 555	1 199
% de collaborateurs CDI, CDD ayant bénéficié de formation	84	61 %	46 %	37 %
Volume d'heures de formation tous dispositifs	84	34 347	36 428	24 929
<i>dont nombre d'heures en formation interne</i>	84	2 086	1 218	623
Moyenne d'heures de formation par CDI, CDD	84	19,46	23,43	20,79

INDICATEUR : FORMATION DES NON-PERMANENTS

(Périmètre : France)	2022	2021	2020
Collaborateurs non permanents formés	64	49	72

L'université TF1 a décliné le plan de formation 2022 autour de deux axes stratégiques temps court/temps long.

Sur le temps court, *via* :

- des formations pour renforcer les compétences des grandes filières métiers : technologie – commercial – contenus audiovisuels – journalisme – fonctions supports ;
- la poursuite des programmes d'accompagnement des évolutions structurelles et des transformations des métiers (ex. : *fact-checking* pour les journalistes, méthodes agiles pour tous les contributeurs à des projets, programmation pour les équipes de la Régie pub, UHD HDR pour les équipes de la Direction des Technologies) ;
- les ateliers PEPS, qui favorisent les mobilités et le développement des carrières, ouverts à tous, avec une offre sur de nouvelles thématiques, notamment sur la préparation à la dernière partie de carrière ;
- l'accompagnement des collaborateurs et *managers* dans le développement de leurs *soft skills* et l'acquisition de méthodes de travail innovantes et de postures managériales collaboratives ;
- les programmes répondant aux obligations en matière de sécurité, de réglementations (RGPD – *compliance*) et aux engagements en matière de qualité de vie au travail.

Sur le temps long, *via* :

- des programmes dédiés au développement des communautés de Talents, animés par Centrale Supélec et l'ESSEC et favorisant l'élargissement des compétences des Talents juniors (Programme Comete's) et confirmés (One's) et le développement de leur réseau au sein du Groupe ;
- des parcours de sensibilisation et de formation consacrés aux enjeux prioritaires de la RSE sur lesquels le groupe TF1 s'est engagé.

En 2022, Newen Studios continue d'organiser et de proposer à ses collaborateurs des formations individualisées ou par métiers, en intra, spécifiques aux compétences métiers (commercial, créativité, diversité). Parmi celles-ci, on compte des formations relatives à la maîtrise du pack Office pour accompagner les équipes dans leur développement technique, ainsi que des sessions organisées par l'INA notamment à destination de la comptabilité (crédit d'impôt audiovisuel et fonds de soutien audiovisuel). Par ailleurs, de nombreux producteurs ont bénéficié de séances de *coaching* individuels, dans un objectif de développement de leurs compétences d'éloquence et de présentation de pitches.

Parcours de sensibilisation et de formation sur les enjeux RSE

Considérant que le rôle de chacun est déterminant dans l'évolution des pratiques et des comportements, le groupe TF1 a encouragé l'implication des collaborateurs en rendant obligatoire trois modules de *e-learning* sur la RGPD, *Compliance* ainsi que le sexisme en entreprise à réaliser au cours de l'année 2022.

Transition écologique

Les formations en lien avec la transition destinées aux collaborateurs sont détaillées au 4.1.3.4.1.

Égalité Femmes/Hommes et inclusion

Depuis décembre 2020, le groupe TF1 a lancé une campagne d'ampleur pour former les collaborateurs à l'inclusion. Plus de 300 collaborateurs et *managers* des pôles Info, Contenus, de la Direction des Technologies et de la DRH ont déjà suivi l'atelier « Mixité et stéréotypes ». Quatre sessions ont été organisées en 2022 et cet atelier est maintenant accessible à l'ensemble des collaborateurs du groupe TF1.

Les objectifs pédagogiques de ce programme sont les suivants :

- maîtriser les différentes notions liées aux stéréotypes et aux biais cognitifs et leurs conséquences dans l'entreprise ;
- être capable de limiter l'impact des stéréotypes dans son quotidien ;
- savoir détecter et prévenir les situations de micro-agressions au sein des équipes (sexisme ordinaire, racisme ordinaire, homophobie ordinaire, grossophobie, validisme, etc.) ;
- savoir définir la frontière entre humour et propos offensants et avoir la capacité de l'expliquer aux équipes ;
- construire un cadre de travail respectueux et inclusif.

4.2.4.6. Droits humains

4.2.4.6.1. Dialogue social

Veiller au dialogue permanent et constructif avec les partenaires sociaux

En 2022, le dialogue social avec les partenaires sociaux au sein du groupe TF1 a été très largement consacré à la préparation du projet de fusion entre TF1 et M6. En conséquence, trois accords ont été signés en complément de l'accord de méthode de 2021 et ont assuré un dialogue régulier et constructif entre la Direction et les partenaires sociaux :

- le premier portant sur la revue du calendrier des négociations collectives obligatoires en cas de réalisation du projet ;
- le deuxième visant à repousser les élections professionnelles du CSE de TF1 SA après la date prévisionnelle de fusion ;
- le dernier portant sur l'organisation de la consultation pré-closing des CSE.

À propos de Newen Studios, qui ne bénéficie pas de l'accord Télétravail du groupe TF1, une Charte Télétravail a été déployée afin d'harmoniser les pratiques sur l'ensemble des filiales du Groupe en France en 2022.

Bilan des accords signés

Outre les différents accords liés au projet de rapprochement TF1 et M6, des accords supplémentaires ont été signés avec les partenaires sociaux en 2022 dont :

1. l'accord prorogeant le budget de 180 euros par personne pour équiper les collaborateurs en télétravail ;

Par ailleurs, le programme de *e-learning* « Tous acteurs contre le sexisme », construit à partir de retour d'expérience des entreprises et à l'initiative de #StOpE, permet aux collaborateurs de comprendre le sexisme en entreprise, savoir quelles peuvent être les conséquences des stéréotypes de genre dans l'univers professionnel, pourquoi et comment agir quand on est témoin ou victime de sexisme ordinaire.

Masterclass

Le format de *masterclass* à distance lancé en avril 2020 lors du premier confinement, « 1h Avec », a été pérennisé et s'est poursuivi en 2022. Ce rendez-vous *live* digital hebdomadaire interactif, ouvert à tous, fait intervenir des experts inspirants, internes ou externes, sur les sujets concernant l'écosystème du Groupe, les modes de travail, l'évolution de la société. Au cours de l'année 2022, les collaborateurs ont ainsi pu participer à des interventions sur des thèmes aussi différents que : la cybersécurité ou les Métaverses et NFT, le témoignage de grands reporters couvrant le conflit en Ukraine ou la Coupe du monde au Qatar.

Ces conférences constituent aussi une opportunité de sensibiliser les collaborateurs aux enjeux RSE prioritaires définis par le groupe TF1. En 2022, sept conférences ont porté sur la transition écologique (« L'éco-anxiété » par Walter Bouvais – « Le *greenwashing* » par Mathieu Jahnich – « La décroissance » par Timothée Parrique...), une conférence a porté sur les stéréotypes de genre (Sophie Gourion), une autre sur l'inclusion des personnes en situation de handicap par Sophie Hanrot, du Café Joyeux présentant les cafés-restaurants inclusifs dont la majeure partie du personnel présente un handicap mental et cognitif.

2. l'accord relatif à la négociation sur la revue individuelle des salaires et la politique sociale applicable, concrétisé notamment par le versement d'un supplément exceptionnel de participation de 50 %, afin de souligner la performance collective du groupe TF1 et de ses collaborateurs ;
3. l'accord relatif à des mesures de soutien au pouvoir d'achat des collaborateurs face à la hausse de l'inflation, impliquant notamment des mesures de versement d'une prime de partage de la valeur pour ceux dont le salaire mensuel est inférieur à 4 000 euros bruts ;
4. l'accord permettant le déblocage exceptionnel des sommes issues de l'intéressement et de la participation placées avant 2022 sur le PEG ;
5. deux accords relatifs à l'intéressement ;
6. l'accord relatif à l'organisation des négociations collectives obligatoires pour les trois prochaines années ;
7. l'avenant à l'accord multi-compétences dans les métiers du reportage mettant en place l'expérimentation de nouvelles conditions d'exercice de la multi compétence en mission ;
8. enfin, trois accords relatifs à la politique salariale, aux avantages sociaux additionnels et au dialogue social (NAO) pour les pigistes du pôle Information, pour les CDDU et pour les permanents du groupe TF1.

Également, le groupe TF1 poursuit activement depuis quatre ans, à travers le Syndicat des télévisions privées, la négociation au sein de la Branche Télédiffusion concrétisée par la signature de nombreuses annexes en 2022 (proA, classifications, prévoyance).

4.2.4.6.2. Santé et sécurité des collaborateurs

Suivi des indicateurs de santé et de sécurité

INDICATEUR : ABSENTÉISME

Janvier-décembre (Périmètre : France CDI)	% couverture/ effectifs	2022	2021	2020
Taux d'absentéisme	70,5	3,33 %	2,66 %	2,82 %
Total de journées d'absence	70,5	32 013	27 734	29 700
Nombre de jours d'absence pour maladie	70,5	30 685	25 920	28 862
Nombre de jours d'absence pour accident de travail	70,5	783	1 023	371
Nombre de jours d'absence pour accident de trajet	70,5	545	791	467
Nombre de jours d'absence pour maladie professionnelle	70,5	0	14	0

Le groupe TF1, accompagné de son courtier conseil en matière de protection sociale, poursuit son plan d'action pour contenir son risque d'arrêt de travail et ses comptes de prévoyance avec pour leviers des actions en faveur de la qualité de vie au travail, le suivi de l'absentéisme et de l'inventaire des dossiers ouverts auprès de l'assureur, les dispositifs de maintien et de retour dans l'emploi

après de longs arrêts. Si le début de l'année 2022 a été impacté par le variant Omicron de l'épidémie de COVID-19 avec des arrêts de travail et des périodes d'isolement en moyenne plus longs, le taux d'absentéisme du groupe TF1 reste faible, en dessous des moyennes nationales.

INDICATEUR : ACCIDENTS DU TRAVAIL

(Périmètre : Monde, ensemble des contrats hors intermittents)	% couverture/ effectifs	2022	2021	2020
Nombre d'accidents du travail avec arrêts	100	11	20	11
Nombre d'accidents mortels de travail	100	0	0	0
Effectifs formés à la sécurité, l'hygiène et la santé	100	613	410	208
Taux de fréquence des accidents du travail	100	2,15	3,25	1,94
Taux de gravité des accidents du travail	100	0,16	0,17	0,07
Nombre de maladies professionnelles	100	0	2	3

Actions en faveur de la santé et de la sécurité au travail

Sous l'impulsion de la Direction des Relations Sociales et avec le concours des préventeurs santé et sécurité et des Responsables des unités de travail, le modèle du Document unique d'évaluation des risques professionnels (DUERP) de TF1 SA a été intégralement revu, avec les membres de la CSSCT de TF1, afin d'être un outil mieux maîtrisé et utilisé par l'ensemble des parties prenantes : Direction, responsables des unités de travail, *managers* et collaborateurs.

Ce document, mis à jour et enrichi chaque année, a été déployé dans l'ensemble des sociétés du groupe TF1. La prévention des risques professionnels des équipes de l'information déployées sur le terrain a été au cœur des préoccupations de l'année 2022, notamment lors du déclenchement du conflit russo-ukrainien. Près de 20 équipes TF1 et LCI, sur la base du volontariat, ont été mobilisées pour couvrir cet événement.

Cette prévention s'est concrétisée de manière matérielle, d'une part, avec un investissement dans des EPI (équipements de protection individuelle) de dernière génération ; l'achat d'un véhicule blindé acheminé en Ukraine pour le transport des équipes et du matériel ; l'ajout de comprimés d'iode dans les trousse de secours en cas d'exposition à des rejets radioactifs avec des risques d'irradiation ou de contamination.

D'autre part, un accompagnement psychologique renforcé a été mis en place avec des entretiens obligatoires avec le médecin du travail avant le départ en mission et au retour de la zone de conflits. Ce dispositif est complété, le cas échéant, par des consultations avec un psychologue spécialisé en post-traumatisme. Toutes les équipes sont en contact permanent avec le management et la Direction du Groupe pendant la mission et durant les semaines qui suivent leur retour.

Par ailleurs, le groupe TF1 a poursuivi la mise en place de solutions d'allègement et d'ergonomie des matériels de prise de vues, initiée en 2021 en concertation avec les opérationnels et le service de santé au travail :

- mise en pool de caméras plus légères (caméra de poing, GoPro, *smartphone*...);
- fabrication sur mesure de sacs à dos de transport pour prévenir les risques liés au port de charges ;
- tests sur des prototypes de valises à quatre roues pour les caméras plus lourdes.



Prévention des risques psychosociaux

Sur le plan des risques psychosociaux (RPS) ont été mis en place à l'occasion de la signature de l'accord QVT pour les collaborateurs du groupe TF1⁽¹⁾ :

- une formation accessible en « libre-service » à tous les collaborateurs (*self coaching*), visant à apprendre à gérer ses émotions, mieux maîtriser son stress individuellement et retrouver une énergie positive, tout en améliorant la collaboration des équipes ; six sessions ont eu lieu en 2022.
- une formation sur la prévention des RPS pour les *managers*, assortie de la diffusion d'une plaquette de communication remise à l'ensemble des collaborateurs par leurs *managers*. Quatre sessions ont été réalisées en 2022, avec pour objectifs la sensibilisation des *managers* de proximité à la prévention des RPS et à la détection des signaux faibles et la formation à l'écoute active des collaborateurs et aux procédures internes,
- une session de formation sur la gestion du stress en situation d'urgence pour les coordinateurs de sécurité, qui consiste à les accompagner dans la maîtrise de leur stress en situations d'urgence, tout en adaptant leur communication à l'autre pour faire passer des messages clairs, efficaces et rapides ;
- une ligne d'écoute téléphonique avec le cabinet Stimulus Care Services, ouverte 24/7, qui donne accès à un psychologue pour les collaborateurs rencontrant une difficulté professionnelle, personnelle ou un problème d'addiction.

Les risques psychosociaux font l'objet d'une évaluation dans les Documents uniques d'évaluation des risques professionnels de chaque société du groupe TF1. Le plan d'action est inscrit dans l'accord collectif de Groupe relatif à la qualité de vie au travail de 2019, lequel sera renégocié en 2023.

Le baromètre biannuel de la QVT, la ligne d'écoute psychologique 24/7 de Stimulus Care Services, l'évaluation HAD en marge des visites avec le médecin du travail, le déploiement d'un réseau de référents pour informer les salariés en matière de harcèlement et de lutte contre les violences au travail sont issus de ce plan d'action. Suite aux résultats sur l'évaluation du stress issue du baromètre QVT déployé en février 2022, le questionnaire de l'entretien sur la charge de travail a été complété pour permettre au salarié de s'exprimer sur le soutien technique et émotionnel qu'il peut trouver dans son entourage professionnel.

Parmi les RPS mentionnés dans les Documents uniques d'évaluation des risques professionnels (DUERP), le sexisme ordinaire est considéré comme une micro-agression pouvant avoir des effets sur la santé psychologique et la confiance en soi des collaborateurs.

Les actions du Groupe en matière de lutte contre le sexisme et le harcèlement sont développées au 4.2.2.3.2.

Prévention des risques santé et sécurité dans le cadre professionnel

Le Service Médical organise depuis plusieurs années des campagnes de vaccination contre la grippe, avec plus de 300 collaborateurs vaccinés en 2022, et propose également aux équipes partant en reportage, la mise à jour de leurs vaccins et une trousse de secours pour les premiers soins. Les visites médicales des collaborateurs sont organisées et assurées par le Service Médical au sein des locaux du groupe TF1 à Boulogne y compris pour les équipes de Newen Studios depuis 2022. Un service gratuit de téléconsultation a été mis en place depuis 2018 auprès d'AXA. Accessible 24/7, il permet aux collaborateurs de consulter un professionnel lorsque leur médecin traitant n'est pas disponible.

Plan de prévention des risques

Chaque fois que nécessaire, le groupe TF1 établit un plan de prévention pour identifier et prévenir, par une coordination générale, les risques liés à l'interférence entre les activités, installations, matériels lors de l'intervention d'entreprises extérieures (EE) au sein d'une entreprise utilisatrice (EU). Ce plan concerne les travaux et interventions, les opérations extérieures telles que les émissions spéciales, les productions ainsi que les prestations de services telles les prestations intellectuelles et informatiques.

La Direction, la Commission Santé, Sécurité et Conditions de Travail (CSSCT) et le service de médecine du travail ont élaboré des recommandations régulières sur la conduite des véhicules lors des missions professionnelles, l'usage des appareils de transmission dits AVIWEST ou encore les procédures de sécurité à suivre en cas de reportage dans des zones sensibles. L'ensemble de ces acteurs veillent à ce que des formations « aux gestes qui sauvent » ou des formations « premiers secours » soient régulièrement réalisées. Tous les accidents du travail sont analysés en CSSCT et des mesures correctives sont mises en œuvre si nécessaire.

Enfin, dans le cadre de la prévention de l'absentéisme et des troubles musculo-squelettiques, des consultations d'ostéopathes sont proposées sur site deux fois par semaine à l'ensemble des collaborateurs adhérents au régime frais de santé. Depuis 2020, les rendez-vous peuvent également être pris à domicile. La DAGS a par ailleurs renforcé les dispositifs de sécurité compte tenu de la persistance des menaces sur le territoire national, notamment envers les médias. Le renforcement des actions de sécurité s'est traduit par une augmentation des effectifs de sécurité aux points d'accès et la mise en place des périmètres de sécurité adaptés ainsi que la mise en place d'un nouveau système de contrôle des entrées.

Prévention des risques médicaux et aides aux collaborateurs malades

Le groupe TF1 met en place des actions concrètes notamment pour faire évoluer les représentations et les savoirs liés aux cancers et aux maladies chroniques, ouvrir le dialogue avec les équipes, accompagner la création d'un environnement favorable aux collaborateurs concernés et favoriser des comportements et pratiques managériales adaptées.

En septembre 2022, le groupe TF1 a organisé une *masterclass* sur la maladie d'Alzheimer animée par Caroline Bayle, journaliste santé à la Rédaction de TF1 avec Thierry Lhermitte, parrain engagé de la FRM (Fondation pour la recherche médicale) et le Docteur Julien Lagarde, neurologue clinicien et chercheur pour sensibiliser les collaborateurs à cette maladie et répondre à de multiples interrogations sur le diagnostic, les traitements, la prise en charge et l'état des projets les plus prometteurs en matière de recherche. Cette rencontre a été l'occasion de mettre en lumière auprès des collaborateurs l'engagement en faveur de la recherche contre la maladie d'Alzheimer du groupe TF1 aux côtés de la FRM depuis cinq années consécutives avec notamment *l'interview* croisée du PDG et de la Directrice RSE du Groupe.

(1) Groupe TF1 hors Newen Studios

En écho aux campagnes « Octobre rose » et « Movember », le groupe TF1 a renforcé sa prévention des risques médicaux en offrant aux collaborateurs âgés de 40 à 50 ans la possibilité de réaliser un bilan prédictif multi-pathologies (cancer du sein, du poumon, de la prostate, colorectal, mélanome et maladies cardiovasculaires) auprès de Prédilife. Ce bilan permet de prendre connaissance du risque de développer une maladie grave dans les cinq ans et de bénéficier ainsi d'un suivi médical adapté à son profil, dans le respect de la confidentialité et du secret médical. En 2022, 102 collaborateurs du groupe TF1 ⁽¹⁾ ont suivi ce parcours de prévention complet.

En décembre 2022, le groupe TF1 a signé la Charte Cancer@work pour aller plus loin dans l'accompagnement des collaborateurs qui souffrent d'un cancer. L'ambition de cette charte est d'engager l'ensemble des *managers* et collaborateurs qui, avec le soutien des RH et du service médical, ont un rôle clé à jouer à la fois durant la maladie de leurs collègues et lors de la reprise du travail après une longue absence. Cette charte vient compléter les dispositifs existants tels que les garanties pour compenser la perte de salaire liée à l'absence de longue durée et limiter le reste à charge des consultations ; le soutien psychologique et l'accompagnement pour les démarches médicales ou sociales, l'accès à un réseau d'établissements spécialisés avec Unicancer.

Cancer@Work a pour mission de favoriser l'inclusion et le maintien dans l'emploi des personnes touchées par le cancer ou une maladie chronique en entreprise et de permettre :

- à l'ensemble des salariés de mieux vivre et mieux travailler ensemble ;
- aux entreprises de conserver des talents, et de préserver et développer leur compétitivité.

Gestion de la crise sanitaire

Dans la continuité des mesures de précaution prises en 2020 sur le plan sanitaire pour protéger la santé des collaborateurs, le groupe TF1 est resté mobilisé au début de l'année 2022 : fourniture quotidienne de masques, distribution de gel hydroalcoolique au sein de l'entreprise, procédures de nettoyage, de désinfection et d'« aération » des bâtiments spécifiques, régulation des flux de personnel et signalétiques associées dans les bâtiments du siège à Boulogne-Billancourt, jauge de fréquentation des sites, télétravail encouragé pour toutes les activités éligibles, possibilité offerte de tests PCR avec le cabinet médical de TF1 et un laboratoire partenaire. Ces mesures sont pour la plupart très largement supérieures à celles prévues au protocole national sanitaire à destination des entreprises.

En 2022, les sociétés de production de Newen Studios ont, de leur côté, maintenu les actions de gestion de la crise sanitaire, notamment en mettant à jour le livret blanc consacré à la reprise des tournages post-déconfinement et en maintenant les référents COVID sur chaque tournage.

Lutte contre les violences au travail et le harcèlement

La procédure de traitement des violences au travail et cas de harcèlement a été déployée à trois reprises en 2022 au sein du groupe TF1 y compris Newen Studios, l'une d'entre elles a donné lieu à une sanction.

Le groupe TF1 dispose par ailleurs depuis 2014 d'une cellule d'écoute externe et anonyme, « Allodiscrim ». Son objectif est d'informer et conseiller les collaborateurs sur les démarches à entreprendre dans le cas où ils s'estimeraient en situation de discrimination ou d'inégalité de traitement au sein de l'entreprise.

Une session de formation « Agissement sexistes et harcèlement en entreprise » a été organisée en 2022 pour les référents harcèlements du groupe TF1 qui n'avaient pas déjà été formés.

Au sein de Newen Studios, des sessions de formation et de sensibilisation ont été organisées pour les équipes de production, techniques et du siège concernant les actes de harcèlement, agissements sexistes et violences au travail. Depuis 2019, la cellule d'écoute « Allodiscrim » avait également été ouverte à l'ensemble des collaborateurs du Groupe, qu'ils soient permanents ou intermittents.

Les acteurs de la démarche de santé et de sécurité

Le service médical, lieu privilégié d'écoute des salariés, assure des missions quotidiennes de suivi médical des salariés et de prévention des risques professionnels. Le médecin du travail, assisté des trois infirmières, conçoit et met en place des mesures collectives et individuelles. Le médecin du travail sensibilise l'ensemble des collaborateurs à une meilleure hygiène de vie et alerte la DRH en cas de risques psychosociaux.

Depuis janvier 2020, le groupe TF1 y compris Newen Studios pour les filiales parisiennes et de la petite couronne, sont accompagnés par Thalie Santé qui a pour mission :

- d'accompagner le Groupe dans la réforme des services de santé au travail voulue par la loi ;
- de déployer une équipe pluridisciplinaire (ergonomie, psychologue du travail, addictologue, etc.) mobilisable très rapidement ;
- d'accompagner le Groupe dans la mise en place de programmes de prévention des risques professionnels.

Les collaborateurs peuvent également s'adresser à l'assistante sociale sur site lorsqu'ils rencontrent des difficultés. Son rôle consiste à évaluer la situation et à accompagner les salariés dans leurs démarches en liaison avec les organismes spécialisés.

Le dialogue social en matière de santé et de sécurité au travail est primordial pour le groupe TF1, soit au travers d'accords signés avec les partenaires sociaux en lien avec la santé et la sécurité des salariés, soit au travers de la Commission Santé, Sécurité et Conditions de Travail (CSSCT). La Direction des Affaires Générales et de la Sécurité (DAGS) intervient régulièrement sur des questions relatives à la santé, la sécurité et les conditions de travail.

Des dispositifs existent aussi au sein de Newen Studios :

- Médecin Direct, un service de consultation médicale à distance accessible 24h/24 et 7j/7, sur le Web ou *via* l'application gratuite, qui propose trois canaux de communication : la vidéo, le message écrit, ou encore le téléphone. Médecin Direct s'inscrit parfaitement dans le parcours de soins et intervient en complémentarité de la médecine de terrain ;

(1) Groupe TF1 hors Newen Studios



- deuxiemeavis.fr, un service d'expertise médicale qui permet aux patients atteints de maladies graves, rares ou invalidantes d'obtenir un deuxième avis médical, en moins de sept jours. Sur la base d'un questionnaire médical et des examens médicaux transmis en ligne, les médecins experts rendent un avis personnalisé afin d'éclairer la prise de décision du patient ;
- un accompagnement offert par le Groupe à tous les collaborateurs qui le souhaitent avec une *coach* de vie et comportementaliste qui demeure actif.

Formations liées à la santé et à la sécurité

Des formations sont régulièrement organisées dans le domaine de la sécurité, de l'hygiène et de la santé afin de maintenir le niveau de compétence des collaborateurs et leur permettre de s'approprier les nouveautés règlementaires. Une attention particulière est portée aux formations à la santé, outre les ateliers de *self coaching*, avec le programme MyOsteopratic, conçu et animé par un ostéopathe, adapté sur mesure aux situations professionnelles rencontrées par les collaborateurs (personnels de reportage par exemple). Les formations à la sécurité sont proposées aux collaborateurs concernés : personnel local de sécurité, sauveteur secouriste du travail, gestes qui sauvent, habilitations électriques, certificat d'aptitude à la conduite d'engins en sécurité.

Un « pack de formation *e-learning* santé-sécurité » est accessible à tous les collaborateurs sur l'intranet. avec les modules suivants :

- Gestes qui sauvent : pour faire face à des situations d'urgence ;
- Sauveteur secouriste du travail : pour découvrir le rôle du SST en apprenant les premiers gestes à effectuer en attendant l'arrivée des secours ;
- Sécurité routière et premier secours : pour adopter les bons réflexes et acquérir les gestes qui sauvent spécifiques à l'environnement routier ;
- Trousse de secours : ce module a pour objectif de former les équipes de reportages à l'utilisation de la trousse de secours remise à leur départ en mission.

Une formation spécifique sur le sommeil et les rythmes décalés pour les collaborateurs qui travaillent de nuit ou en horaires décalés a été mise en place avec une session pilote en décembre 2022. L'objectif de cette formation est d'appréhender les mécanismes du sommeil et du stress liés aux rythmes de travail atypique, pour concilier contraintes professionnelles et bonne hygiène de vie.

Deux sessions de formation « Sensibilisation zones urbaines et mouvements de foules » ont eu lieu en 2022 ; cette formation a été construite sur mesure en 2018 à destination des équipes de reportage pour appréhender les situations de violence pendant les tournages de manifestations ou de rassemblements.

Au regard du contexte international, la Direction de l'Information a conçu avec le Centre de formation et de perfectionnement des journalistes un nouveau programme « Sensibilisation aux risques en zones de conflits » à destination des reporters couvrant l'actualité en zone de guerre et notamment le conflit russo-ukrainien, visant à leur permettre de prendre les dispositions nécessaires pour leur sécurité et leur santé à toutes les étapes de leur mission. Ce programme vient compléter le dispositif proposé par le Centre media du ministère des Armées pour les journalistes de tous les médias, que suivent les grands reporters du Groupe depuis de nombreuses années.

Enfin, deux sessions sur le cyber-harcèlement ont été réalisées pour les collaborateurs disposant d'une visibilité sur les réseaux sociaux, liée à leur activité professionnelle ou à leur présence à l'antenne. Cette formation permet aux participants de mieux comprendre les mécanismes du cyber-harcèlement, de se doter d'outils et techniques pour faire face aux harceleurs, de prendre connaissance des procédures existantes et de connaître les relais au sein du Groupe.

4.2.4.6.3. Droits fondamentaux du travail – Travail à l'étranger dans les zones à risque

Concernant les sujets de droits humains, la promotion et le respect des stipulations des conventions fondamentales de l'Organisation internationale du travail, TF1, société française et dont la grande majorité des effectifs est française, applique le droit français, européen et international. La question du travail des enfants ou du travail forcé est totalement exclue.

Un Comité de Parties Prenantes a eu lieu en 2021 et 2022, interrogeant les participants sur leur perception des enjeux clés en matière de droits humains à la lecture du plan de vigilance du groupe Bouygues.

Par ailleurs, compte tenu des effectifs limités à l'étranger, la représentation du personnel n'est pas un enjeu concernant le groupe TF1.

En revanche, les collaborateurs amenés à se déplacer et à travailler dans des pays dits « à risque » sont formés en conséquence (voir chapitre 4.2.4.6.2.)

Les conditions de renouvellement des contrats d'assurance décès accidentel pour les missions à risque des journalistes ont été particulièrement durcies par les compagnies d'assurance et spécialement pour les missions en zones de guerre comme le conflit russo-ukrainien. Le groupe TF1 a vocation à continuer de couvrir médiatiquement ces événements aux frontières de l'Europe et s'attache cependant à vérifier que les garanties de ses journalistes soient maintenues au niveau des obligations légales et conventionnelles dès le 1^{er} janvier 2023. Enfin, le groupe TF1 a souscrit avec AXA à un contrat rapatriement pour venir au soutien des collaborateurs envoyés en mission à l'étranger.

4.2.5. Solidarité

4.2.5.1. Actions de mécénat INTERNE — CONTENUS — EXTERNE

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 est adapté aux besoins et prend des formes très diverses :

- diffusion à titre gracieux de spots d'appels aux dons et/ou de sensibilisation sur les antennes TV et radio ;
- relais éditoriaux dans l'information et/ou sur les sites Internet ainsi que sur les réseaux sociaux du Groupe ;
- invitation de représentants des associations dans les contenus et programmes d'information ;
- appels aux dons dans les programmes, sur le digital et les réseaux sociaux ;
- émissions spéciales dédiées à une cause ou association (*12 Coups de midi, Le Grand Concours*) ;
- production de programmes courts, spots d'appels aux dons, spots de sensibilisation ;
- relais des causes par des animateurs et journalistes du Groupe ;
- reversement de gains de jeux (*Game of Talent, Good Singers, Une famille en or, Stéréo Club*).

Au total, le groupe TF1 a soutenu en 2022 plus de 115 associations, fondations ou organisations offrant ainsi une visibilité au plus grand nombre pour servir des causes variées et répondant aux besoins les plus prégnants. Sur les antennes et le digital, le groupe TF1 concentre ses efforts sur les associations en lien avec :

- la recherche médicale : Fondation Recherche médicale, Fondation Arc, Sidaction, Institut Curie, Pasteurdon ;
- le soutien aux malades, aux personnes handicapées et leurs proches : Fondation des hôpitaux, ELA, Grégory Lemarchal, Endofrance, ARSEP, Petits Princes, Princesse Margot, Le Silence des justes, Cekedubonheur ;
- la lutte contre la précarité : Les Restos du cœur, la Fondation Abbé Pierre, Action contre la faim, la Banque alimentaire, la Fondation Innocente ;

- les violences faites aux femmes : la Fondation des femmes, Fédération nationale Solidarité Femmes, La Maison des femmes, Sine qua non ;
- la protection de l'enfance : Action Enfance, la Voix de l'enfant, Stop VEO ;
- les grandes catastrophes : Croix-Rouge, Fondation de France ;
- la transition écologique : Stop exclusion énergétique, Surfrider, Fondation GoodPlanet, Atmosphères, Ecoprod.

Hors antenne, les soutiens aux fondations d'entreprises Bouygues et TF1 et les actions de mécénat sont majoritairement centrés sur l'insertion professionnelle des jeunes : La Chance pour la diversité dans les médias, La Réplique, Sport dans la ville, Moteur !, dont les partenariats sont détaillés au 4.2.3.1.3.

Faits marquants 2022

Les antennes relaient largement les messages institutionnels notamment ceux liés à la crise sanitaire. Bien que la part des messages institutionnels diminue en 2022, ils représentent la moitié de valorisation des espaces gracieux accordés.

En mars 2022, le groupe TF1 a mobilisé ses journalistes et animateurs pour une grande campagne d'appels aux dons au profit de la Fondation de France relayés sur ses antennes ainsi que ses sites internet et comptes sur les réseaux sociaux pour lever des fonds afin de soutenir la population ukrainienne.

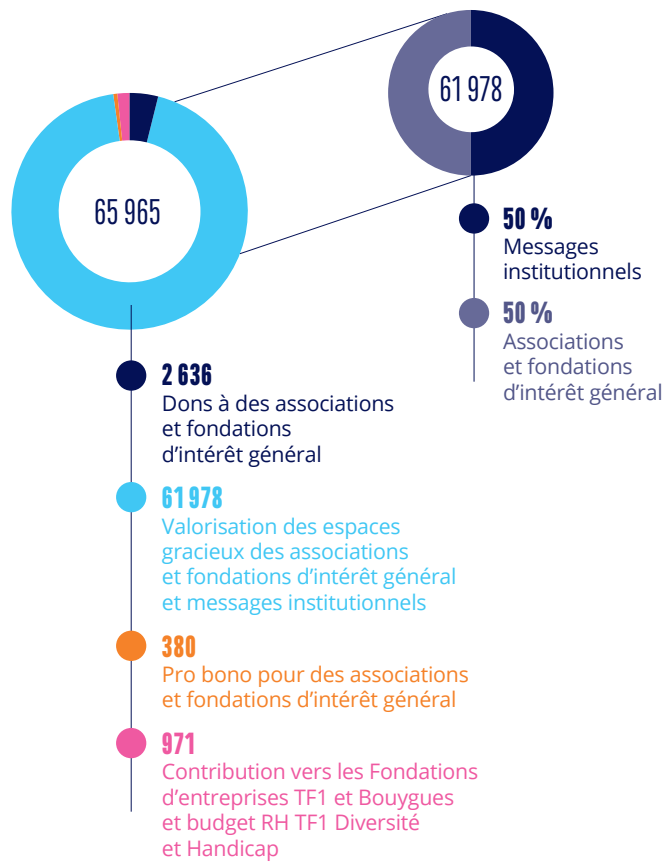
Le groupe TF1 a réitéré en 2022 son soutien à la recherche sur le cancer du pancréas en relayant des appels aux dons au profit de la Fondation ARC (Fonds Bertrand Kamal) lors de la Finale de *Koh-Lanta* en hommage à l'ancien candidat décédé en 2020.

En 2022, à l'occasion des 15 ans de la disparition de Grégory Lemarchal, des appels aux dons ont été effectués au profit de l'association Grégory Lemarchal, qui, depuis 2007, finance d'importants programmes de recherche contre la mucoviscidose, apporte son aide aux patients et à leur famille pour améliorer leur vie, informe le grand public et sensibilise au don d'organes.

INDICATEUR : MONTANT TOTAL DES ACTIONS SOLIDAIRES

(en milliers d'euros)	2022	2021	2020
Nombre d'associations ayant bénéficié des dons	115	110	125
Valorisation des espaces gracieux des associations et fondations d'intérêt général et messages institutionnels	61 978	111 268	135 812
Dons à des associations et fondations d'intérêt général	2 636	2 805	2 875
Pro bono pour des associations et fondations d'intérêt général	380	432	211
Contribution vers les Fondations d'entreprises TF1 et Bouygues et budget RH TF1 Diversité et Handicap	971	982	1 045
MONTANT TOTAL DES ACTIONS SOLIDAIRES	65 965	115 487	139 943

Le groupe TF1 maintient un soutien important *via* ses espaces gracieux sur les antennes en raison notamment d'un nombre toujours important de messages institutionnels en lien avec la crise sanitaire, mais également la canicule, la lutte contre le harcèlement scolaire, les violences faites aux femmes et l'usage raisonnable et raisonné des écrans pour le jeune public.



Implication des collaborateurs

Les collaborateurs sont informés des grandes opérations caritatives soutenues par le Groupe et y sont associés autant que possible : courses solidaires, collecte de produits d'hygiène pour la Fondation des femmes, relais des campagnes des Pièces Jaunes, distribution de rubans Sidaction, participation à l'opération « Mets tes baskets et bats la maladie » organisée par ELA, rencontre avec Thierry Lhermitte et le Dr Julien Lagarde neurologue à l'occasion de la collecte au profit de la recherche contre la maladie d'Alzheimer organisée par la Fondation pour la Recherche médicale. À l'occasion de cette dernière rencontre, une opération de collecte a été organisée en interne avec un abondement du groupe TF1.

L'opération « Coup de pouce à vos assos » a permis à cinq collaborateurs du groupe TF1 y compris Newen Studios de bénéficier d'un soutien financier pour une association dans laquelle ils sont impliqués. Ont été sélectionnées les associations suivantes : Lumières sur l'Info, Sayada Solidaire, Sine qua non, Open Mind et Entrepreneurs du monde. À l'issue d'un vote proposé à l'ensemble des collaborateurs, c'est cette dernière qui a été désignée association « Coup de cœur » et qui a ainsi pu bénéficier d'un « coup de pouce » financier supplémentaire.

4.2.5.2. Publicité solidaire EXTERNE — CONTENUS

Goodeed

En 2020, TF1 Pub est la première régie plurimédia à s'engager aux côtés de Goodeed, et à commercialiser le format de la publicité solidaire sur le digital et à la télévision, permettant aux marques d'agir aux côtés des internautes et de reverser une partie du budget investi au profit d'associations. En deux ans de partenariat, l'offre de vidéo solidaire commercialisée par la régie du groupe TF1 a permis de collecter plus de 600 000 euros de dons en faveur de nombreux projets caritatifs soutenus par Goodeed. Au total, 60 campagnes ont été diffusées sur les chaînes du Groupe et sur MYTF1, mettant en lumière les initiatives positives de plus de 40 associations.

Vinted

En octobre 2021, TF1 et Vinted lançaient le « Mois de la seconde main » et proposaient à la vente les tenues portées par les comédiens de *Demain nous appartient* et *Ici tout commence*. Les bénéfices découlant de la vente des tenues ont été reversés à l'association La Cravate Solidaire, qui accompagne les publics en insertion et lutte contre les discriminations en entretien d'embauche, notamment celles liées à l'apparence.

En 2022, l'opération a été renouvelée avec Vinted à l'occasion de la rentrée, en donnant accès aux dressings de quatre programmes phares de TF1, TMC et TFX. L'argent de la mise en vente des tenues est une nouvelle fois reversé au profit de La Cravate Solidaire.

À l'heure où l'achat d'occasion est une vraie tendance de consommation, répondant aussi bien à des enjeux économiques qu'environnementaux, TF1 Pub affirme à travers cette opération sa volonté de renforcer la pédagogie auprès du grand public en s'associant à un acteur majeur de la seconde main.

4.2.6. Éducation aux médias **CONTENUS — EXTERNE**

Convaincu de sa responsabilité en tant que groupe média majeur dans le domaine de l'information, le groupe TF1 a mis en place de nombreuses actions pour contribuer à l'éducation de tous les publics aux médias et à la fabrication de l'information.



4.2.6.1. Pédagogie à destination de tous les publics

Direction de l'Information du groupe TF1

La médiatrice vous répond

Sur le site TF1 Info, la rubrique « La médiatrice vous répond » constitue un lieu privilégié d'interactions avec tous les publics en permettant aux téléspectateurs d'envoyer leurs questions concernant le traitement éditorial de l'information. En complément, la médiatrice de l'information publie au sein de cette rubrique des interviews avec les acteurs de l'information du groupe TF1.

Info & Vous

Par ailleurs, depuis 2021, le *podcast* Info & Vous met en lumière les coulisses des rédactions LCI et TF1. En 2022, huit *podcasts* d'une heure ou plus ont été proposés.

Les Rencontres de l'info

Depuis 2021, la Direction de l'Information organise « Les Rencontres de l'info », un rendez-vous destiné à tous les publics s'appuyant sur un partenariat avec le Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information (CLEMI).

En 2022, six « Rencontres de l'info » ont eu lieu, portant sur ces thèmes :

- les grands reporters en Afghanistan ;
- les Vérificateurs ;
- l'édition du WE ;
- la campagne électorale et la guerre en Ukraine ;
- les femmes reporters de guerre ;
- la transition écologique dans l'information.

Ces événements illustrent la volonté de TF1 de renforcer sa proximité avec les téléspectateurs en dévoilant les coulisses de la fabrication de l'information. Le partenariat instauré avec le CLEMI, qui convie à cet événement de nombreux collégiens et lycéens, permet d'aller à la rencontre des jeunes publics et de leur donner l'opportunité d'échanges directs avec les rédactions du groupe TF1.

Partenariats avec le monde éducatif

En 2022, les rédactions de la Direction de l'Information ont également poursuivi leurs interventions au sein des collèges et lycées sur des thèmes de société comme la liberté d'expression, avec le CLEMI et le conseil général de Seine-Saint-Denis, dans le cadre du programme Agora ou au cours de la « Semaine de la presse et des médias dans l'école ».

Cette dernière, organisée par le CLEMI auprès de 4 millions d'élèves, a pour objectif d'aider les élèves, de la maternelle au lycée, à comprendre le système des médias, à former leur jugement critique et développer leur goût pour l'actualité. La « Semaine de la presse et des médias dans l'école » a donné lieu en 2022 à environ 15 rencontres à distance avec des journalistes rédacteurs, des JRI, des correspondants et des présentateurs.

Dans le cadre du programme Agora, ce sont six journalistes qui interviennent trois fois par an dans l'établissement qui leur a été assigné.

En 2023 la Direction de l'Information va aussi accompagner l'association « Lumières sur l'info » en mobilisant trois journalistes qui pourront intervenir dans des établissements scolaires partenaires de cette association.

Expertes à la Une

L'initiative « Expertes à la Une » (détaillée au chapitre 4.2.2.1.) s'inscrit également dans la démarche d'éducation aux médias, à travers les binômes créés entre les expertes et les journalistes, permettant ainsi aux expertes de mieux comprendre le fonctionnement et les besoins des rédactions. Le Groupe a prévu de reconduire cette opération en 2023.

« Mon stage chez TF1 »

À travers l'opération « Mon stage chez TF1 », le Groupe accueille des stagiaires de 3^e, sélectionnés par concours à travers une vidéo d'une minute, pour une semaine de découverte de l'ensemble des métiers d'un groupe média.

Ce dispositif a été complété par une nouvelle opération intitulée « Matinée de l'audiovisuel » organisée en février 2022 sous la forme d'interviews à distance ouvertes cette fois à tous les collégiens, lycéens et étudiants. Ce dispositif a vocation à être renouvelé en 2023.

4.2.6.2. Lutte contre les *fake news*

Direction de l'Information du groupe TF1

Deux chroniques antenne intitulées « INFO/INFOX » et portant sur la lutte contre les *fake news* sont incarnées par Samira El Gadir 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. La Direction de l'Information décline les enquêtes sur les réseaux sociaux Instagram, TikTok et sur YouTube.

En plus de la formation des équipes du digital et de la documentation, la Direction de l'Information forme depuis 2019 une quarantaine de journalistes au sein des rédactions de TF1 et LCI dans le but d'acquérir les bons réflexes, notamment en vue de l'élection présidentielle 2022. Cette équipe de journalistes est spécialisée dans le *fact-checking* pour lutter contre les *fake news* et la désinformation. « Les Vérificateurs » interviennent au quotidien sur les différentes antennes de TF1 : au sein des JT de TF1, dans le cadre de diverses émissions sur LCI et sur le site internet TF1 Info.

L'échéance de l'élection présidentielle passée, les équipes ont continué de se former avec une session de mise à jour en fin d'année. 2022 L'objectif de celle-ci est d'être à jour sur les dernières pratiques de *fact-checking* notamment sur la vérification des vidéos, des compétences nécessaires pour traiter le conflit en Ukraine.

La Direction de l'Information a poursuivi son partenariat avec l'Inserm à travers une série de sujets sur les médecines dites « alternatives » et a participé à leur colloque de rentrée, dont le thème était consacré aux *fake news* et la désinformation scientifique.

Enfin, la cellule « Les Vérificateurs » est très engagée sur la question de l'éducation aux médias avec plusieurs interventions dans les collèges et lycées, notamment situés en réseau d'éducation prioritaire.

La Direction de l'Information s'engage à suivre, à partir de 2023, le nombre d'interventions de journalistes à destination des jeunes.

Histoire TV

La chaîne Histoire TV propose aussi une offre de programmes destinées à lutter contre les *fake news*. À titre d'exemple, Histoire TV a diffusé en 2022 les programmes suivants :

- *À la Une*, une histoire du traitement de la presse, plus ou moins sérieux, de différents événements, qui permet de mieux comprendre le fonctionnement des « unes » et renforcer l'esprit critique ;
- *C'est un complot !* avec 28 épisodes consacrés aux *fake news* et au démantèlement des théories de complot qui en découlent ;
- *L'Histoire vraie des fake news*, qui revient sur l'origine des *fake news*, ce qui les motive et ce qui peut être fait pour lutter contre ;
- *Vous connaissez peut-être*, un documentaire consacré à une enquête sur les liens entre Cambridge Analytica et des groupuscules d'extrême droite.

4.3. ÉTHIQUE

4.3.1. Éthique dans les contenus **CONTENUS — INTERNE**

4.3.1.1. Indépendance des rédactions du Groupe, pluralisme, éthique et déontologie de l'information et dans les programmes

Dans le cadre de ses activités de production en propre d'émissions d'informations ou autres, d'achat de programmes, de publicité, le groupe TF1 est investi d'une responsabilité particulière de par son statut de chaîne *leader*. Le Groupe veille notamment au respect de ses engagements publics en matière d'éthique et de déontologie des contenus produits et diffusés (indépendance de l'information, protection des publics vulnérables, respect de la vie privée, présomption d'innocence, etc.) qui conditionnent sa *licence-to-operate*, si le régulateur venait à juger de non-conformités majeures. Cette conformité fait l'objet d'un contrôle rigoureux :

- par le Secrétariat général, ou la Direction de l'Information ou de l'Antenne, pour le respect des engagements pris par la chaîne (cahier des charges et conventions signées avec l'ARCOM, Charte Éthique des Journalistes), mais également, en matière de déontologie des programmes et de protection du jeune public :
 - la Direction de l'Information de TF1 a la charge du contrôle de l'application des principes éthiques de la profession au sein des rédactions,
 - en France, les principaux syndicats de journalistes ont adopté la Charte d'Éthique professionnelle des journalistes. Elle peut être consultée sur le site du SNJ (Syndicat national des journalistes),

- la Charte Déontologie spécifique aux journalistes présents chez TF1 a été signée le 28 janvier 2019. Elle a fait l'objet d'un envoi à l'ensemble des journalistes de l'entreprise le 13 février 2019. Chaque nouveau collaborateur journaliste se voit remettre cette charte simultanément à la signature de son contrat de travail ;
- en ayant mis en œuvre un Comité relatif à l'Honnêteté, à l'Indépendance et au Pluralisme de l'information et des programmes (en application de la loi du 14 novembre 2016). Depuis 2017, ce Comité, composé de personnalités indépendantes, a pour mission de contribuer au respect des principes d'honnêteté, d'indépendance et de pluralisme de l'information et des programmes au sein des chaînes du groupe TF1. Ce Comité s'est réuni à deux reprises en 2022 ;
- par la rédaction de TF1, qui est extrêmement attentive à la qualité des sources d'images et proscrit l'utilisation de vidéos amateurs lorsque leur origine n'est pas strictement vérifiée. Lorsqu'elle utilise ces documents amateurs qui peuvent être recadrés et montés, elle insère la mention « Document amateur » et précise si possible la date à laquelle les images ont été tournées ;

- en assurant un visionnage préventif de certains programmes (par un psychologue pour enfants et un Comité *ad hoc*), et en veillant à la bonne signalétique des programmes ;
- en soumettant les supports publicitaires aux avis préalables de l'ARPP (publicité) ;

- en mettant en œuvre un contrôle des sites Internet et des espaces communautaires de la chaîne (système de modération, sécurisation du surf).

Voir le chapitre 2.2, paragraphe « Respect des règles éthiques et déontologiques dans les contenus ».

L'enjeu de lutte contre les *fake news* est traité au 4.2.6.2.

4.3.1.2. Éthique dans les contenus publicitaires

La Direction de la Programmation et de la Mise à l'Antenne de TF1 Pub, régie publicitaire de TF1, effectue un visionnage préalable avant diffusion des messages publicitaires avec le concours éventuel de la Direction des Affaires Juridiques.

TF1 Pub peut, même si l'ARPP a validé le message, refuser ou imposer des conditions de diffusion particulières à un annonceur dès lors que le message ne paraît pas approprié à la ligne éditoriale des supports sur lesquels il sera diffusé, notamment pour le public familial de TF1.

Dans ce cas, un courrier est envoyé à l'interlocuteur, annonceur ou agence de communication ayant conçu le message. Une solution est recherchée pour adapter le message ou son horaire de diffusion à la ligne éditoriale du support. Si aucune solution n'est trouvée, le message n'est pas diffusé. Ce cas de figure est prévu dans les conditions générales de vente de TF1 Pub.

Par ailleurs, les sites des chaînes du groupe TF1 (MYTF1 et TF1Info.fr) sont certifiés label *Digital Ad Trust*, un label exigeant pour une meilleure transparence et qualité publicitaire. Depuis 2017, ce label offre des garanties sur la sécurité des environnements des sites Internet dans lesquels les marques apparaissent, pour répondre aux nouvelles exigences des annonceurs et des utilisateurs.

4.3.1.3. Protection des publics sensibles

Signalétique jeunesse

Depuis 2002, obligation est faite aux chaînes de télévision hertzienne d'apposer une signalétique sur l'ensemble des programmes hors publicité, dès lors qu'ils ne sont pas recommandés pour tous les publics. La responsabilité de la mise en place de cette signalétique incombe à chaque chaîne qui informe l'ARCOM de sa composition, mais est seule responsable de ses décisions de classification. La signalétique délivre des recommandations pratique en termes d'âge pour chacune des cinq catégories existantes (tous publics, - 10, - 12, - 16, - 18). La chaîne TF1 ne diffuse pas de programmes classifiés - 18. Le Comité de Visionnage mis en place à TF1, qui statue sur la signalétique à mettre en place, rassemble les responsables de l'Antenne, de la programmation, de la conformité des programmes, des acquisitions et des programmes jeunesse.

Une psychologue pour les programmes jeunesse (TFOU)

Depuis la création de la case jeunesse, les équipes artistiques et/ou une psychologue pour enfants visionnent toutes les séries jeunesse achetées et travaillent en amont, en étroite collaboration pour les séries coproduites par la chaîne. Lorsqu'elle juge les images inadaptées pour les enfants, la psychologue suggère des coupes ou parfois qualifie des épisodes comme étant non diffusables et ces recommandations sont alors systématiquement suivies.

Par ailleurs, le groupe TF1 est signataire du protocole d'engagements « Pour une utilisation raisonnée et raisonnable des écrans chez les mineurs » initié par le secrétariat d'État en charge de l'enfance et des familles qui dépend du ministère des Solidarités et de la Santé. Le Secrétariat général du groupe TF1 participe aux échanges qui ont vocation à enrichir le site jeprotegemonenfant.gouv.fr, avec des rubriques destinées aux parents et mettant en avant les outils limitant le temps d'écran et les contenus inappropriés.

4.3.2. Éthique et conformité dans les relations d'affaires, Achats Responsables et dialogue avec les parties prenantes **INTERNE — EXTERNE**

4.3.2.1. Éthique et conformité dans les relations d'affaires

À travers notamment son Code Éthique et ses programmes de conformité détaillant la politique du Groupe en termes de lutte contre la corruption, de gestion des conflits d'intérêt, du respect de la concurrence, du droit boursier et des sanctions internationales, le groupe TF1 porte à la connaissance de tous les collaborateurs du Groupe les bonnes pratiques propres à garantir le respect de sa politique d'éthique dans ses relations d'affaires. Ces derniers ont en effet accès au Code Éthique et aux programmes de conformité via la rubrique Éthique des intranets du Groupe, et le Code Éthique est également accessible via le site corporate (www.groupe-tf1.fr/fr/engagements-rse/ethique).

En 2022, le groupe TF1 a également poursuivi la sensibilisation renforcée des managers et des personnes les plus exposées aux risques de corruption et de trafic d'influence, à travers trois nouvelles sessions de formations faisant intervenir des avocats spécialisés en conformité. En parallèle, le Groupe a continué de proposer sa formation e-learning obligatoire relative à la lutte contre la corruption et au trafic d'influence à l'ensemble des collaborateurs ne l'ayant pas encore suivie. Lancé en 2020, ce parcours a permis de former 95 % des collaborateurs en CDI chez TF1.



En 2023, le Groupe entend poursuivre la sensibilisation renforcée auprès des populations susvisées afin de garantir la prise en main des sujets d'éthique et de conformité dans les relations d'affaires, notamment au plus haut niveau de l'organisation.

Les collaborateurs de Newen Studios ont accès à une formation en ligne sur la compliance : « Éthique et conformité », suivie en 2022 par 92 collaborateurs. Par ailleurs, en septembre 2022, les membres des directions Distribution, Newen France Fiction et Blue Spirit ont suivi le module de formation « Lutte contre la corruption : les bons réflexes » organisé par l'Université TF1 et dispensé par le cabinet d'avocats Gaulle Fleurance et associés.

4.3.2.2. Achats Responsables

Dans ce chapitre, seuls les relations d'affaires et les achats du groupe TF1 hors Newen Studios sont pris en compte.

Indicateurs Achats Responsables

	Du 01/10/2021 au 30/09/2022	Du 01/10/2020 au 30/09/2021	Du 01/10/2019 au 30/09/2020
Périmètre total métier (<i>en millions d'euros</i>), montant achats adressables DAC (OA1 hors taxes et espaces pub) sans autre retraitement (facturé)	333,9	321,6	315,19
Dépenses adressables avec des critères RSE (<i>en millions d'euros</i>), montant achats adressables DAC (OA1 hors taxes et espaces pub) sans autre retraitement (facturé)	333,9	321,6	315,19
Part des dépenses adressées/dépenses adressables (<i>en %</i>)	100	100	100
Nombre de fournisseurs évalués par EcoVadis ou en cours d'évaluation	222	180	163
Chiffre d'affaires couvert par une évaluation EcoVadis ou en cours d'évaluation (<i>en euros</i>) (commandé)	194,7	226,14	199
Chiffre d'affaires réalisé avec le secteur adapté et protégé (<i>en milliers d'euros</i>) (commandé)	1 086,1	875,70	658
% d'acheteurs formés aux Achats Responsables	100	70	80

Typologie des achats

Les achats de droits audiovisuels, qui représentent 768 millions d'euros sur la période, soit 55 % des achats du Groupe (61 % en 2021), sont réalisés au travers du groupement d'intérêt économique (GIE) Achats. Le principal risque concernant ce type d'achat étant un risque de conformité (non-respect de la convention signée avec l'ARCOM (ex CSA) par exemple sur les quotas d'œuvre d'expression française, ou sur des aspects éthiques et déontologiques explicités dans le chapitre « Risques et maîtrise » 2.1.2.1), il est suivi par l'Antenne, la Direction juridique et l'Audit Interne. La Direction des Achats Centralisés, hors programmes (DAC), porte l'essentiel de la démarche des Achats Responsables qui sera décrite ci-dessous. Elle représente 333,9 millions d'euros, soit 24 % du montant total des achats (24 % en 2021). Le reste des dépenses est constitué d'achats réalisés directement par les Entités qui ne sont pas couverts par la Direction des Achats Centralisés.

Démarche Achats Responsables de la Direction centrale des Achats (hors programmes)

Afin que la démarche RSE de TF1 soit étendue aux prestataires et fournisseurs du Groupe, TF1 déploie depuis 2008 une démarche Achats Responsables sur le périmètre dit « Achats hors Programmes ». Le groupe TF1 est signataire de la Charte « Relations Fournisseurs et Achats Responsables » composée de 10 engagements participant à la construction d'une relation équilibrée et durable entre les grandes entreprises signataires et leurs fournisseurs. En signant cette charte, le groupe TF1 manifeste sa volonté d'appliquer les bonnes pratiques décrites et d'instaurer un cadre de confiance réciproque avec ses fournisseurs. Le label Relation Fournisseurs et Achats Responsables, qui vise à distinguer les organisations ayant fait preuve de relations durables et équilibrées avec leurs fournisseurs, a été attribué en 2014 et en 2018 par le Comité d'Attribution du label (ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance associé au Conseil national des achats), puis renouvelé le 17 mai 2022 pour une durée de trois ans, sous condition du passage avec succès des deux mises sous revue. Ce label, adossé à la norme ISO 20400, est la reconnaissance d'une démarche d'amélioration continue dans laquelle le Groupe et la Direction des Achats se sont inscrits de longue date. La mise en œuvre de ces engagements concerne tous les acheteurs et implique plus largement d'autres Directions qui contribuent à construire un écosystème des achats performants et durables.

Principales actions menées

La Direction des Achats de TF1 s'engage au travers de sa démarche Achats Responsables à déployer plusieurs axes en accord avec la politique RSE du groupe Bouygues et notamment la promotion de relations durables avec ses fournisseurs, l'intégration de critères de responsabilité sociétale dans ses achats, le développement du recours au secteur protégé, la prévention de la corruption et la professionnalisation de ses acheteurs. Dans cette optique de pérennisation d'une relation durable et équilibrée, et de concrétisation de cet engagement, un médiateur interne peut être saisi par le fournisseur en cas de conflit en utilisant l'adresse suivante : mediateur@tf1.fr. Le rôle du médiateur est de chercher à régler à l'amiable tout litige potentiel qui lui serait soumis, dans le cadre d'une compréhension active de la situation du fournisseur et dans l'intérêt réciproque des parties prenantes.

Une cartographie des risques bruts portant sur les enjeux critiques des 57 familles de la nomenclature des achats Hors Programmes a été initiée en 2015 en se basant sur les normes ISO 26000 et 31000. Une synthèse des risques potentiels (environnement, droit du travail, hygiène santé sécurité) a été réalisée ainsi qu'un répertoire des mesures en place. Ces dernières ont été complétées par un plan d'amélioration. L'ensemble a contribué au plan d'action global « vigilance des sociétés mères » mené par Bouygues en 2017. En 2022, la cartographie a été approfondie sur les enjeux sociaux et environnementaux avec notamment l'impact sur le changement climatique et les émissions de gaz à effet de serre. Ce travail a permis d'identifier et prioriser les catégories d'achats les plus importantes en termes d'impacts carbone, de niveau de dépenses et de leviers d'actions pour le groupe TF1.

Huit catégories d'achats ont été identifiées comme les catégories d'achats prioritaires qui feront l'objet d'une trajectoire de réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) : les prestations intellectuelles liées à l'IT, la location de matériel technique, l'hébergement *cloud*, le transport et la location de véhicules, le matériel *broadcast*, le matériel IT, les prestations audiovisuelles, la maintenance multi-technique et les services de *Facility Management*.

De plus, à l'occasion de sa première Convention Fournisseurs, le groupe TF1 a posé son ambition d'agir pour le climat en réduisant ses émissions de GES.

Ainsi, dans le cadre de son plan de déploiement de la démarche de réduction des émissions de GES liées à ses achats, la DAC a identifié près de 80 fournisseurs à engager prioritairement. Actuellement, le groupe TF1 sollicite leur contribution afin d'obtenir des données qualitatives et quantitatives sur les prestations et produits commandés. Le but est d'intégrer ces données réelles de manière incrémentielle pour les prochains Bilans Carbone®. L'engagement fournisseur en cours permet d'évaluer leur maturité carbone et de s'assurer qu'ils s'inscrivent eux aussi dans une démarche de suivi et de réduction de leurs émissions de GES. Au travers du dispositif de clause contractuelle (dite « clause carbone »), le groupe TF1 suivra leurs démarches de réduction d'empreinte carbone au fur et à mesure de la relation contractuelle, incluant des points annuels le cas échéant. Depuis fin 2022, le Groupe travaille sur le déploiement du critère « achats bas carbone » dans le choix des fournisseurs (exigences minimales dans les cahiers des charges pour les cas éligibles et engagements de diminution des émissions de GES).

Promotion de relations durables et équilibrées

L'engagement de la Direction des Achats du groupe TF1 en matière de relations durables et équilibrées avec ses fournisseurs et partenaires, reste un objectif majeur. Le Groupe privilégie la mise en place de contrats-cadres avec ses fournisseurs ainsi que des contrats pluriannuels, dans le cas de prestations ou fournitures nécessitant des mises en place et des investissements importants. Le groupe TF1 s'est doté depuis plusieurs années d'un cadre contractuel équilibré et respectueux de la législation et revoit régulièrement ses Conditions Générales d'Achat. Le Groupe s'est engagé à réduire de moitié d'ici à 2023 le pourcentage de factures payées en retard en mettant en œuvre les plans d'actions liés, comme l'accélération de la digitalisation du processus de commande et de règlement ; la poursuite de la dématérialisation des factures ; le renforcement des actions d'échanges et de l'accompagnement menés auprès des opérationnels et des fournisseurs. À ce jour, 80 % des factures sont reçues sous format dématérialisé. Dans le cadre de ce plan d'action, le groupe TF1 a acquis un outil permettant d'analyser l'ensemble de ce processus. Enfin, le Groupe a mis à disposition une Charte Facture (disponible sur le site www.groupe-tf1.fr à la rubrique Engagements > Achats Responsables > Règlement fournisseurs). Son objectif est notamment de partager les bonnes pratiques et de faciliter les échanges administratifs avec les partenaires fournisseurs du Groupe.

Évaluation des fournisseurs avec EcoVadis et le questionnaire RSE

Un des axes de la démarche Achats Responsables repose depuis 2008 sur l'évaluation RSE des fournisseurs. Ces évaluations réalisées par EcoVadis reposent sur quatre thématiques : l'Environnement, le Social, l'Éthique des Affaires et la politique Achats. L'évaluation donne lieu à un rapport attribuant une note par thème, une note globale, les points faibles, forces et opportunités de la société évaluée ainsi qu'un benchmark, une information 360°. Seront évalués en priorité les fournisseurs majeurs dès que les enjeux sont supérieurs à 200 milliers d'euros et les fournisseurs identifiés dans la cartographie des risques RSE dès que le CA fait avec le groupe TF1 dépasse 70 milliers d'euros. Le Groupe engage ses fournisseurs à s'inscrire dans une démarche de progrès continu en incitant ceux identifiés « à risque » (note globale $\leq 35/100$) à mettre en œuvre un plan d'action correctif. À fin septembre 2022, 222 fournisseurs ont fait l'objet d'une évaluation EcoVadis dans les trois dernières années. Parmi les entreprises évaluées, 29 % emploient entre 100 et 999 personnes ; 13 % emploient entre 26 et 99 personnes, 10 % moins de 25 personnes et 48 % plus de 1 000 personnes. La moyenne des scores du portefeuille fournisseurs sollicités et évalués est de 59,04/100 (moyenne globale EcoVadis : 44,7/100). 75 % de ces fournisseurs ont un siège social situé sur le territoire français. En complément des évaluations EcoVadis, la DAC intègre dans toutes ses consultations un « Questionnaire RSE » basé sur la norme ISO 26000. Ce questionnaire permet, grâce à une analyse rapide et efficace, de mieux connaître le fournisseur et d'identifier ses enjeux RSE. Depuis le dernier trimestre 2022, ce questionnaire est renforcé sur les volets concernant la protection de l'environnement et l'éthique et la gouvernance.

Formation et implication des acheteurs

L'ensemble des acheteurs a suivi, en 2022, une formation spécifique « Impact carbone et Achats Responsables » ainsi qu'un cycle global Groupe « Transition écologique ». Par ailleurs, 25 % de la rémunération variable collective du Directeur des Achats et des acheteurs de la DAC dépend de leurs actions RSE Achats, telles que l'intégration de critères RSE dans les choix d'achats, la promotion du recours au secteur protégé, le déploiement des évaluations RSE (EcoVadis ou questionnaire RSE), le suivi de la dépendance économique et la contribution au plan de pilotage.

Recours au secteur protégé/adapté

L'accord collectif de Groupe 2020-2022 en faveur de l'insertion et maintien dans l'emploi des collaborateurs en situation de handicap comprend des dispositions relatives aux achats et au recours aux structures du secteur protégé et adapté. La DAC s'engage sur un montant *a minima* de 800 milliers d'euros de chiffre d'affaires sur la durée de l'accord.

Intégration de critères et clauses de responsabilité sociétale dans les appels d'offres

Une clause « éthique et conformité » est incluse dans les contrats ainsi que dans les Conditions Générales d'Achat. Cette clause rappelle que le respect d'une démarche socialement responsable, la conduite éthique des affaires dans le respect des lois et réglementations applicables (notamment les principes du Pacte mondial de l'ONU, le respect des droits de l'Homme, les normes internationales du travail, de l'environnement et la lutte contre la corruption), ainsi que l'adoption des pratiques d'Achats Responsables sont des principes fondamentaux du groupe TF1. Le contractant s'engage donc à respecter les principes définis dans le Pacte mondial de l'ONU, la Charte Relations Fournisseurs responsables et la « Charte RSE Fournisseurs et/ou Sous-traitants », figurant sur le site du groupe TF1 dans la rubrique « Engagements » (<https://groupe.tf1.fr/fr/engagements-rse/notre-politique-rse>), et veille à ce que ses propres fournisseurs et/ou les sous-traitants fassent de même. Outre la résiliation du contrat, le contractant est informé que le non-respect desdits principes serait de nature à porter gravement atteinte à l'image du groupe TF1.

4.3.2.3. Dialogue avec les parties prenantes

Relations avec l'ARCOM

Le groupe TF1 nourrit un dialogue régulier avec l'ensemble de ses parties prenantes notamment avec les autorités de régulation comme l'ARCOM.

Les discussions initiées fin 2020 avec l'ARCOM, suite à la Convention citoyenne pour le climat et à la loi Climat et Résilience votée en août 2021, ont conduit en 2022 à l'aboutissement du contrat climat média déposé par le groupe TF1 et accessible *via* le lien suivant : https://webissimo.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/tf1_cle0665c3.pdf. Le contrat climat est composé d'un contrat transversal socle, dont la rédaction a été construite avec des acteurs représentatifs de la chaîne de valeur de la publicité, et d'un contrat sectoriel dont les engagements sont propres à une branche/organisation/association ou à une entreprise/organisation individuelle. Le contrat déposé par le groupe TF1 aborde les actions du Groupe en faveur d'une publicité plus responsable, des contenus en lien avec la transition écologique, et de la réduction de l'impact carbone qui découle des activités. Il prévoit l'envoi sur une base annuelle d'indicateurs détaillés aux 4.1.3.2.1.2 et 4.1.3.3.4.

Le groupe TF1 s'est engagé depuis plus de dix ans dans une politique active en faveur de l'insertion des personnes handicapées dans la vie économique. La signature du Manifeste pour l'inclusion des personnes handicapées dans la vie économique en fin d'année 2019 a accéléré le plan d'action de la Direction des Achats Centralisés (hors programmes) : intégration dans tous les appels d'offres de critères sociaux relatifs à l'inclusion et au handicap et, lorsque la typologie d'achat s'y prête, une clause sociale peut également être mise en œuvre et fixer au candidat le respect d'un engagement social comme critère de recevabilité.

Par ailleurs, TF1 entend poursuivre l'intégration de spécifications RSE et bas carbone dans les cahiers des charges et la prise en compte de ces critères dans le choix des fournisseurs. La pondération RSE est désormais établie à hauteur de 15 % minimum dans la note globale des appels d'offres. Ce processus permet de sélectionner les fournisseurs qui ont la démarche la plus en accord avec nos valeurs, tout comme de départager des soumissionnaires : 1) équivalents au regard de la qualité de leurs produits/services et/ou de leurs coûts ou 2) sur leur conformité à des exigences minimales du cahier des charges (écoconception, recyclabilité, consommation énergétique).

Actions responsables en dehors de la Direction centrale des Achats

Achats de droits audiovisuels

Les problèmes éthiques liés aux achats de droits (dont l'éventuelle corruption entre des ayants droit et des diffuseurs) sont rares car l'attribution de ces droits se fait par le biais d'appels d'offres particulièrement encadrés (cahier des charges de consultation, envoi des offres sécurisées, ouverture des plis en présence de commission, etc.). Le groupe TF1 veille à faire figurer dans ses offres des clauses de *compliance*, dispositif qui est généralement repris – ou qui s'inspire de ces principes – dans les contrats d'achats de droits. S'agissant du processus interne du groupe TF1, la fixation du prix des offres est réalisée par un Comité restreint de Direction générale, voire pour les droits majeurs (Coupe du monde de football ou de rugby par exemple) *via* un Comité *ad hoc* du Conseil d'Administration. La Direction juridique est systématiquement associée à l'élaboration des offres.

Le groupe TF1 rend également compte à l'ARCOM des avancées faites dans ses contenus, en interne et en externe, en matière de diversité notamment en matière de représentation des femmes, des personnes en situation de handicap, de lutte contre les discriminations LGBT et d'insertion professionnelle des jeunes issus de milieux défavorisés. Ces thématiques font l'objet d'engagements et de *reportings* annuels adressés à l'ARCOM.

Analyse de matérialité

S'agissant de définir ses enjeux prioritaires RSE, le groupe TF1 a consulté en 2021 un panel de citoyens (plus de 700 personnes), près de 1 000 collaborateurs incluant des intermittents travaillant pour le groupe TF1, son *top management* et un panel de parties prenantes externes composé pour l'occasion de fournisseurs (AMP Visual, Air France), de producteurs (ITV, Satisfaction), d'investisseurs, de clients (agences médias, annonceurs), d'ONG (Manifeste pour un réveil écologique, The Shift Project, On est prêt, Make.org), d'institutionnels (Ademe, CNCPH).

Devoir de vigilance

À l'initiative du groupe Bouygues, la Directrice RSE du groupe TF1 a participé en 2022 à un Comité de Parties Prenantes Externes sur le devoir de vigilance notamment la perception des enjeux clés en matière de droits humains, de santé et sécurité des personnes et d'environnement auxquels le groupe Bouygues ainsi que ses fournisseurs et sous-traitants sont confrontés. Celui-ci était composé de représentants de Force Ouvrière, de Sustainalytics (agence de notation extra-financière), de Consors Intelligence, de Pour un réveil écologique, du Pacte mondial de l'ONU, de l'Internationale des travailleurs du bâtiment et du bois (IBB) et d'une avocate experte dans le domaine des « Entreprises et droits de l'Homme ».

Écosystème publicitaire

Dans le cadre des travaux qui ont été conduits par TF1 Pub en 2021, la régie publicitaire a fait appel à ses parties prenantes externes pour définir sa feuille de route RSE et notamment construire ses nouvelles offres publicitaires destinées à valoriser la consommation responsable et renforcer la pédagogie sur les labels et critères environnementaux auprès du grand public. Cette consultation a réuni des agences média, des annonceurs et des syndicats et associations professionnels ainsi que l'Ademe.

En 2022, TF1 Pub a maintenu un dialogue régulier avec le Syndicat des régies Internet (SRI), le Syndicat national de la publicité télévisée (SNPTV) et le bureau de la Radio, pour travailler à des méthodes harmonisées de mesure de l'impact carbone de la communication publicitaire et identifier des leviers d'action de réduction en prenant en compte l'ensemble de la chaîne de valeur.

Afin de transformer la filière publicité et faire émerger des modes de consommation plus responsables, TF1 Pub a co-créé en 2022 avec Youmatter et Mathieu Jahnich la Fresque de la Publicité, un outil collaboratif et pédagogique dérivé de la Fresque du Climat, détaillé au 4.1.3.3.3 qui a été bêtesté en ayant recours à l'expertise de l'ADEME et de professionnels des agences et annonceurs, en plus des collaborateurs de la régie.

Relations fournisseurs

La Direction des Achats Centralisés (DAC) a organisé en mars 2022 la première Convention Fournisseurs du groupe TF1, réunissant une centaine d'entre eux sur les thèmes suivants : décarbonation des achats, éthique, innovation et digitalisation des processus de facturation et de paiement.

Panel de citoyens

Le groupe TF1 sollicite régulièrement des panels de citoyens pour mener des études sur la perception des programmes et les grandes tendances sociétales. En 2022, la Direction de l'Information du groupe TF1 a aussi construit sa Feuille de route Climat en s'appuyant sur une étude de Sociovision menée auprès d'un échantillon de 1 000 personnes représentatif de la population française, concernant les attentes des Français s'agissant des sujets liés à l'environnement. Ont été abordés les défis climatiques, l'éco-anxiété, l'influence des proches, les gestes écoresponsables, le rapport aux médias et le format des programmes.

Dialogue avec les téléspectateurs

Le groupe TF1 entretient aussi un dialogue régulier avec ses publics à travers :

- **TF1 & Vous**, le site des relations téléspectateurs du groupe TF1, totalement dédié aux publics, qui réunit 180 000 visiteurs chaque mois. Le site répond aux attentes et besoins des téléspectateurs avec notamment une FAQ dynamique ⁽¹⁾ dont l'objectif est de permettre aux publics de trouver toutes les réponses à leurs questions grâce à un formulaire de contact intuitif ;
- le « **Club des ambassadeurs du groupe TF1** » ⁽²⁾, un club qui permet à des téléspectateurs d'avoir accès aux coulisses des chaînes du Groupe ainsi qu'à ceux qui fabriquent leurs programmes, et de susciter des interactions ;
- par le biais du service des téléspectateurs et sur le site Internet de LCI, **la médiatrice de l'information** reçoit les avis, demandes d'explication et remarques éventuelles du public à propos de l'information diffusée sur les chaînes TF1 et LCI. Elle y répond en donnant des explications concernant la façon dont le journal télévisé est mis en œuvre et selon quelles règles. Elle fait également remonter les alertes à la rédaction lorsque de nombreuses réactions du public vont dans le même sens.

En plus des échanges existants, la médiatrice de l'information a créé en 2021 « Les Rencontres de l'info », un rendez-vous destiné au public, et qui s'appuie sur un partenariat avec le CLEMI avec pour objectif de renforcer encore la proximité avec les téléspectateurs et de faire découvrir les coulisses de la fabrication de l'information, détaillé au 4.2.6.1.

Par ailleurs, la médiatrice réalise des articles et un *podcast*, permettant à tous les publics d'accéder au cœur des rédactions LCI et TF1 (voir 4.2.6.1).

4.3.3. Protection des données personnelles et cybersécurité INTERNE — EXTERNE

4.3.3.1. RGPD

Le groupe TF1 a désigné, en mai 2018, un délégué à la protection des données (DPO) pour TF1 et Newen Studios. Le DPO anime un réseau composé de 54 référents Data, opérationnels et juristes de chacune des directions ou filiales de TF1 et de Newen Studios. Le Groupe s'est aussi doté d'une politique générale « RGPD », composée de règles internes et de fiches métiers que chaque collaborateur doit respecter en matière de protection des données personnelles.

Pour répondre au principe de responsabilité, le groupe TF1 et ses filiales ont également mis au point des procédures en matière de gestion des droits des individus, de violation des données personnelles, ainsi que différents référentiels, tels que celui en matière de durée de conservation, la check-list Sécurité et la check-list Privacy By Design ⁽³⁾.

(1) <https://tf1-et-vous.tf1.fr/>

(2) <https://tf1-et-vous.tf1.fr/devenez-ambassadeur>

(3) Protection des données personnelles prise en compte dès la conception des projets.



Afin de faciliter l'accès à la documentation obligatoire pour ses collaborateurs, les règles internes, les fiches métiers, les procédures et les différents référentiels sont disponibles sur l'Intranet de l'entreprise dans la rubrique consacrée au RGPD. Enfin, un outil de pilotage de la conformité au RGPD (Data Privacy) a été déployé, qui permet :

- un processus fluide de mise en conformité ;
- l'industrialisation de la mise à jour des registres des traitements ;
- la gestion des demandes d'exercice des droits, reçues par les services de TF1.

En 2022, l'animation du Réseau DPO a été rythmée par les instances habituelles : la tenue de 15 Comités Data Privacy pour répondre aux attentes de l'audit mené par Bouygues SA sur le RGPD, pour lequel le groupe TF1 a obtenu un satisfecit global et donc sa clôture ; 3 réunions MYDPO Board, réunissant les référents data, lors desquelles ceux-ci échangent autour des bonnes pratiques RGPD à généraliser au sein de tous les métiers (ex. Cleaning Day organisé chaque 28 Janvier pour la Journée de la protection des données); les 5 groupes de travail sur les thématiques suivantes : sécurité des données, gestion des castings, cloud, roadmap du référent data, revue des trames d'accords de protection des données.

4.3.3.2. Cybersécurité

Le groupe TF1 ⁽³⁾ est accompagné par un cabinet d'audit et de conseil dans le cadre d'une mission de « Program Assurance Cybersécurité », dont l'objectif est de donner une opinion externe sur la pertinence du plan d'actions pour adresser les risques de cyberattaques pesant sur les activités stratégiques de TF1. Cet accompagnement permet d'ajuster en continu la trajectoire et la roadmap cybersécurité en fonction de l'évolution de la menace et inclut une évaluation bisannuelle de la démarche cybersécurité. Dans ce cadre, la maturité cybersécurité fait également l'objet d'une évaluation annuelle basée sur le référentiel NIST.

Le groupe TF1 ⁽¹⁾ a par ailleurs mis en place et rendu obligatoire un e-learning RGPD (formation de niveau 1) suivi par 94 % des collaborateurs ⁽²⁾ du Groupe. Pour accroître la montée en compétences des collaborateurs sur le sujet RGPD, ce *e-learning* a été complété en 2022 par un parcours de formations métiers de niveau 2 à destination des collaborateurs confirmés : « L'application du RGPD aux castings », « Comment réaliser une analyse d'impact » et une formation sur « L'application du principe de *privacy by design* dans les projets informatiques » à destination des collaborateurs de la Direction des Technologies en particulier.

Toutes les formations et documents sur le sujet Éthique & RGPD sont communiqués à Newen Studios par l'équipe de la communication, ainsi que *via* des articles partagés sur l'intranet de Newen Studios « WE » à l'instar d'un dossier complet sur le sujet relayant la vidéo de Didier Casas, Responsable Éthique, s'adressant aux collaborateurs du groupe et donnant accès au « guide de l'Éthique » et au « Règlement général et interlocuteurs RGPD du groupe TF1 ».

Également, les collaborateurs Newen Studios ont accès à une formation obligatoire en ligne sur le RGPD : « RGPD, protégeons ensemble les données personnelles », suivie par 191 collaborateurs en 2022.

Des plans d'actions pour renforcer la protection des infrastructures de diffusion, des postes de travail et des serveurs ont été mis en œuvre ainsi que des dispositifs de détection et réaction aux incidents de sécurité. Enfin, en 2023, le plan de reprise d'activité à la suite d'un sinistre majeur fera l'objet de plans d'amélioration.

Voir 2.1.1.1. « Cybersécurité ».

(1) Groupe TF1 hors Newen Studios.

(2) Collaborateurs en CDI, périmètre groupe TF1 hors Newen Studios.

(3) Groupe TF1 hors Newen.Studios.

4.4. RAPPORT DU VÉRIFICATEUR INDÉPENDANT SUR LA DÉCLARATION CONSOLIDÉE DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Exercice clos de 31 décembre 2022

À la Direction Générale,

À la suite de la demande qui nous a été faite et en notre qualité de vérificateur indépendant, membre du réseau de l'un des commissaires aux comptes de votre société (ci-après « entité »), nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur la conformité de la déclaration consolidée de performance extra-financière, pour l'exercice clos le 31 décembre 2022 (ci-après la « Déclaration ») aux dispositions prévues à l'article R. 225-105 du Code de commerce et sur la sincérité des informations historiques (constatées ou extrapolées) fournies en application du 3° du I et du II de l'article R. 225-105 du Code de commerce (ci-après les « Informations ») préparées selon les procédures de l'entité (ci-après le « Référentiel »), présentées dans le rapport de gestion en application des dispositions des articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du Code de commerce.

Il nous appartient également d'exprimer, à la demande de l'entité et hors champ d'accréditation, une conclusion d'assurance raisonnable sur le fait que les informations sélectionnées par l'entité et identifiées par une * en Annexe 1 (ci-après les « Informations Sélectionnées ») ont été établies, dans tous leurs aspects significatifs, conformément au Référentiel.

1. Avis motivé sur la conformité et la sincérité de la Déclaration

Conclusion

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux », et des éléments que nous avons collectés, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que la déclaration consolidée 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.

Préparation de la déclaration de performance extra-financière

L'absence de cadre de référence généralement accepté et communément utilisé ou de pratiques établies sur lesquels s'appuyer pour évaluer et mesurer les Informations permet d'utiliser des techniques de mesure différentes, mais acceptables, pouvant affecter la comparabilité entre les entités et dans le temps.

Par conséquent, les Informations doivent être lues et comprises en se référant au Référentiel dont les éléments significatifs sont présentés dans la Déclaration (ou disponible(s) sur demande au siège de la société Télévision Française 1 (TF1)).

Responsabilité de l'entité

Dans le cadre de cette démarche volontaire, il appartient à la Direction Générale :

- de sélectionner ou d'établir des critères appropriés pour la préparation des Informations ;
- 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 ;
- ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'il estime nécessaire à l'établissement des Informations ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

La Déclaration a été établie en appliquant le Référentiel de l'entité tel que mentionné ci-avant.

Responsabilité de l'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 historiques (constatées ou extrapolées) 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.

Comme il nous appartient de formuler une conclusion indépendante sur les Informations telles que préparées par la direction, nous ne sommes pas autorisés à être impliqués dans la préparation desdites Informations, car cela pourrait compromettre notre indépendance.

Il ne nous appartient pas de nous prononcer sur :

- le respect par l'entité des autres dispositions légales et réglementaires applicables (notamment en matière d'informations prévues par l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 (taxonomie verte), de plan de vigilance et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale) ;
- la sincérité des informations prévues par l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 (taxonomie verte) ;
- la conformité des produits et services aux réglementations applicables.



Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 822-11 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 textes légaux et réglementaires applicables, des règles déontologiques et de la doctrine professionnelle.

Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de quatre personnes et se sont déroulés entre octobre 2022 et février 2023 sur une durée totale d'intervention de quatorze semaines.

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 treize entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration représentant notamment les directions ressources humains et responsabilité sociétale de l'entreprise.

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, à la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention et à la norme internationale ISAE 3000 ⁽¹⁾.

- nous avons pris connaissance de l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation et de l'exposé des principaux risques ;
- 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 que 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 du Code du commerce 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 du Code du commerce
- 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 afférents aux principaux risques ;
- 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 importantes présentées en Annexe 1. Pour l'ensemble des risques, des travaux ont été menés au niveau de l'entité consolidante et au niveau d'une entité : Newen Studios ;
- nous avons pris connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par l'entité et avons apprécié le processus de collecte visant à l'exhaustivité et à la sincérité des Informations ;
- pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considérés les plus importants présentés en Annexe 1, nous avons mis en œuvre :
 - 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 ou d'autres moyens de sélection, 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 entité contributrice, Newen Studios et du siège de TF1, qui couvrent 72 % des données consolidées sélectionnées pour ces tests ;
- nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation.

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.

(1) ISAE 3000 - Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information.

2. Rapport d'assurance raisonnable sur les Informations Sélectionnées

Conclusion

À notre avis, les Informations Sélectionnées par l'entité ont été établies, dans tous leurs aspects significatifs, conformément au Référentiel.

Nature et étendue des travaux

Concernant les Informations Sélectionnées par l'entité identifiées par une * en Annexe 1, nous avons mené des travaux de même nature que ceux décrits dans le paragraphe 1 ci-dessus pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considérés les plus importants, mais de manière plus approfondie, en particulier en ce qui concerne l'étendue des tests.

L'échantillon sélectionné représente ainsi 72 % des Informations Sélectionnées.

Nous estimons que ces travaux nous permettent d'exprimer une assurance raisonnable sur les Informations Sélectionnées.

Paris-La Défense, le 13 février 2023

Le Vérificateur Indépendant
EY & Associés

Eric Mugnier
Associé, Développement Durable



Annexe 1 : informations considérées comme les plus importantes

INFORMATIONS SOCIALES

INFORMATIONS QUANTITATIVES (INCLUANT LES INDICATEURS CLÉ DE PERFORMANCE)	INFORMATIONS QUALITATIVES (ACTIONS OU RÉSULTATS)
Total des effectifs au 31/12/2022 (nombre)	La promotion de l'égalité femmes-hommes et l'inclusion
Part des femmes parmi les effectifs (%)	La qualité de vie au travail/les relations sociales
Part des femmes parmi les cadres-dirigeants (%) *	Les résultats de la politique de mobilité interne
Part des femmes au Comité de Management (COMGT) (%) *	Les résultats de la politique de formation, dont la formation aux enjeux de la transition écologique
Nombre de travailleurs handicapés au sein de l'entreprise	
Part des collaborateurs formés (%)	
Volume d'heures de formation (nombre d'heures)	
Formation ou sensibilisation des collaborateurs du Groupe TF1 (y compris Newen Studios) aux enjeux liés à la Transition écologique (oui / non) *	
Indicateur sur la part variable versée aux cadres « chefs de service et + » alignée sur les objectifs RSE (oui/non)	
Taux de mobilité interne parmi les recrutements (%)	
Taux de fréquence des accidents du travail avec arrêt des collaborateurs (nb/million d'heures travaillées) *	
Nombre d'accidents mortels (nombre) *	

INFORMATIONS ENVIRONNEMENTALES

INFORMATIONS QUANTITATIVES (INCLUANT LES INDICATEURS CLÉ DE PERFORMANCE)	INFORMATIONS QUALITATIVES (ACTIONS OU RÉSULTATS)
Bilan carbone (nombre)	Les résultats de la Feuille de route climat (niveau de déploiement de la politique de décarbonation), dont décarbonation des achats
Consommations d'électricité (nombre)	Les contenus à valeur ajoutée environnementale
Déchets industriels banals (DIB) (nombre)	La publicité responsable

INFORMATIONS SOCIÉTALES

INFORMATIONS QUANTITATIVES (INCLUANT LES INDICATEURS CLÉ DE PERFORMANCE)	INFORMATIONS QUALITATIVES (ACTIONS OU RÉSULTATS)
Nombre de mises en garde et de mises en demeure de l'ARCOM en 2021 (nombre)	La conformité des programmes d'information aux engagements éthiques et déontologiques, en particulier le respect des engagements pris avec le CSA Les contenus à valeur ajoutée sociétale Programme « Expertes à la Une » et la représentation des femmes dans l'information L'éducation aux médias