

4

DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE



AVANT-PROPOS	114	4.2. ENJEUX MAJEURS SOCIAUX ET SOCIÉTAUX	142
Propos introductif	114	4.2.1. Égalité femmes-hommes	142
Organisation de la RSE	114	4.2.2. Inclusion	147
Engagements des dirigeants	114	4.2.3. Éducation aux médias	153
Reconnaissance de la performance du groupe TF1	115	4.2.4. Politique sociale	154
Adhésion au pacte mondial	115	4.2.5. Solidarité	167
Périmètre	115	4.3. ÉTHIQUE	169
Analyse de matérialité	115	4.3.1. Éthique dans les contenus	169
Enjeux majeurs RSE	116	4.3.2. Éthique et conformité dans les relations d'affaires, Achats Responsables et dialogue avec les parties prenantes	170
Tableau de concordance	117	4.3.3. Protection des données personnelles et cybersécurité	173
4.1. ENJEUX MAJEURS DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE	118	RAPPORT DU VÉRIFICATEUR INDÉPENDANT SUR LA VÉRIFICATION DE LA DÉCLARATION CONSOLIDÉE DE PERFORMANCE	
4.1.1. Contexte environnemental (dont Taxonomie verte européenne)	118	4.4. EXTRA-FINANCIÈRE	174
4.1.2. Contenus et produits en lien avec la transition écologique	128	1. Avis motivé sur la conformité et la sincérité de la Déclaration	174
4.1.3. Publicité responsable	132	2. Rapport d'assurance raisonnable sur les Informations Sélectionnées	176
4.1.4. Réduction de l'impact environnemental des activités du Groupe	134	Annexe 1 : informations considérées comme les plus importantes	177

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 TF1 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'affaires est présenté dans le rapport intégré au début du document d'enregistrement universel ;

- 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 ;
- 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.

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

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.

ORGANISATION DE LA RSE

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

La Direction RSE est composée de trois collaboratrices à temps plein, une collaboratrice à temps partiel et une alternante, qui assurent la rédaction de la Déclaration de Performance Extra-Financière.

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.

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 2023, 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 variable (sur les 40 % que représentent, au total, les critères extra-financiers).

Le dirigeant mandataire social est également motivé au travers des plans d'*Incentive* à long terme (ILT) 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 2023, l'ensemble des collaborateurs bénéficiant d'une part variable, à hauteur de 10 % de la rémunération variable. Les critères sont multiples, adaptés à chaque périmètre d'activité et de responsabilité et couvrent 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.

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. À l'été 2023, Newen a défini sa feuille de route RSE : elle fixe une incentive de 10-20 % sur la rémunération de son COMEX.

RECONNAISSANCE DE LA PERFORMANCE DU GROUPE TF1

Le groupe Bouygues a reçu la note B au questionnaire climat 2023 du CDP (*Carbon Disclosure Project*), incluant les réponses de l'ensemble des filiales du groupe Bouygues en ce compris le groupe TF1.

De même que les années précédentes, le groupe TF1 figure dans l'index Monde du DJSI 2023.

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

Le groupe TF1 est le premier Groupe média dans le classement général Le Point-Statista des entreprises françaises les plus responsables de 2023, qui prend en compte trois critères principaux : l'environnement, le social et la gouvernance.

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

PÉRIMÈTRE

Les effectifs sont répartis comme suit au sein des différentes structures au 31 décembre 2023 :

- 65 % pour TF1 et TMC ;
- 30 % pour Newen Studios ;

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.

Répartition géographique du chiffre d'affaires

Le groupe TF1 réalise son chiffre d'affaires principalement en France et en Europe. En 2023, la répartition est la suivante :

- 85,7 % en France vs 85,9 % en 2022 ;
- 11,4 % en Europe hors France vs 11,3 % en 2022 ;
- 2,9 % pour les autres pays vs 2,8 % en 2022.

- 3 % pour My Little Paris ;
- 1 % pour Magnetism ;
- 1 % pour Play Two.

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 n'a procédé à aucune acquisition ni cession significative.

ANALYSE DE MATÉRIALITÉ

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 pouvant constituer des opportunités de développement ou au contraire des risques pour les activités du groupe TF1 s'ils ne sont 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 :

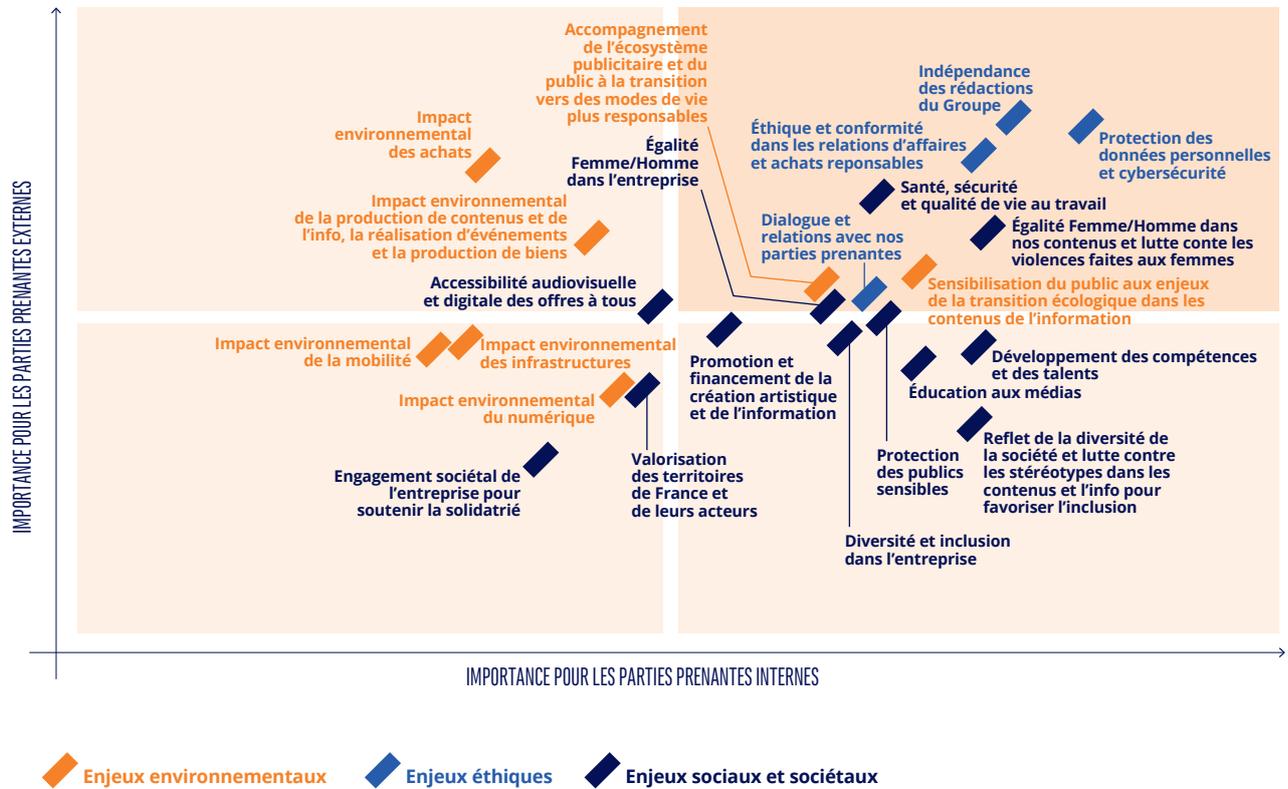
- le *top management* à travers des entretiens menés individuellement ;
- les collaborateurs du groupe TF1 (incluant des intermittents travaillant de manière ponctuelle pour le Groupe), à travers un questionnaire anonyme en ligne ;
- un panel de citoyens à travers un questionnaire anonyme en ligne ;
- 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, 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 considérant 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.

(1) <https://unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/1420-Bouygues>

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.



ENJEUX MAJEURS RSE

En 2023, pour simplifier la lecture de la stratégie RSE du Groupe auprès des collaborateurs et parties prenantes, la Direction RSE a regroupé les enjeux majeurs en sept piliers présentés ci-dessous :

ENJEUX MAJEURS DE TRANSITION ÉCOLOGIQUE	ENJEUX MAJEURS SOCIAUX ET SOCIÉTAUX	ENJEU ÉTHIQUE
<ul style="list-style-type: none"> réduire l'impact environnemental du groupe TF1 ; sensibiliser les publics à la transition écologique à travers les contenus ; favoriser la publicité plus responsable. 	<ul style="list-style-type: none"> agir pour l'égalité entre les femmes et les hommes ; promouvoir la diversité, l'inclusion et la solidarité ; assurer la santé, la sécurité et le bien-être au travail. 	<ul style="list-style-type: none"> renforcer la confiance envers les médias.

TABLEAU DE CONCORDANCE

Engagement	Indicateur	Détail	Valeur	Chapitre
Agir pour l'égalité entre les femmes et les hommes	Part des femmes dans les JT TF1	Expertes sur les plateaux	54 %	4.2.1.1
	Féminisation des instances dirigeantes	COMEX	50 % en 2023	4.2.1.2
		CODG	46 % en 2023	
	Programmes d'accompagnement de la féminisation des instances managériales	Femmes ayant participé à One's	56 % en 2023	4.2.1.2
Promouvoir la diversité, l'inclusion et la solidarité	Formation – Lutte contre le sexisme et le harcèlement	Collaborateurs ayant réalisé le <i>e-learning</i> « Tous acteurs contre le sexisme » TF1	93 % en 2023	4.2.4.7
	Insertion professionnelle via la Fondation TF1	Jeunes accompagnés par la Fondation	177 depuis la création	4.2.2.1
	Insertion professionnelle via l'association La Réplique	Jeunes castés et référencés à travers Immersion Cinéma	105 depuis 2021	4.2.2.1
	Travailleurs en situation de handicap	Salariés handicapés embauchés (CDD, CDI)	31 en 2023	4.2.2.2
Nombre d'alternants en situation de handicap		14 en 2023		
Actions solidaires	Associations ayant bénéficié des dons en nature ou en cash	113	4.2.5	
	Montant total du soutien alloué	36 795 milliers d'euros		
	Publicité solidaire	Dons collectés dans le cadre de l'opération Goodeed	+ 730 000 euros depuis 2020	4.2.5.3
Assurer la santé la sécurité et le bien-être au travail	Sondage d'opinion interne	Répondants parvenant à équilibrer vie professionnelle et personnelle	81 % en 2023	4.2.4.2
	Santé et sécurité	Accidents du travail avec arrêts	14 en 2023	4.2.4.3
Réduire l'impact environnemental du groupe TF1	Relations et engagement fournisseurs	Fournisseurs engagés dans la démarche de décarbonation des achats	70 depuis 2022	4.1.4.2
	Électrification du parc automobile	Véhicules hybrides ou électriques	100 % fin 2023	4.1.4.2
	Réduction des consommations énergétiques	Consommation de la tour TF1 depuis 2011	- 35,7 %	4.1.4.2
Sensibiliser les publics à la transition écologique à travers les contenus	Traitement des enjeux environnementaux dans les journaux télévisés	Sujets dédiés à l'environnement dans les JT 13h et 20h et Week-end	1 124 sujets soit 10,30 %	4.1.2.1
	Objectifs RSE part variable	Collaborateurs concernés par les objectifs RSE pour leur part variable	424	4.2.4.5
	Formation aux enjeux de la transition écologique	Collaborateurs en CDI formés – groupe TF1 hors Newen Studios	2/3 depuis 2022	4.2.4.7
	Pédagogie à destination de tous les publics	Les rencontres de l'info	5 en 2023	4.2.3.1
Favoriser la publicité plus responsable	Offres publicitaires	Part de publicités contenant un message éco-responsable	26,5 % en 2023	4.1.3.2
	Sensibilisation des publics	Spots Ecofunding	2 299	4.1.3.2
		Contacts sur les campagnes	404 millions de contacts	
Sensibilisation des acteurs du marché	Participants à la Fresque de la Publicité	+ de 1 000 à fin 2023	4.1.3.2	
Renforcer la confiance envers les médias	Formation des équipes au <i>fact-checking</i>	Documentalistes, et journalistes formés au <i>fact-checking</i> dans les rédactions	163 depuis 2019	4.2.3.2
	Éthique et conformité dans les relations d'affaires	Collaborateurs en CDI ayant suivi l' <i>e-learning</i> relatif à la lutte contre la corruption – groupe TF1 hors Newen Studios	95 % depuis 2020	4.3.2.1

4.1. ENJEUX MAJEURS DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

PARAMÈTRES DU REPORTING ENVIRONNEMENTAL

Période

Du 1^{er} octobre 2022 au 30 septembre 2023.

Périmètre

Pour le calcul de l'impact carbone :

- les sociétés du groupe TF1 hébergées dans les immeubles du Siège Tour et Atrium⁽¹⁾ 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 ;
- la filiale TMC, à Monaco ;
- l'ensemble des sociétés de Newen Studios situées sur le territoire français, soit 76,9 % des collaborateurs du Groupe et 86 % du chiffre d'affaires du Groupe au 30 septembre 2023⁽²⁾.

Pour les consommations électriques :

- les 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 63,6 % des collaborateurs du Groupe et 82 % du chiffre d'affaires du Groupe au 30 septembre 2023.

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 62,6 % des collaborateurs du Groupe et 75 % du chiffre d'affaires du Groupe au 30 septembre 2023.

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 que les encombrants (bennes), papiers compactés, déchets alimentaires, déchets d'emballage humides, verre, huiles usagées, piles ou accumulateurs, consommables d'impression et 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 (et l'électricité) 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 (ou recharges).

4.1.1. CONTEXTE ENVIRONNEMENTAL (DONT TAXONOMIE VERTE EUROPÉENNE)

4.1.1.1. Exposition du groupe TF1 aux risques physiques du changement climatique

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. Seul le siège de TF1 en bordure de Seine a nécessité la mise en place d'un plan de prévention des inondations en cas de crue. Celui-ci assure la continuité d'antenne dans un site de secours non exposé à ce risque. Des exercices de simulation des mesures de protection (barrières anti-crue) et des mesures de remédiation (site

de secours) pour ce risque sont régulièrement mis en place. Le plan de sobriété énergétique, déployé en 2022 à la suite des recommandations gouvernementales pour faire face aux pénuries d'électricité, est détaillé au 4.1.4.2.

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.

(1) Le bâtiment Atrium de Boulogne-Billancourt n'est plus occupé par les collaborateurs du groupe TF1 depuis l'été 2023. Par conséquent, les seules données d'activité prises en compte pour ce périmètre sont celles correspondant à la période d'occupation du bâtiment par les collaborateurs du groupe TF1.

(2) Compte tenu de la complexité de la structure du groupe Newen Studios à l'international (11 sociétés de production de taille très variée), la mesure de l'impact carbone de ce périmètre n'a pas encore été réalisée.

4.1.1.2. Évolutions du cadre réglementaire : contrat climat média, taxonomie européenne, CSRD

Contrat climat média

Dans le cadre de la Loi Climat et résilience (2021), le groupe TF1 a souscrit le 30 juin 2022 à un contrat climat avec l'ARCOM regroupant ses engagements liés à la lutte contre le dérèglement climatique et la protection de la planète.

Le contrat sectoriel médias, qui encadre les chaînes de télévision, est composé de deux parties :

- des engagements communs à toutes les chaînes ;
- des engagements supplémentaires pris par chaque Groupe média.

Parmi les engagements souscrits par le groupe TF1 en 2022 :

- réduire progressivement sur les antennes la remise de lots constitués de produits et services ayant un impact négatif sur l'environnement ;
- participer aux réflexions visant à créer des méthodologies de calcul de l'impact carbone de la diffusion de publicités et de programmes ;
- sensibiliser et former les équipes en interne aux enjeux de transition écologique ;
- concernant la publicité, le parrainage, le télé-achat et le placement de produits : sensibiliser les partenaires du Groupe (annonceurs, producteurs) à la nécessité de prendre en compte les enjeux de transition écologique ;
- traiter dans les programmes des thématiques liées à l'environnement, à sa protection et à la lutte contre le dérèglement climatique. Le panel de programme intégrant ces problématiques est large : magazines, information, documentaires, divertissements, jeux, fictions, etc ;
- faire les meilleurs efforts pour inviter régulièrement des experts de l'environnement, en particulier dans les émissions de plateau ;
- favoriser la diffusion dans les programmes du Groupe de solutions écoresponsables.

Engagement spécifique à TF1

- mener au sein de l'entreprise des actions de responsabilité environnementale. Il s'agit ici des actions menées par le Groupe en matière d'enjeux environnementaux *via* sa politique RSE et détaillées dans le présent document.

En juin 2023, le groupe TF1 a renouvelé **l'ensemble de ses engagements pour 2024**, avec une évolution :

- mise en place d'une calculatrice carbone commune pour l'ensemble des régies publicitaires des médias audiovisuels (TV, radio, digital).

Engagements spécifiques

- sensibilisation des producteurs à la nécessité de prendre en compte la transition écologique dans le cadre de leur production ;
- sensibilisation des fournisseurs clés des familles d'achats (hors achats de droits) à traiter de manière prioritaire dans le cadre du plan de décarbonation.

Taxonomie verte européenne

Est entré en application en 2021, le règlement européen Taxonomie (règlement (UE) 2020/852).

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 de manière systématique 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 de constituer 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, uniquement 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*) ;
- 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 recensement des activités éligibles, et une année 2 axée sur la mesure de leur alignement, l'année 3 de la Taxonomie sera celle des premiers comparatifs sur la base d'une année d'historique.

Les informations financières utilisées pour cette analyse sont issues des comptes consolidés à la clôture de l'exercice 2023.

Éligibilité et classement des activités du groupe TF1

Afin de préciser l'interprétation à retenir des règlements délégués « Article 8 » et « Climat » de la taxonomie européenne et de conduire à une application homogène au sein de groupes d'un même secteur d'activité, la Commission européenne a publié en 2022 plusieurs foires aux questions (FAQ). L'une de ces FAQ a conclu que 100 % des activités liées à la production et à la diffusion de programmes et de contenus sont à considérer comme des activités habilitantes (contribution à l'objectif d'adaptation au changement climatique) et donc éligibles à la taxonomie.

Les activités suivantes du groupe TF1 sont ainsi éligibles au titre de l'**objectif d'adaptation au changement climatique (n° 2)** :

- 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), e-commerce (My Little Paris).

Alignement sur la taxonomie

Contribution substantielle à l'objectif d'adaptation au changement climatique

La première étape pour répondre aux critères de contribution substantielle à l'objectif d'adaptation est de mener une étude de vulnérabilité et d'exposition aux risques, et pour chaque risque identifié, de prévoir des actions de remédiation. Cette étude a été menée en 2023. Des solutions de remédiation ont été déployées afin de limiter l'impact des principaux risques, notamment en cas de fortes chaleurs ou d'inondations.

Méthodologie et calcul : chiffre d'affaires

Les tableaux ci-dessous présentent la part du chiffre d'affaires éligible à la taxonomie et aligné sur celle-ci, répartie par activité (selon la classification mentionnée ci-avant).

Chiffre d'affaires Groupe	2023		2022	
	Chiffre d'affaires (M€)	Part du CA Groupe (%)	Chiffre d'affaires (M€)	Part du CA Groupe (%)
I. Activités éligibles à la Taxonomie	2 199,6	95,8 %	2 336,3	93,2 %
8.3 Programmation et diffusion	1 784,8	-	1 826,6	-
13.1 Activités créatives, artistiques et de spectacles	12,6	-	10,7	-
13.3 Production de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision ; enregistrement sonore et édition musicale	402,2	-	499,1	-
II. Activités non éligibles	97,1	4,2 %	171,4	6,8 %
TOTAL CHIFFRE D'AFFAIRES GROUPE TF1 (I + II)	2 296,7	100,0 %	2 507,7	100,0 %

Afin de définir la part alignée des programmes diffusés sur ses antennes au cours de l'exercice, le Groupe a recensé les temps de diffusion des programmes diffusés sur ses chaînes de télévision portant sur l'environnement, la transition écologique ou climatique – tel que proposé dans le Contrat Climat passé avec l'ARCOM dans le cadre de la Loi Climat et Résilience. Ces temps d'antenne sont susceptibles d'accroître le niveau de sensibilisation du public aux risques climatiques et de contribuer au développement des efforts d'adaptation. Ils ont été rapportés à l'ensemble du temps d'antenne entre 6h et minuit, la plage minuit-6h étant faiblement contributrice d'audiences et de revenus.

Le temps d'antenne des programmes verts diffusés est étudié individuellement pour chacune des six antennes linéaires suivantes : TF1, TMC, TFX, TF1SF, LCI et 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, dans l'attente de données plus précises et mesurables, il est appliqué le pourcentage moyen des activités 8.3 (huit antennes linéaires + e-TF1) pondéré par leurs chiffres d'affaires respectifs.

Critère DNSH (Do Not Significant Harm)

Les activités éligibles du Groupe (8.3 Programmation et diffusion, 13.1 Activités créatives, artistiques et de spectacles, 13.3 Production de films cinématographiques, de vidéos et de programme de télévision) ne sont pas de nature à « causer un préjudice important » aux autres objectifs environnementaux. Le critère DNSH est respecté.

Garanties minimales

Le dernier critère de l'alignement sur la taxonomie consiste à s'assurer que les activités sont menées dans le respect de garanties minimales sociales et éthiques. Le Groupe détaille ses engagements sociaux et éthiques dans les sections 4.2 et 4.3 du présent document. Son Code d'Éthique est disponible sur le lien suivant : <https://groupe-tf1.fr/fr/communiques/corporate-autres-documents/code-d-ethique-du-groupe-tf1-2019>.

Le chiffre d'affaires total retenu s'établit à 2 296,7 M€ et correspond au montant figurant au compte de résultat consolidé du Groupe, tel que présenté dans la section « États Financiers » du document d'enregistrement universel 2023. Le chiffre d'affaires éligible du Groupe s'établit à 2 199,6 M€, soit 95,8 %, en hausse par rapport à 2022 (+ 2,5 pts). Cette variation est essentiellement due à la cession de la filiale Unify, faisant baisser le montant des activités non éligibles. Le chiffre d'affaires aligné du Groupe s'établit à 93,4 M€ soit 4,1 % du chiffre d'affaires Groupe, avec la décomposition ci-dessous. La hausse du taux

d'alignement par rapport à 2022 (+ 0,9 pt) reflète la hausse de la part des programmes verts diffusés sur les antennes du Groupe, portée notamment par l'Information avec une hausse du nombre de sujets verts dans les Journaux Télévisés, comme détaillé dans la section 4.1.2.1. Le nombre de programmes verts est également en hausse dans l'animation, le divertissement, les magazines et la météo. Le groupe TF1 continue d'imprimer à travers sa ligne éditoriale sa volonté de sensibilisation des publics aux enjeux environnementaux et à la transition écologique, conformément à l'esprit du Contrat Climat souscrit auprès de l'ARCOM.

	2023		2022	
	Chiffre d'affaires aligné (M€)	Part du CA Groupe (%)	Chiffre d'affaires aligné (M€)	Part du CA Groupe (%)
Chiffre d'affaires aligné				
I. Activités éligibles à la Taxonomie	93,4	4,1 %	79,1	3,2 %
8.3 Programmation et diffusion	75,8	-	61,9	-
13.1 Activités créatives, artistiques et de spectacles	0,5	-	0,4	-
13.3 Production de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision ; enregistrement sonore et édition musicale	17,1	-	16,9	-
II. Activités non éligibles	0,0	0,0 %	0,0	0,0 %
TOTAL CHIFFRE D'AFFAIRES GROUPE TF1 (I + II)	93,4	4,1 %	79,1	3,2 %

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).

Le montant total des CAPEX retenu s'établit à 339,5 M€ et correspond à l'augmentation en valeur brute des immobilisations corporelles, incorporelles et des droits d'utilisation des actifs loués,

y compris les entrées de périmètre de l'exercice. Le montant des CAPEX éligibles à la taxonomie est de 291,5 M€, soit 85,9 %.

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).

	2023		2022	
	Capex (M€)	Part des Capex Groupe (%)	Capex (M€)	Part des Capex Groupe (%)
Capex				
I. Capex des activités éligibles à la Taxonomie	263,1	77,5 %	276,5	75,9 %
8.3 Programmation et diffusion	102,3	-	86,0	-
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	160,7	-	190,5	-
II. Capex réalisés avec des fournisseurs éligibles	28,4	8,4 %	29,0	8,0 %
7.7 Acquisition et propriété de bâtiments (IFRS16)	28,4	-	29,0	-
III. Capex des Activités non éligibles	48,0	14,1 %	58,7	16,1 %
TOTAL CAPEX GROUPE TF1 (I + II+ III)	339,5	100,0 %	364,2	100,0 %

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	2023		2022	
	Capex alignés (M€)	Part des Capex Groupe (%)	Capex alignés (M€)	Part des Capex Groupe (%)
I. Capex des Activités éligibles à la Taxonomie	11,6	3,4 %	9,8	2,7 %
8.3 Programmation et diffusion	4,5	-	3,1	-
13.1 Activités créatives, artistiques et de spectacles	0,0	-	0,0	-
13.3 Production de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision ; enregistrement sonore et édition musicale	7,1	-	6,8	-
II. Capex réalisés avec des fournisseurs éligibles	0,0	0,0 %	0,0	0,0 %
7.7 Acquisition et propriété de bâtiments	0,0	-	0,0	-
III. Activités non éligibles	0,0	-	0,0	-
TOTAL CAPEX GROUPE TF1 (I + II)	11,6	-	9,8	-

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 des bâtiments et autres dépenses de maintenance/entretien des actifs immobilisés. 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.

La nature des activités du Groupe l'expose peu à des Opex de cette nature. Par conséquent, le Groupe considère que les Opex sont non significatifs vis-à-vis de son modèle d'affaire et a opté pour l'exemption d'analyse d'alignement, permise par le règlement Taxonomie verte.

Tableaux de reporting Taxonomie verte européenne

Chiffre d'affaires

Année Fiscale	Année	Critères de contribution substantielle										Critères d'absence de préjudice important (DNSH - Does Not Significant Harm)					Part du chiffre d'affaires alignée (A.1.) ou éligible (A.2.) sur la taxinomie, année N-1 (18)	Catégorie (activité habilitante) (19)	Catégorie (activité transitoire) (20)
		Code(s) (2)	Chiffre d'affaires absolu (3)	Part du chiffre d'affaires (4)	Atténuation du changement climatique (5)	Adaptation au changement climatique (6)	Ressources aquatiques et marines (7)	Économie circulaire (8)	Pollution (9)	Biodiversité et écosystèmes (10)	Atténuation du changement climatique (11)	Adaptation au changement climatique (12)	Ressources aquatiques et marines (13)	Économie circulaire (14)	Pollution (15)	Biodiversité et écosystèmes (16)			
Activités économiques (1)	Monnaie (M€)	%	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	%	H	T
A. ACTIVITÉS ÉLIGIBLES À LA TAXINOMIE																			
A.1. Activités durables sur le plan environnemental (alignés sur la taxinomie)																			
Programmation et diffusion	CCA 8.3	75,8	3,3%	N/EL	O	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	O	O	O	O	O	O	O	2,5%	H	
Activités créatives, artistiques et de spectacles	CCA 13.1	0,5	0,0%	N/EL	O	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	O	O	O	O	O	O	O	0,0%	H	
Production de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision ; enregistrement sonore et édition musicale	CCA 13.3	17,1	0,7%	N/EL	O	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	O	O	O	O	O	O	O	0,7%	H	
Chiffre d'affaires des activités durables sur le plan environnemental (A.1)		93,4	4,1%	0,0%	4,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	O	O	O	O	O	O	O	3,2%		
dont habilitantes		93,4	4,1%	0,0%	4,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	O	O	O	O	O	O	O	3,2%		
dont transitoires		0,0	0,0%							O	O	O	O	O	O	O	0,0%		
A.2. Activités éligibles à la taxinomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxinomie)																			
				EL; N/EL	EL; N/EL	EL; N/EL	EL; N/EL	EL; N/EL	EL; N/EL										
Programmation et diffusion	CCA 8.3	1 709,1	74,4%	N/EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL										70,4%
Activités créatives, artistiques et de spectacles	CCA 13.1	12,0	0,5%	N/EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL										0,4%
Production de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision ; enregistrement sonore et édition musicale	CCA 13.3	385,1	16,8%	N/EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL										19,2%
Chiffre d'affaires des activités éligibles à la taxinomie mais non durables sur le plan environnemental (A.2)		2 106,2	91,7%	0,0%	91,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%										90,0%
Chiffre d'affaires des activités éligibles à la taxinomie (A)		2 199,6	95,8%	0,0%	95,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%										93,2%
B. ACTIVITÉS NON ÉLIGIBLES À LA TAXINOMIE																			
Chiffre d'affaires des activités non éligibles à la taxinomie		97,1	4,2%																
TOTAL (A+B)		2 296,7	100,0%																

	Part de CA/(CA absolu)	
	Aligné	Éligible
Atténuation du changement climatique (5)	0,0 %	0,0 %
Adaptation au changement climatique (6)	4,1 %	95,8 %
Ressources aquatiques et marines (7)	0,0 %	0,0 %
Économie circulaire (8)	0,0 %	0,0 %
Pollution (9)	0,0 %	0,0 %
Biodiversité et écosystèmes (10)	0,0 %	0,0 %

Capex

Année Fiscale	Année	Code(s) (2)	Dépenses d'investissement absolues (3)	Part des dépenses d'investissement (4)	Critères de contribution substantielle										Critères d'absence de préjudice important (DNSH - Does Not Significant Harm)					Part des dépenses d'investissement alignées (A.1.) ou éligible (A.2.) sur la taxinomie, année N-1 (18)	Catégorie (activité habilitante) (19)	Catégorie (activité transitoire) (20)
					Atténuation du changement climatique (5)	Adaptation au changement climatique (6)	Ressources aquatiques et marines (7)	Économie circulaire (8)	Pollution (9)	Biodiversité et écosystèmes (10)	Atténuation du changement climatique (11)	Adaptation au changement climatique (12)	Ressources aquatiques et marines (13)	Économie circulaire (14)	Pollution (15)	Biodiversité et écosystèmes (16)	Garanties minimales (17)					
Activités économiques (1)	Monnaie (M€)	%	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	%	H	T	
A. ACTIVITÉS ÉLIGIBLES À LA TAXINOMIE																						
A.1. Activités durables sur le plan environnemental (alignés sur la taxinomie)																						
Programmation et diffusion	CCA8.3	4,5	1,3%	N/EL	O	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	O	O	O	O	O	O	O	O	0,8%	H		
Production de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision; enregistrement sonore et édition musicale	CCA13.3	7,1	2,1%	N/EL	O	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	O	O	O	O	O	O	O	O	1,9%	H		
Dépenses d'investissement des activités durables sur le plan environnemental (A.1)		11,6	3,4%	0,0%	3,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	O	O	O	O	O	O	O	O	2,7%			
dont habitantes		11,6	3,4%	0,0%	3,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	O	O	O	O	O	O	O	O	2,7%			
dont transitoires		0,0	0,0%								O	O	O	O	O	O	O	O	0,0%			
A.2. Activités éligibles à la taxinomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxinomie)																						
				EL; N/EL	EL; N/EL	EL; N/EL	EL; N/EL	EL; N/EL	EL; N/EL	EL; N/EL												
Acquisition et propriété de bâtiments	CCM 7.7 / CCA 7.7	28,4	8,4%	EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL									8,0%			
Programmation et diffusion	CCA8.3	97,8	28,8%	N/EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL									22,8%			
Production de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision; enregistrement sonore et édition musicale	CCA13.3	153,7	45,3%	N/EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL									50,4%			
Dépenses d'investissement des activités éligibles à la taxinomie mais non durables sur le plan environnemental (A.2)		279,9	82,5%	0%	82,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%									81,2%			
Dépenses d'investissement des activités éligibles à la taxinomie (A)		291,5	85,9%	0%	85,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%									83,9%			
B. ACTIVITÉS NON ÉLIGIBLES À LA TAXINOMIE																						
Dépenses d'investissement des activités non éligibles à la taxinomie		48,0	14,1%																			
TOTAL (A+B)		339,5	100,0%																			

Part de CapEx/(CapEx absolu)

	Aligné	Éligible
Atténuation du changement climatique (5)	0,0 %	8,4 %
Adaptation au changement climatique (6)	3,4 %	85,9 %
Ressources aquatiques et marines (7)	0,0 %	0,0 %
Économie circulaire (8)	0,0 %	0,0 %
Pollution (9)	0,0 %	0,0 %
Biodiversité et écosystèmes (10)	0,0 %	0,0 %

Opex

Année Fiscale	Année	Critères de contribution substantielle	Critères d'absence de préjudice important (DNSH - Does Not Significant Harm)																	
			Code(s) (2)	Dépenses d'exploitation absolues (3)	Part des dépenses d'exploitation (4)	Atténuation du changement climatique (5)	Adaptation au changement climatique (6)	Ressources aquatiques et marines (7)	Economie circulaire (8)	Pollution (9)	Biodiversité et écosystèmes (10)	Atténuation du changement climatique (11)	Adaptation au changement climatique (12)	Ressources aquatiques et marines (13)	Economie circulaire (14)	Pollution (15)	Biodiversité et écosystèmes (16)	Garanties minimales (17)	Part des dépenses d'exploitation alignée (A.1.) ou éligible (A.2.) sur la taxinomie, année N-1 (18)	Catégorie (activité habilitante) (19)
Activités économiques (1)	Monnaie (M€)	%	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N; N/EL	O;N	O;N	O;N	O;N	O;N	O;N	O;N	O;N	%	H	T

A. ACTIVITÉS ÉLIGIBLES À LA TAXINOMIE

A.1. Activités durables sur le plan environnemental (alignés sur la taxinomie)

Dépenses d'exploitation des activités durables sur le plan environnemental (A.1)	%	%	%	%	%	%	%	%	%
dont habilitantes	%	%	%	%	%	%	%	%	%
dont transitoires	%								%

A.2. Activités éligibles à la taxinomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxinomie)

	EL; N/EL		%						
Dépenses d'exploitation des activités éligibles à la taxinomie mais non durables sur le plan environnemental (A.2)	%	%	%	%	%	%	%		%
Dépenses d'exploitation des activités éligibles à la taxinomie (A)	%	%	%	%	%	%	%		

B. ACTIVITÉS NON ÉLIGIBLES À LA TAXINOMIE

Dépenses d'exploitation des activités non éligibles à la taxinomie	12,0	%
TOTAL (A+B)	12,0	100 %

	Part d'OpEx/(OpEx absolu)	
	Aligné	Eligible
Atténuation du changement climatique (5)	0,0 %	0,0 %
Adaptation au changement climatique (6)	0,0 %	0,0 %
Ressources aquatiques et marines (7)	0,0 %	0,0 %
Économie circulaire (8)	0,0 %	0,0 %
Pollution (9)	0,0 %	0,0 %
Biodiversité et écosystèmes (10)	0,0 %	0,0 %

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 :

Dépenses prévues sur 2024-2027, en millions d'euros

Dépenses prévisionnelles en lien avec la transition écologique

DÉPENSES PRÉVUES SUR 2024-2027, EN MILLIONS D'EUROS

Type de dépenses (en million d'euros)	Montant sur 2024-2027
Contenus en lien avec la transition écologique	179
Dépenses transverses (moyens humains, rénovation des bâtiments, outils, etc.)	32
Publicité responsable et communication	21
TOTAL	233

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

Il appuie son objectif de réduction de son impact carbone en finançant plusieurs actions. Celles-ci visent à soutenir l'éco-production de ses programmes, la sobriété numérique et la décarbonation de ses achats qui constituent les postes les plus émissifs de son impact carbone.

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

À venir : la CSRD

Conformément à la *Corporate Sustainability Reporting Directive*, le groupe TF1 est soumis à la publication d'un rapport de durabilité en 2025 sur l'année fiscale 2024. Le Groupe s'y prépare d'ores et déjà et a entamé son analyse de double matérialité. Cet exercice permettra d'identifier les enjeux matériels, ayant un impact financier sur le Groupe, ou sur lesquels le groupe TF1 a un impact environnemental ou sociétal. Il s'agira ensuite de collecter les données pertinentes sur ces enjeux pour garantir la production d'un rapport de durabilité conforme à la réglementation.

4.1.1.3. Évolution de la démarche environnementale du Groupe

Le groupe TF1 est engagé depuis plus de 15 ans dans la lutte contre le dérèglement climatique.

L'ÉVOLUTION DE LA DÉMARCHÉ ENVIRONNEMENTALE DU GROUPE



Le Groupe a abouti à une stratégie Climat fin 2020, dont les engagements ont été mis à jour en 2023 :

- **enrichissement de l'offre de contenus en lien avec la transition écologique ;**
- **actions en faveur d'une publicité plus responsable ;**
- **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 par rapport à 2021.**

Le suivi de ces engagements est détaillé dans les chapitres 4.1.2 pour l'offre de contenus en lien avec la transition écologique, 4.1.3 pour la publicité responsable et 4.1.4 pour la réduction de l'impact environnemental du Groupe.

En octobre 2023, les objectifs de décarbonation du groupe TF1 à horizon 2030 ont été validés par le SBTi (Science Based Target Initiative) :



Le périmètre retenu pour la fixation de ces objectifs comprend la filiale Newen Studios France mais n'intègre pas les autres filiales de Newen à l'international.

4.1.2. CONTENUS ET PRODUITS EN LIEN AVEC LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

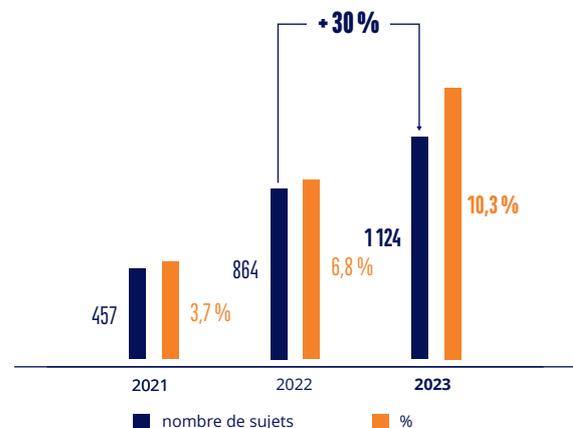
4.1.2.1. Contenus d'information en lien avec la transition écologique (TF1, LCI et TF1 Info)

Nommée en 2021, la Directrice adjointe de l'Information en charge de la médiation et de la RSE poursuit sa mobilisation sur les sujets de transition écologique

Nombre de sujets dédiés à l'environnement dans les journaux télévisés

La Direction de l'Information évalue la croissance des sujets liés à la transition écologique sur les antennes grâce à un baromètre. Cela lui permet également de suivre le nombre d'experts sur le sujet intervenant lors des éditions.

L'année 2023 a marqué une nouvelle accélération dans la prise en compte des thématiques environnementales dans l'information, comme en témoigne le graphique ci-contre.



NB: 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 hors mois d'août.

Présentation des résultats de l'étude sur le traitement médiatique de la transition écologique

En 2023, TF1 a de nouveau réalisé une étude avec l'Access Panel Toluna sur la perception des Français du dérèglement climatique et leurs attentes envers les médias, pour une meilleure compréhension et anticipation des attentes sur ces sujets.

86 % des Français considèrent le réchauffement climatique comme une préoccupation majeure, mais 77 % se sentent toutefois impuissants. Ce sentiment est attribué à du défaitisme, des doutes sur les bons gestes à adopter, voire un certain scepticisme. En effet, 36 % estiment que les scientifiques et politiques exagèrent les conséquences du réchauffement climatique.

Les médias jouent donc un rôle essentiel : 84 % des Français déclarent qu'« être informé sur l'environnement est aujourd'hui indispensable ». Ils sont même 78 % à souhaiter que les médias les sensibilisent davantage sur ces questions. L'étude indique que la télévision est le média auquel les Français font le plus confiance (39 %) et qui fournit l'information la plus claire (40 %).

Les Français saluent également l'approche pédagogique et didactique (70 %) des JT de TF1 en matière d'environnement, qui inspirent confiance (75 %). La présence renforcée d'experts en plateau est fortement appréciée, améliorant la compréhension des sujets (81 %) et enrichissant le débat (78 %).

Ces nombreux enseignements légitiment aujourd'hui la démarche engagée de la Direction de l'Information, et notamment les solutions proposées par la feuille de route Climat.

Poursuite de la Feuille de route Climat de la Direction de l'Information initiée en 2022

Poursuite des formats phares

En 2023, une nouvelle saison de l'émission *Impact Positif*, créée et présentée par Sylvia Amicone a été diffusée de manière hebdomadaire sur LCI et déclinée en verticale sur TF1 Info. Depuis son lancement en septembre 2022, 47 invités acteurs du changement ont été reçus dans l'émission afin d'explorer des solutions face à l'urgence climatique et sociale. Par ailleurs, lors des bulletins météo, les présentateurs continuent à proposer les bons gestes écologiques.

La signature « Notre Planète » permet également d'identifier plus facilement les sujets du JT de TF1, les émissions de LCI et les contenus TF1 Info dédiés à la transition écologique.

Partenariats avec RTE et GRT Gaz

Des partenariats clés ont été reconduits en 2023 entre le groupe TF1 et RTE ainsi que GRT Gaz visant à :

- sensibiliser les publics aux enjeux énergétiques, avec les alertes EcoWatt et Ecogaz dans les bulletins météo ;
- informer sur le risque de tension énergétique, pour encourager les publics à adopter des comportements vertueux et prévenir les coupures.

Plusieurs récompenses obtenues

Les rubriques environnementales telles que « Notre Planète », « Demain », « La France des solutions », sans oublier « Enquête », « Grands Formats », « Découvertes » et « La Bonne Idée » incluent désormais également le format « Terre Augmentée ». Piloté par Yani Khezzar, ce nouveau format met en exergue le journalisme des solutions. Les sujets diffusés lors du JT de 20h pour la COP27 ont obtenu le Grand Prix Stratégies de l'Innovation médias 2022-2023.

Le Grand prix Varenne 2023 a été décerné au reportage *Notre Planète* de Ludovic Romanens et Julien Bervillé sur les mines de calcaire en Égypte.

Nouveaux dispositifs éditoriaux

La nouvelle Feuille de route de la Direction de l'Information a été présentée en novembre 2023. Parmi les nouveautés annoncées :

Semaine anti-gaspi

Du 27 novembre au 1^{er} décembre 2023, le Journal de 13h a dédié une semaine spéciale à l'anti-gaspillage. Son objectif était de mettre en lumière des initiatives de recyclage et de réemploi. Les rendez-vous réguliers comme « Le 13h à table », « La Bonne Idée » et « SOS Villages » ont été estampillés « anti-gaspi », de même que l'émission *13h à vos côtés*.

Semaine spéciale COP 28

La semaine du 26 au 30 novembre 2023 a été placée sous le signe de la COP28.

- Pour le Journal de 20h, une série de cinq sujets en réalité augmentée a été diffusée pour près de 20 minutes d'antenne cumulées, avec pour thématiques : « Nos campagnes », « Nos villes » et « Nos montagnes ». Lors du lancement de la COP28, TF1 a diffusé « Aux origines du réchauffement climatique », résumant de manière accessible la complexité de la question climatique en quelques minutes. Le sujet a notamment mis en lumière la dépendance aux énergies fossiles et la longue durée de résidence du CO₂ dans l'atmosphère.
- Les journaux du Week-end ont diffusé une dizaine de sujets abordant les enjeux suivants : le tri des déchets, la sortie des énergies fossiles, l'impact sur la biodiversité, l'adaptation au réchauffement climatique, etc.

Élargissement du Comité d'Experts Environnementaux

En 2023, le Comité d'Experts de la Direction de l'Information s'est élargi, avec cinq nouveaux experts :

- Aurélien Bigo, chercheur spécialisé dans la transition énergétique des transports, associé à la chaire Énergie et Prospérité ;
- Françoise Gaill, biologiste et océanographe, Directrice de recherche émérite au Centre national de la recherche scientifique (CNRS) ;
- Philippe Grandcolas, écologue et systématicien, Directeur de recherche au CNRS ;
- Yamina Saheb, ingénieure, économiste et docteure en énergétique, Experte au Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC) ;
- Heidi Sevestre, glaciologue et exploratrice.

L'objectif de ce Comité d'Experts est d'améliorer la couverture de la transition écologique sur TF1, LCI et TF1 Info. Ces experts partagent leur expertise avec les journalistes pour enrichir la couverture d'un sujet et sont invités à participer aux journaux télévisés.

Poursuite de la formation des rédactions aux enjeux de transition écologique

En complément du Comité d'Experts, la Direction de l'Information a poursuivi la formation des équipes de rédaction. Les formations des collaborateurs sont détaillées en 4.2.4.7.

4.1.2.2. Autres contenus en lien avec la transition écologique

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

Depuis plus de 18 ans, Ushuaïa TV est la seule chaîne diffusée dans une trentaine de pays francophones, dédiée entièrement à la préservation de la planète.

Parmi ses rendez-vous emblématiques, le magazine mensuel *En Terre Ferme*, animé par la journaliste Fanny Agostini, met en avant l'engagement citoyen et la reconnexion à la nature. Parmi les invités 2023, on retrouve la présentatrice météo Éveline Dhéliat, la cheffe étoilée Hélène Darroze, l'ancien patron de Danone Emmanuel Faber ou encore la navigatrice Isabelle Autissier.

La programmation d'Ushuaïa suit l'agenda des grands rendez-vous de l'environnement. Parmi les temps forts de l'année 2023, on peut souligner :

- le mois de mars consacré aux forêts à l'occasion de la Journée mondiale avec le lancement de la collection documentaire *Terres d'urgence*, et dont le premier épisode porte sur la déforestation au Congo ;
- le mois de juin consacré aux océans à l'occasion de la Journée mondiale avec plus de 30 documentaires en multidiffusion, dont la série *Méditerranée – L'odyssée pour la vie* racontée par Camélia Jordana ;
- le cycle *Climat de tension* en décembre à l'occasion de la COP28 à Dubaï et de la Journée mondiale du climat. La série « Face au Climat » a été diffusée, dans laquelle la navigatrice Anne Quéméré explore les enjeux climatiques en Amérique du Nord.

La chaîne co-produit et/ou diffuse d'autres documentaires tels que :

- *Thermostat climatique* qui suit le travail d'innovation des scientifiques engagés dans la lutte contre le réchauffement climatique ;
- *Fleur australe – le continent blanc*, réalisé et incarné par Géraldine Danon, qui poursuit son voyage en voilier à la découverte de l'Antarctique, impacté par le réchauffement climatique et ses effets sur la fonte des glaces ;
- *Les jardiniers du corail à Raja Ampat*, qui part à la découverte des jardiniers de corail en Indonésie.

Les films produits par Ushuaïa TV sont régulièrement primés lors de festivals : six récompenses ont été reçues aux Deauville Green Awards en juin 2023 avec notamment le Prix Or pour *l'Autre voyage* : « Islande, l'autre voyage au centre de la Terre, de Christine Oberdorff ».

Les déclinaisons de Ushuaïa TV

- dans *Génération Ushuaïa* sur TF1, Fanny Agostini présente ses coups de cœur parmi les documentaires et magazines produits par la chaîne Ushuaïa TV ;
- *Ushuaïa TV For Change*, la collection de documentaires et chaîne FAST ⁽¹⁾ accessible gratuitement sur MYTF1, aborde les enjeux de la transition écologique et solidaire de façon positive. À fin 2023, cela représente près de 200 documentaires et magazines, et le groupe TF1 envisage d'enrichir l'offre d'une vingtaine de contenus supplémentaires d'ici à fin 2024 ...
- la chaîne à la demande « Ensemble pour la planète », accessible gratuitement aux clients Bouygues Bbox, propose une sélection de programmes d'Ushuaïa TV pour informer et sensibiliser sur les enjeux climatiques et de biodiversité. Elle s'est étoffée en 2023, avec notamment une opération spéciale menée autour du programme *Enfin demain, quand l'avenir se recycle* à l'occasion de la Semaine Européenne de la réduction des déchets.

L'ensemble des programmes produits et diffusés par le Groupe

Événements spéciaux

À l'occasion de la Journée de la biodiversité du 22 mai, TMC a consacré une soirée spéciale à l'environnement avec la diffusion de deux films documentaires inédits :

- *I am Greta* qui suit Greta Thunberg dans les débuts de son combat pour le climat et montre comment elle est devenue en quelques mois seulement une icône planétaire ;
- en deuxième partie de soirée, *The Great Green Wall*, un film dans lequel la musicienne Inna Modja guide le téléspectateur à travers l'Afrique pour montrer comment plusieurs pays du continent africain tentent de s'unir pour ériger un mur d'arbres, qui servira de rempart contre l'avancée du désert.

Magazines et documentaires

Dans sa case *Les Docs du week-end*, TF1 propose régulièrement des sujets qui amènent à sensibiliser les téléspectateurs aux nouvelles formes de consommation plus responsables (anti-gaspillage alimentaire, seconde main, etc.).

Sur la chaîne TMC, le grand rendez-vous d'information *Quotidien* accueille régulièrement en plateau des invités (ministres, experts, etc.) engagés en faveur de la transition écologique, comme par exemple Cyril Dion, réalisateur, écrivain et militant. TMC a également proposé des magazines mettant en avant la nécessité de répondre aux défis de la transition écologique et du changement climatique. La diffusion du reportage de Martin Weill sur la mégapole nigérienne, *Lagos, quand les mégapoles deviennent folles*, a notamment brossé le portrait d'une ville en surchauffe souffrant de l'érosion du littoral, accélérée par la construction sur la mer d'un complexe pour millionnaires.

De son côté, la chaîne TFX, à destination d'un public jeune et familial, a mis en lumière des initiatives concrètes pour adopter un mode de vie plus écologique :

- les experts de l'émission *Cleaners les experts du ménage* ont continué à utiliser des produits d'entretien 100 % écologiques (vinaigre blanc, jus de citron, bicarbonate de soude, etc.) ;
- le nouveau magazine lancé en 2023, *Détox ta maison : 7 jours pour tout ranger* a mis en avant la sobriété écologique, en prônant le tri des déchets, le recyclage et l'*upcycling*.

Newen Studios continue le déploiement des contenus autour des thématiques environnementales à l'international avec la diffusion de la série documentaire STEL JE VOR produite par De Mensen ou la production de RISE par Real Lava.

Capa Presse, filiale de Newen Studios, a également produit en 2023 différents documentaires et reportages sur la thématique environnementale, comme *La vie secrète des champignons (Envoyé Spécial France2)*, *Coup de chaud sur la Clim (Envoyé Spécial)*, ou *AntiGaspi, Le vieux c'est mieux (France5)*. Au cours de l'année, plusieurs reportages, chroniques ou séquences plateau à tonalité environnementale ont été diffusés dans *Le Magazine de la santé*, produit par 17JUN. Parmi eux, on note les suivants : *Pollution particules fines, Changement climatique : comment apaiser nos angoisses ?* et *Danger glyphosate*.

(1) *Free Ad-Supported Television* : chaîne de télévision linéaire gratuite, financée par la publicité et diffusée en streaming.

Programmes courts

Depuis 2008, l'émission *Petits Plats en équilibre*, devenue un programme culinaire incontournable, continue de mettre en avant quotidiennement la cuisine maison, la consommation de produits de saison et la réduction des déchets. Laurent Mariotte rencontre aussi les producteurs et met en avant la consommation locale et les circuits courts à travers *Petits Plats en équilibre, sur la route des producteurs*. De plus, en 2023, Clémence Castel est partie à la rencontre des familles françaises pour proposer des conseils pour un quotidien plus écoresponsable à travers le programme court *Agissons pour demain*, diffusé sur TF1 et sur TMC.

Séries et fictions

Le thème de la consommation responsable et durable est un élément constitutif de l'ADN de la série *Ici tout commence* produite par Newen Studios et diffusée sur TF1. Les héros récurrents mettent en avant des réflexes tels que privilégier les produits de saison, favoriser les circuits courts, la permaculture ou le véganisme.

Dans la série *Demain nous appartient*, plusieurs épisodes ont également mis en avant des associations ou thématiques du quotidien en lien avec la protection de l'environnement.

Flux

Sur TF1, les programmes de flux quotidiens mettent également en valeur des démarches écologiques :

- par exemple, dans *Familles Nombreuses XXL*, la famille Boibessot sensibilise régulièrement ses enfants aux économies d'énergies et à l'anti-gaspillage alimentaire ;

4.1.2.3. Partenariats

Le groupe TF1 a poursuivi en 2023 son engagement autour des récits destinés à sensibiliser et informer le public sur les grands enjeux sociaux et environnementaux.

Assemblée citoyenne des imaginaires

Le groupe TF1 est partenaire média audiovisuel exclusif de l'Assemblée Citoyenne des Imaginaires. Ce projet, porté par Valérie Zoydo, propose aux citoyens de participer à la création de nouveaux imaginaires d'une société plus durable en co-crédant de nouveaux récits, à travers une vaste consultation recueillant leurs préoccupations et leurs envies, relayée sur les réseaux sociaux de TF1 et par Lucie Lucas, comédienne phare de *Clem* et marraine du projet. Accompagnés par des experts des nouveaux récits, une dizaine de scénaristes professionnels ont transformé cette matière en six synopsis, en pratiquant la pédagogie douce sur l'émergence de nouveaux modèles sociétaux à travers les codes du *storytelling*, des mythes, du divertissement et de l'humour. TF1 et Newen Studios ont l'exclusivité de production et de diffusion de ces projets s'ils souhaitent en valider un avant le 31 janvier 2024.

Sparknews

En 2022, le groupe TF1 et Newen Studios ont 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. Cet outil, composé d'une grille de questionnement et d'un centre de ressources, permet d'interroger les automatismes d'écriture, de construction du récit et de développer de nouveaux référentiels pour le spectateur. Début 2023, les équipes de Newen Studios ont été accompagnées par Sparknews pour s'approprier ces nouveaux outils et leur méthodologie.

- le programme *Les plus belles vacances* permet de découvrir de nouvelles manières de voyager à travers des logements atypiques et en accord avec la nature.

Jeunesse

Dans la case jeunesse de TF1, TFOU a consacré une partie de sa programmation à l'écologie lors de la semaine du développement durable, avec la mise en avant de différents épisodes ayant pour thèmes l'environnement, la protection de la nature et des animaux. Dans le cadre de cette semaine, un épisode inédit de *Miraculous, les aventures de Ladybug et Chat Noir* était dédié à la lutte contre la pollution plastique. La production de cet épisode a été financée par la fondation Breteau, une association engagée dans l'éducation et la protection de l'environnement.

La série *Alice et Lewis* produite par Newen Studios a traité de l'épuisement des ressources, la lutte contre le gaspillage alimentaire, la consommation de produits de saison, la protection des espaces naturels et la biodiversité ainsi que le recyclage.

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 a mené en 2023 plusieurs actions de formation.

Les actions de formation du groupe TF1 sont détaillées en 4.2.4.7.

Atmosphères

Le groupe TF1 et la chaîne Ushuaïa TV continuent d'apporter leur soutien au séminaire « Nouveaux récits » du festival Atmosphères, qui promeut auprès du grand public le développement durable à travers le cinéma, les arts et les sciences. La chaîne Ushuaïa TV, également partenaire du festival, a participé au jury court métrages en octobre 2023.

Deauville Green Awards

Le groupe TF1 et la chaîne Ushuaïa TV soutiennent les Deauville Green Awards, Festival international du film responsable destiné à valoriser la sensibilisation par l'image autour du développement durable. En 2023, le groupe TF1 a été primé à neuf reprises lors de la 12^{ème} édition des Deauville Green Awards.

Prix EpE-TF1-LCI

En 2023, le prix EpE-TF1-LCI a permis aux étudiants, jeunes diplômés ou actifs de moins de 30 ans passionnés par la préservation de l'environnement de présenter leurs idées autour de la thématique, « Relever le défi de l'adaptation au changement climatique ». Le jury d'experts et de partenaires, présidé par le climatologue Hervé Le Treut, a récompensé un projet novateur sur la revitalisation des sols dégradés.

Autres partenariats

Par ailleurs, Ushuaïa TV a été partenaire d'une trentaine d'événements en France en 2023, tous en lien avec son positionnement éditorial autour de la protection de la planète, parmi lesquels :

- le festival « Cinéma for Change » en avril à Paris : le festival du cinéma international créé autour des Objectifs du Développement Durable ;
- le salon ProDurable en septembre à Paris : le plus grand rendez-vous européen des acteurs et des solutions en faveur de l'économie durable.

4.1.3. PUBLICITÉ RESPONSABLE

4.1.3.1. L'engagement de TF1 Pub en faveur de la publicité responsable

La feuille de route RSE de la régie du groupe TF1

TF1 Pub, responsable de la commercialisation des inventaires publicitaires, s'engage depuis de nombreuses années dans la transition écologique de son écosystème. Dès 2021, TF1 Pub lançait sa feuille de route en faveur de la transition écologique de la publicité, autour de quatre axes :

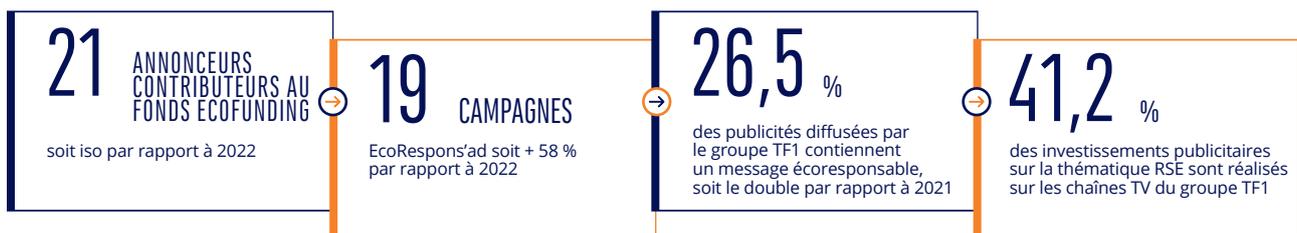
1. la mesure et le pilotage de l'impact carbone de la diffusion des campagnes publicitaires ;
2. le renforcement des offres publicitaires en faveur de la promotion de produits et services écoresponsables ;
3. la participation au dialogue interprofessionnel en faveur de la transition écologique ;
4. la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

TF1 Pub a nommé un référent RSE dédié auprès de la Direction générale afin de soutenir cette feuille de route.

En 2023, TF1 a également développé de nouvelles offres bas carbone avec son guide *low carbon*, et renforcé ses offres publicitaires bas carbone déjà existantes.

4.1.3.2. Bilan à date de la feuille de route

La mesure et le pilotage de l'impact carbone de la diffusion des campagnes publicitaires



Avec l'expertise de la société Ecoact, TF1 Pub a évalué en 2021 l'empreinte carbone de la diffusion de ses campagnes publicitaires sur les supports suivants : la télévision linéaire *via* réseau hertzien et Internet, la radio live *via* réseau radio et internet et le digital (vidéo digitale et *display via* réseau Internet).

Cette évaluation inclut 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 et la quote-part de l'impact carbone de la construction et fin de vie des équipements au *pro rata* de la durée de visionnage.

À l'occasion de certains festivals, Ushuaïa TV récompense des films pour leur engagement en faveur de la protection de la planète. Par exemple, au Chamonix Film Festival en juin, la chaîne a décerné le « Prix Ushuaïa TV Montagnes & Environnement » à « Glaciers, la course de l'eau ». Ce prix est une opportunité pour les réalisateurs de proposer un projet de film illustrant les thématiques de la chaîne qui sera coproduit et diffusé sur Ushuaïa TV.

Un Comité d'ambassadeurs

Sous l'impulsion de la Directrice générale Sylvia Tassan-Toffola, le Comité interne « Change Makers » anime la feuille de route RSE de TF1 Pub depuis 2021. Composé de collaborateurs volontaires, ce Comité a pour vocation d'adresser les différents axes de sa stratégie, y compris les pratiques internes de la régie. Le Comité intervient à chaque plénière de la régie et met en œuvre des actions qui sensibilisent l'ensemble des collaborateurs sur la démarche RSE de la régie et du Groupe.

Formation des équipes

En 2022, un parcours de formation complet et sur mesure a été déployé avec Youmatter, et l'ensemble des équipes de la régie ont été formées aux enjeux environnementaux du secteur publicitaire.

Contrat climat média

En juin 2022, le groupe TF1 a volontairement adhéré à un Contrat climat. Le Groupe s'est ainsi engagé à promouvoir la transition écologique auprès du grand public, notamment *via* sa régie. Les engagements liés au contrat climat média sont détaillés en 4.1.1.2.

Outil d'évaluation de l'empreinte carbone

La mesure de l'empreinte carbone a conduit à la création d'un outil de calcul carbone des campagnes publicitaires. Cet outil permet de renforcer la transparence vis-à-vis des annonceurs et des agences média.

En 2023, TF1 Pub a continué sa collaboration avec le SRI (Syndicat des Régies Internet), le SNPTV (Syndicat National de la Publicité Télévisée) et le bureau de la radio pour améliorer la mesure de l'impact carbone. Ce travail a conduit à :

- la publication de référentiels méthodologiques d'évaluation de l'empreinte carbone en TV et en digital, intégrés depuis à l'outil de mesure de TF1 Pub ;

- la mise en place d'un outil commun afin de mesurer l'empreinte carbone de la diffusion des campagnes en TV, *catch-up* et radio.

TF1 Pub vise également l'interopérabilité des outils pour communiquer systématiquement la mesure de l'empreinte carbone à ses partenaires.

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

Depuis 2021, TF1 Pub a lancé une réflexion afin de mener des actions de réduction de l'empreinte carbone des campagnes publicitaires. En 2023, un « Guide *low carbon* » a été publié, détaillé en 4.1.3.3.

Compensation carbone de la régie

TF1 Pub a lancé une expérimentation « Facilitateur Climat » pour financer des projets de compensation carbone équivalents à ses émissions résiduelles d'ici 2050. En 2022, des contrats ont été signés avec la Société Forestière et Carbonapp pour des projets de reboisement et de vergers en France métropolitaine, labellisés label Bas Carbone. Cette expérimentation devrait se poursuivre en 2024.

Le renforcement de ses offres publicitaires en faveur de la promotion de produits et services éco-responsables

EcoRespons'ad

Depuis 2019, TF1 Pub propose l'offre EcoRespons'ad à ses clients, pour :

- valoriser des produits et services à moindre impact sur l'environnement ;
- inciter les annonceurs à faire davantage la promotion de produits ou services plus durables ;
- favoriser la promotion d'une consommation plus responsable.

Pour évaluer l'éligibilité des produits et services, TF1 Pub s'appuie sur les critères suivants, validés par l'Ademe : étiquette énergie, indice de réparabilité, affichage environnemental, services de promotion de la réparation.

Les spots éligibles EcoRespons'ad bénéficient d'un accès exclusif sur TF1, MYTF1 et Les Indés Radios, et d'un habillage visuel distinctif. En 2023, le Groupe a diffusé 67 écrans EcoRespons'ad sur TF1 (environ deux par semaine), pour mettre en avant des produits et services plus respectueux de l'environnement.

4.1.3.3. Nouvelles offres

En septembre 2023, TF1 Pub a publié le « Guide *low carbon* » pour aider ses clients à réduire l'impact carbone de leurs campagnes sur MYTF1 avec différentes solutions :

- *Autopilot Carbon* ajuste les publicités sur MYTF1 en fonction des émissions de CO₂ de la production électrique française. Cette solution d'intelligence artificielle s'appliquera en janvier 2024 à l'ensemble des campagnes diffusées sur MYTF1, sans surcoût

Ecofunding

Afin de valoriser les démarches vertueuses des annonceurs, TF1 Pub a introduit le fonds publicitaire Ecofunding, financé par le groupe TF1 et ainsi gratuit pour ses clients. Il s'agit de campagnes de sensibilisation du public aux labels environnementaux recommandés par l'Ademe. Chaque campagne publicitaire affichant dans son spot (spot classique et/ou *billboard* de parrainage) un des critères d'éligibilité déclenche un abondement proportionnel du Groupe au fonds.

En 2023, les 35 campagnes éligibles ont contribué à alimenter le fonds à hauteur de 4,85 millions d'euros bruts. Ce financement a permis la diffusion de quatre campagnes de sensibilisation, de deux semaines chacune, sur l'ensemble des chaînes du Groupe et sur MYTF1. Ces campagnes ont mis en avant les critères suivants :

- labels environnementaux ;
- étiquette énergie ;
- indice de réparabilité ;
- réparation et allongement de la durée de vie des produits (nouveau film depuis 2023).

Ces quatre vagues comptabilisent 2 299 spots diffusés qui ont permis de générer 404 millions de contacts auprès des Français de 4 ans et plus. 21 annonceurs ont ainsi diffusé 35 campagnes en 2023 sur des produits ou services plus respectueux de l'environnement.

Chaque mois, TF1 Pub suit les indicateurs d'EcoRespons'ad et Ecofunding, et rend compte des progrès réalisés auprès de l'ARCOM, comme détaillé au 4.1.3.2.

En 2024, TF1 Pub s'engage à renouveler les dispositifs EcoRespons'ad et Ecofunding. En matière d'Ecofunding, TF1 Pub maintiendra en effet son engagement, selon les mêmes conditions financières qu'en 2023 (minimum de 1,5 million d'euros bruts). Les campagnes sur des produits éligibles financeront des campagnes de sensibilisation jusqu'à 5 millions d'euros bruts.

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

Fresque de la Publicité

La régie publicitaire du groupe TF1 promeut la durabilité auprès de l'interprofession avec la Fresque de la publicité, cocrée avec Youmatter. Il s'agit d'un atelier participatif de trois heures durant lequel les participants réfléchissent à l'impact environnemental de la publicité et travaillent ensemble sur des solutions concrètes. À fin 2023, plus de 1 000 professionnels ou étudiants ont participé à cet atelier.

pour les annonceurs. Elle contribuera à une réduction de 3,7 % de l'impact carbone liée à l'électricité utilisée pour la diffusion et la visualisation des publicités sur MYTF1 ;

- pour les annonceurs qui souhaitent aller plus loin, TF1 Pub propose des offres *low carbon* afin de réduire jusqu'à - 32 % l'impact carbone de leur campagne sur MYTF1, par le biais d'initiatives assurant le bon ciblage et le visionnage intégral de la publicité.

4.1.4. RÉDUCTION DE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DES ACTIVITÉS DU GROUPE

4.1.4.1. Évaluation de notre impact environnemental

Calcul de l'impact carbone

Le groupe TF1 réalise l'évaluation de ses émissions de gaz à effet de serre depuis 2007. En 2023, il a sollicité l'expertise du cabinet Axionable. Le périmètre couvre son siège (Tour TF1 et Atrium), La Seine Musicale, TMC à Monaco et les activités de Newen Studios situées en France. La méthodologie utilisée est celle du *GHG Protocol*, basée sur la version 23.1 de la base de données Carbone de l'Ademe, à l'exception de certains facteurs d'émissions :

- ceux concernant les achats de programmes audiovisuels extraits, pour les productions internes, d'une étude du cabinet Workflows sur l'impact carbone des productions de Newen Studios, et pour les autres productions, des données Albert ;
- ceux concernant les matériels informatiques, issus de la base de données Boavizta.

En 2023, ce calcul s'est concentré sur les scopes 1 (émissions directes), 2 (émissions indirectes liées aux consommations énergétiques), 3a (émissions indirectes hors consommations énergétiques et utilisation des produits) et 3b (visionnage des contenus produits, diffusés ou édités par le groupe TF1 et terminaux nécessaires pour les visionner).

Certains aspects méthodologiques ont évolué depuis l'exercice 2022 du calcul de l'impact carbone du groupe TF1, avec notamment :

- le passage de la méthode Bilan Carbone® à la méthode *GHG Protocol*, avec la prise en compte des seules immobilisations achetées sur la période d'étude, sans amortissements ;
- le calcul du scope 3b (aval du scope 3) du groupe TF1 ;
- la prise en compte des données carbone de 32 fournisseurs embarqués dans la démarche de décarbonation du groupe TF1, de façon à fiabiliser le calcul de l'impact carbone de leurs prestations.

INDICATEUR : ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE

Émissions GES par poste du GHG Protocol (en tonnes équivalent CO ₂)	Du 01/10/2022 au 30/09/2023	Du 01/10/2021 au 30/09/2022	Du 01/10/2020 au 30/09/2021
Scope 1 : Émissions directes des sources fixes (fuel GE)	25	154	146
Scope 1 : Émissions directes des sources mobiles de combustion (véhicules de reportage et voitures de fonction)	219	373	791
Scope 1 : Émissions directes fugitives (gaz frigorigènes)	156	310	524
Scope 2 : Émissions indirectes liées à la consommation d'électricité	849	1 215	1 223
Scope 2 : Émissions indirectes liées à la consommation de vapeur	338	15	127
Scope 3 : Émissions liées à une activité énergétique non incluse dans les émissions directes ou indirectes d'énergie	472	1 007	681
Scope 3 : Produits achetés	103 744	133 244	142 891
Scope 3 : Biens immobilisés	6 287	6 361 ⁽¹⁾	2 878
Scope 3 : Déchets générés	146	80	71
Scope 3 : Déplacements professionnels (hors véhicules de reportage et voitures de fonction)	3 416	5 429 ⁽²⁾	2 944
Scope 3 : Transports des visiteurs et des clients	-	33	12
Scope 3 : Déplacements des employés	2 203	1 942	1 425
TOTAL SCOPES 1, 2 ET 3A (HORS UTILISATION DES PRODUITS)	117 855	150 165	153 712
Scope 3 : Transport et distribution amont	112 132	-	- ⁽³⁾
Scope 3 : Utilisation des produits vendus	150 773	-	-
TOTAL SCOPES (HORS UTILISATION DES PRODUITS)	380 760	150 165	153 712

(1) La forte 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.

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

(3) L'aval du scope 3 n'était pas calculé pour les années 2021 et 2022.

En 2023, les postes les plus émetteurs changent par rapport à l'exercice précédent : les postes de l'aval du scope 3, représentant la diffusion des contenus du Groupe et leur visionnage par les téléspectateurs. Viennent ensuite les produits et services achetés, les biens immobilisés, les déplacements professionnels et les déplacements domicile-lieu de travail des collaborateurs.

Émissions par scope du <i>Greenhouse Gas Protocol</i> (GHG) (en tonnes équivalent CO ₂)	Du 01/10/2022 au 30/09/2023	Du 01/10/2021 au 30/09/2022	Du 01/10/2010 au 30/09/2021
Scope 1	400	838	1 461
Scope 2	1 187	1 230	1 350
Ratio en tonnes de CO ₂ scopes 1 + 2 par collaborateur	0,57	0,77	0,8
Ratio en tonnes de CO ₂ scopes 1 + 2 par million d'euros de CA	0,8	1,0	1,3
Ratio en tonnes de CO ₂ scopes 1 + 2 par mètre carré	0,026	0,017	0,036
Scope 3A	116 268	148 097	150 902
Scope 3B	262 905	-	-
TOTAL SCOPES 1, 2 ET 3A (HORS UTILISATION DES PRODUITS)	117 855	150 165	153 712
TOTAL TOUS SCOPES	380 760	150 165	153 712

La diminution des consommations de carburants a contribué à la réduction de 52 % sur le scope 1 entre 2022 et 2023. Par ailleurs, la baisse des émissions sur l'amont du scope 3 s'explique principalement par les changements méthodologiques que sont l'intégration de données carbone provenant des fournisseurs, et l'utilisation de facteurs d'émission de la base de données Boavizta pour les équipements électroniques, plus précis que ceux utilisés précédemment.

Consommation de ressources et d'énergie

Électricité

INDICATEUR : CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ (EN MÉGAWATTHEURES)

Site	% couverture CA	Du 01/10/2022 au 30/09/2023	Du 01/10/2021 au 30/09/2022	Du 01/10/2020 au 30/09/2021
Tour/Atrium	75	16 610	17 578	16 566
TMC (Monaco)	7	1 025	965	1 197

Le groupe TF1 utilise de l'électricité pour l'activité courante de l'entreprise, notamment l'alimentation et la climatisation des équipements techniques liés à la fabrication et à la diffusion des programmes (salles techniques et informatiques, régies, éclairage des studios, etc.). L'électricité est également employée pour le chauffage, la climatisation (confort), l'éclairage, l'alimentation des postes bureautiques et la ventilation.

Fuel

INDICATEUR : CONSOMMATION DE FUEL (EN LITRES)

Site	% couverture CA	Du 01/10/2022 au 30/09/2023	Du 01/10/2021 au 30/09/2022	Du 01/10/2020 au 30/09/2021
Fuel GE TF1 Tour/Atrium	75	9 348	15 579	682
Fuel tous véhicules (reportage – voitures de fonction)	75	139 664	156 803	149 911

Le fuel est utilisé dans les groupes électrogènes (GE) des sites de production, assurant la continuité de l'Antenne en cas de coupure d'énergie. Les variations annuelles découlent des opérations de maintenance et des simulations de risques pour la continuité des processus (exemple : simulation de la diffusion d'un journal télévisé avec une coupure de l'énergie de réseau). Le carburant pour les véhicules utilisés dans les reportages de TF1 et LCI (motos, voitures, camions Vidéomobile) est du Gazole Premier et Excellium, du Super 98 ou 95 sans plomb. On constate une diminution de 11 % de la consommation de carburants par le parc de véhicule de fonctions et de reportage, qui s'explique par l'électrification progressive du parc.

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

Site	% couverture CA	Du 01/10/2022 au 30/09/2023	Du 01/10/2021 au 30/09/2022	Du 01/10/2020 au 30/09/2021
TF1 – Tour/Atrium	75	60 018	35 524	30 915

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. A noter que l'augmentation importante de la consommation en eau est due à un dysfonctionnement d'un des deux compteurs de suivi durant les deux dernières années, menant à une sous-estimation de cet indicateur en 2021 et 2022.

Gestion des déchets et économie circulaire
Gestion des déchets

Les principales sources de déchets chez TF1 sont la restauration (emballages, denrées), les activités de bureau (papier, fournitures), les travaux dans les bâtiments, et les activités informatiques et audiovisuelles (Déchets d'équipements électriques et électroniques ou DEEE). En 2020, le Groupe a supprimé les gobelets et bouteilles en plastique, remplacés par des canettes métalliques et des gourdes en verre. En 2023, la consigne a été introduite pour les contenants de restauration rapide. De plus, depuis novembre 2023, les gobelets en carton ont été abandonnés au profit de verres réutilisables dans la Tour, pour encourager les collaborateurs à utiliser leurs propres tasses.

INDICATEUR : QUANTITÉ DE DÉCHETS COLLECTÉS

Site	% couverture CA	Du 01/10/2022 au 30/09/2023	Du 01/10/2021 au 30/09/2022	Du 01/10/2020 au 30/09/2021
Total des déchets alimentaires – Tour/Atrium (<i>en tonnes</i>)	75	76	67	-
Total des déchets – Tour/Atrium (<i>en tonnes</i>)	75	235	357	375
Total des déchets recyclés – Tour/Atrium (<i>en tonnes</i>)	75	171 (69 %)	231 (65 %)	267 (71 %)

Actions pour une alimentation durable et contre le gaspillage alimentaire

TF1 et Bouygues Énergies et Services demandent, par garantie contractuelle avec le prestataire, de privilégier l'achat biologique, local et de saison pour la restauration. Un plat complet biologique, ainsi qu'une option végétarienne sont proposés tous les jours. À l'occasion de la Semaine de l'Engagement 2023, une journée 100 % végétarienne a été mise en place dans les restaurants et cafétérias. Également, un questionnaire sur les habitudes alimentaires des collaborateurs a été réalisé, avec plus de 300 participants, dans le but d'augmenter l'offre végétarienne.

Pour réduire le gaspillage, le Groupe a mis en place les actions suivantes : grammage contractuel par le prestataire (Elior), 2^{ème} portion de pain payante et corbeilles de récupération des condiments non utilisés.

En 2023, le critère d'intéressement RSE a été renouvelé et concerne désormais la réduction des déchets alimentaires au restaurant d'entreprise (voir chapitre 4.2.4.5).

Déploiement d'outils et indicateurs chez Newen Studios

Depuis 2023, Newen Studios s'est engagé dans des initiatives visant la réduction des déchets et de la consommation d'eau grâce à l'installation de fontaines à eau et de machines AUUM servant à limiter la consommation d'eau lors du lavage des verres et à la mise à disposition de verres à tous les étages du siège social de Newen Studios à Paris. Par ailleurs, la mise à disposition d'un frigo connecté avec pots en verre consignés et lavables a permis de réduire significativement la production de déchets d'emballage.

4.1.4.2. Suivi des chantiers de la stratégie climat à horizon 2030
Éco-production
Un engagement historique du Groupe et de Newen Studios

Depuis 2009, le Groupe soutient l'éco-production à travers sa participation à la création puis au développement du collectif Ecoprod, aux côtés de l'Ademe, Audiens, la Commission du film d'Île-de-France, DIRECCTE IDF et France Télévisions. Ce collectif de plus de 200 adhérents aide les professionnels de l'audiovisuel *via* des formations, des études sectorielles et un calculateur carbone.

Le groupe TF1 est représenté aux Comités d'administration et aux assemblées générales d'Ecoprod. En 2023, le groupe TF1 et Newen Studios ont testé la grille d'écocritères d'Ecoprod, dans le cadre de la création du label éco-production. Newen Studios a également initié une démarche d'éco-production sur « Plus belle la vie » depuis 2017.

En 2022, le Groupe s'est engagé dans un contrat climat média auprès de l'ARCOM, pour créer des méthodologies communes de calcul d'empreinte carbone.

Une gouvernance structurée et une feuille de route claire pour Newen Studios

Le Comité *Green* de Newen Studios s'est fixé pour objectif de réduire l'impact carbone des productions et des bâtiments du Groupe, de répondre aux évolutions réglementaires mais aussi aux attentes de ses clients diffuseurs. Le Comité s'appuie sur un Directeur RH et RSE Groupe (membre du COMEX), un *carbon manager*, un alternant Développement Durable, ainsi qu'une dizaine de collaborateurs relais en France. Ceux-ci forment un bureau et permettent de couvrir tous les périmètres d'activité. Ils se réunissent sur une base mensuelle avec Romain Bessi, DG de Newen Studios.

Afin d'accompagner cette démarche et de l'étendre aux différentes équipes de production, Newen Studios a dédié un collaborateur à l'éco-production dès le début de l'année 2023, en lui confiant le rôle de *carbon manager* du Groupe. En 2023, la CPNEF a délivré au *carbon manager* de Newen Studios un certificat de compétences professionnelles en lien avec l'écoresponsabilité. Celui-ci reconnaît sa capacité à déployer une démarche écoresponsable dans sa pratique professionnelle, au sein de la production audiovisuelle et du cinéma. Par ailleurs, une chargée d'éco-production intervient sur les trois séries quotidiennes.

Un poste similaire sera créé début 2024 au sein de TF1, et un cas d'étude est déjà en cours depuis novembre 2023 avec le cabinet Holli pour envisager des actions de décarbonation ou une labellisation Ecoprod de la prochaine saison de *Danse Avec les Stars*.

Embarquement des équipes

Outre son Comité *Green*, Newen Studios a mis en place des actions de formation et de sensibilisation auprès de ses équipes (notamment l'atelier *The Week*) visant à les mobiliser davantage pour réduire son empreinte carbone et intégrer la transition écologique dans les contenus (voir 4.2.4.7).

Les actions du Comité *Green* ont été présentées aux équipes internes lors de la soirée de lancement de la Charte Éco-production fin septembre 2023 et d'un séminaire destiné aux producteurs internationaux en octobre.

Par ailleurs, la formation des collaborateurs du Groupe aux enjeux environnementaux est un levier essentiel pour garantir une prise en compte accrue de la transition écologique dans la conception de nouveaux projets de contenus, détaillés au 4.2.4.7.

Partage des bonnes pratiques d'éco-production

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 déplacements 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 certains tournages et une machine à café en grains à la place de capsules, le compostage des aliments sur certains programmes, la fourniture de gourdes ;
- 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 prochains tournages.

En 2023, Newen Studios a également lancé sa propre Charte d'éco-production, alignée sur les normes d'Ecoprod. Cette charte guide les productions du Groupe, de la conception à la fin du tournage. Au niveau international, les producteurs de Newen Studios adoptent désormais automatiquement ces pratiques, incluant le recrutement de *carbon managers* indépendants pour des productions spécifiques.

Mesure de l'empreinte carbone des productions

Les filiales internes de production, TF1 Production et TF1 Factory, ont collaboré avec Newen Studios et la Direction RSE du Groupe pour améliorer le calculateur carbone « Carbon'Clap ». TF1 Production et Newen Studios ont continué à mesurer leur empreinte tous les trimestres, en particulier sur les quotidiennes *Ici tout commence* et *Demain nous appartient*. Elles représentent en effet de véritables laboratoires d'expérimentation et permettent de travailler sur des actions d'éco-production concrètes (meilleure gestion des déchets, des déplacements, etc.).

En 2023, la Direction de l'Innovation de TF1 a également soutenu la start-up DK, qui cherche à créer un outil de mesure de l'impact carbone des campagnes publicitaires TV. Par ailleurs, chaque nouvelle demande d'aide du CNC se doit d'être soumise à une évaluation de l'empreinte carbone de la production, réalisée à partir d'outils homologués par l'organisme.

Depuis mai 2023, le groupe TF1 intègre également une clause d'éco-production dans tous les contrats d'achats de programmes afin de responsabiliser les producteurs tiers et récupérer leurs bilans carbone sur une boîte mail dédiée. Il organise des rendez-vous dédiés avec ses principaux partenaires sur les sujets d'éco-production.

Côté Newen Studios, le bilan carbone prévisionnel permet de définir le périmètre d'impact et de construire un plan d'action.

Parmi les éléments incontournables du plan d'action :

- la mobilité : le train est désormais le mode de transport par défaut dans l'Hexagone, et le recours aux trajets en avion diminue ;
- les ressources et déchets : réduction et tri des déchets sur les sites ;
- la restauration : recherche d'options locales et/ou végétariennes ;
- l'énergie : privilégier la sobriété et des options renouvelables.

À la fin du tournage, le bilan de l'éco-production inclut le recensement des actions mises en place, la mesure de leur impact environnemental et financier ainsi que l'analyse du différentiel entre bilan carbone prévisionnel et définitif. La communication sur la démarche est aussi essentielle à travers le partage du bilan avec toutes les parties. Le Comité *Green* regroupe ainsi les bilans, documents de travail et suggestions d'actions pour tirer ensuite les meilleurs enseignements pour les futures productions.

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.

Depuis 2022, Blue Spirit dédie au sein de ses studios à Angoulême, une personne responsable aux méthodologies et de l'amélioration des processus de calculs, qui représentent à ce jour la plus grosse part de la consommation énergétique de l'animation.

Objectifs de réduction de l'impact carbone de Newen Studios

Sur la base du bilan carbone effectué par Workflowers, Newen Studios s'est engagé à réduire sur le périmètre France son impact carbone de 30 % par rapport à 2020.

Pour atteindre ces objectifs, six axes de travail ont été définis dans le plan d'action :

- 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.

Participation aux dialogues interprofessionnels

Outre la sortie du label Ecoprod, l'année 2023 a été marquée par l'association Ecoprod par :

- la refonte du calculateur carbone Carbon'Clap et son homologation par le CNC ;
- la 2^{ème} édition des Assises de l'éco-production en décembre 2023, au cours de laquelle de nombreux groupes média diffuseurs, dont le groupe TF1, ont pu partager leurs engagements et leur volonté d'avancer ensemble ;
- la poursuite des formations destinées aux professionnels du secteur ;
- la sortie du « Guide des Tournages en Milieux Naturels » et du « Guide de l'animation éco-responsable » ;
- un nouveau chantier autour de l'harmonisation de la méthodologie de calcul de l'impact carbone des diffuseurs.

Par ailleurs, Christophe Sommet, Directeur du pôle Thématiques du Groupe, et Serge Ladron de Guevara, *Carbon Manager* chez Newen Studios, sont membres du Conseil d'Administration du média Club'green. L'association contribue à accélérer la transition environnementale du secteur audiovisuel. Elle œuvre *via* l'axe éditorial pour une meilleure prise en compte des enjeux écologiques dans la création et la diffusion des contenus.

Newen Studios a également participé en 2023 à une étude menée par le CNC sur le diagnostic environnemental des studios de tournage en France, sur le site de tournage de *Demain nous appartient* et l'ensemble de la postproduction :

- audit énergétique des données des bâtiments, de leurs équipements et des espaces extérieurs de tournage permettant 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 ;
- étude des mobilités.

Ce diagnostic permettra d'identifier des pistes pour améliorer l'empreinte carbone, réduire les déchets mais aussi établir des recommandations pour l'ensemble de la filière tournage.

Newen Studios France a également 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 CNC pour les œuvres audiovisuelles et cinématographiques.

Reconnaissance des efforts fournis en matière d'éco-production

Newen Studios a obtenu le prix Label Ecoprod Pionnier avec « Askip », série produite par Amsto (label du groupe Newen Studios), pour Okoo, la plateforme pour enfants de France Télévisions. Ce prix est élaboré sur la base du référentiel commun d'Ecoprod, pensé comme un outil de pilotage permettant d'établir le score d'éco-production d'une œuvre audiovisuelle.

Numérique responsable

Rénovation des *data centers*

Le groupe TF1 construit deux nouveaux *data centers* qui seront pleinement opérationnels en 2024, et viendront progressivement remplacer les salles techniques dédiées à la production et diffusion audiovisuelle du Groupe. L'objectif est bien de renouveler les installations actuelles par des équipements nouvelle génération moins énergivores et de réduire leur encombrement. Le déploiement de technologies de climatisation innovantes constitue un des points importants : elles comprennent la récupération de la chaleur pour chauffer le bâtiment et un système de *free cooling*. Ces corridors froids permettent une efficacité plus importante en termes de traitement du refroidissement des équipements.

Plan d'action Digital – Empreinte carbone

En 2023, les équipes de la plateforme MYTF1 ont continué leur programme de réduction de l'empreinte carbone initié en 2021. Plusieurs initiatives ont été identifiées et réalisées :

- réduction de la dette technique, des infrastructures obsolètes ;
- optimisation des flux vidéo ;
- forte réduction des requêtes pour les applications ;
- purge des données obsolètes.

Par ailleurs, à l'occasion du lancement de la plateforme de *streaming* TF1+ début janvier 2024, les enjeux de sobriété numérique ont été intégrés dès le développement en 2023. D'autres leviers ont été identifiés pour 2024 et seront également mis en œuvre :

- réduction du nombre d'encodage réalisé pour chaque fichier vidéo ;
- promotion du réseau Wifi lorsqu'il est disponible ;
- création d'une rubrique sur la sobriété numérique accessible au sein du site ;
- permettre à l'utilisateur de choisir sa qualité vidéo et la réduire (vidéo basse définition par défaut sur les applications mobile, tablette et web) ;
- actions CRM vers les utilisateurs afin de les informer des options disponibles.

Impact environnemental du montage vidéo à la MediaFactory

En 2021, la MediaFactory a modernisé ses salles de montage en regroupant son activité dans dix salles MediaRoom, réduisant ainsi son empreinte à 130 m². Cette initiative a permis de baisser les consommations électriques et d'améliorer la gestion des équipements.

L'impact carbone d'une journée de montage a été évalué en comparant les installations MediaRoom aux mesures théoriques des constructeurs d'une solution SaaS, *cloud* et distribuée de la start-up Flaneer. Cette démarche a beaucoup appris à la Direction des Technologies notamment sur les biais s'agissant du *cloud computing*. En parallèle, des mesures de consommation ont été effectuées, corrélant les travaux de montage à la consommation électrique des MediaRoom. Un indicateur a été établi pour huit heures de montage avec les logiciels de montage Adobe Premiere et After Effect, comparé à la solution Flaneer.

Implication des collaborateurs de la Direction des Technologies

Fin 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. En 2023, 76 % des équipes ont été formées sur la sobriété numérique, et un tableau de bord dédié aux indicateurs RH et RSE a été mis en place dans la Direction des Technologies.

Initiatives collectives

Planet Tech'Care

Le groupe TF1 a adhéré au manifeste Planet Tech'Care. En tant que signataire, le Groupe 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 la réduire. Les collaborateurs concernés par ces démarches sont invités depuis 2020 à participer aux ateliers proposés par Planet Tech'Care.

Comité Green IT Bouygues

Un Comité *Green IT* Bouygues, dans lequel siège un référent TF1, 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.

Optimisation de l'usage du numérique dans les processus de production de Newen Studios

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 ont fait 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.

Décarbonation des achats

Les achats de biens et de services (hors achats de programmes) ont un impact majeur dans l'empreinte carbone du groupe TF1. Le Groupe cherche ainsi à identifier des leviers de réduction de l'impact carbone des achats, en intégrant des critères environnementaux pour les achats prioritaires. La Direction des Technologies a déjà intégré certains de ces critères, notamment sur les consommations énergétiques des équipements achetés.

En 2022, la Direction des Achats a été accompagnée par le cabinet BuyYourWay pour initier la décarbonation des achats dans le Groupe. Cette mission avait pour objectif :

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

Principales actions menées

Huit familles d'achats ont ainsi été identifiées comme prioritaires. Elles font l'objet d'une trajectoire de décarbonation, à l'aide d'outils de suivi d'impact.



La cartographie des familles d'achats prioritaires a par ailleurs contribué au plan d'action global « vigilance des sociétés mères » mené par Bouygues en 2023.

Depuis 2022, la DAC a également engagé prioritairement 70 fournisseurs (représentant 33 % de l'empreinte carbone des achats hors programmes), parmi lesquels 57 ont signé une clause contractuelle (« clause carbone »). Celle-ci implique le suivi de la démarche de réduction d'empreinte carbone au fur et à mesure de la relation contractuelle. TF1 a sollicité la contribution de ces fournisseurs afin d'obtenir des données qualitatives et quantitatives sur les prestations et produits commandés. L'objectif est d'intégrer ces données réelles de manière incrémentielle pour les prochains exercices de calcul de l'impact carbone du Groupe.

Un premier bilan a été établi permettant d'évaluer la maturité de ces fournisseurs :

- 34 % des fournisseurs n'ont pas encore de démarche structurée et ne mesurent pas l'empreinte carbone de leurs activités ;
- 10 % sont aux premiers stades du processus de gestion carbone (mesure des scopes 1 et 2) ;
- 12 % n'ont pas d'objectif de réduction ou des objectifs partiels sur les scopes 1 et 2 ;

- 25 % ont mis en place des plans d'actions intégrant certaines catégories du scope 3 ;
- 14 % ont une stratégie de décarbonation, des initiatives spécifiques et un processus de gouvernance ;
- 5 % sont très matures et en capacité de produire l'empreinte carbone du service ou de certains produits.

En parallèle, après la formation des acheteurs de la DAC en 2022, plus de 120 collaborateurs responsables de décisions d'achats ont été sensibilisés à la décarbonation des achats en 2023.

Autres chantiers

Mobilité

Le Groupe cherche à réduire l'impact carbone des déplacements des collaborateurs, *via* plusieurs actions :

- un plan de déplacement depuis 2010 et un accord sur le télétravail depuis 2018 ;
- pour les voitures de fonction et de reportage, des plafonnements d'émissions de CO₂ (130 g/km) et des incitations au choix de véhicules plus propres depuis 2021. Fin 2023, le groupe TF1 a atteint son objectif d'avoir un parc de véhicules de reportage et de voitures de fonction 100 % hybrides ou électriques ;
- l'accès à un crédit mobilité pour les collaborateurs possédant une voiture de fonction, depuis 2021 ;
- la mise à disposition de cinq véhicules électriques citadins ;
- l'ajout de 29 places de rechargement supplémentaires pour voitures électriques en 2023 et la création d'une zone réservée à la mobilité douce (vélos et trottinettes) ;
- l'accès à plusieurs avantages pour les collaborateurs pour l'achat d'un nouveau vélo urbain, depuis 2020.

Depuis 2021, le groupe TF1 déploie par ailleurs le Forfait Mobilité Durable pour inciter les collaborateurs à utiliser des mobilités douces. En 2023, plus de 180 collaborateurs ont profité de ce forfait.

En juin 2023, cette démarche a été lancée par Newen Studios, avec trois formules :

- un forfait mobilité durable avec un budget de 300 euros utilisable pour les transports compatibles (comme le vélo ou trottinette) et leurs éventuels achats/ réparations ;
- un forfait mix mobilité durable avec un budget de 140 euros et le remboursement de 55 % de l'abonnement Navigo ;
- un forfait Navigo avec une prise en charge à 65 %.

Pour ses salariés parisiens, Newen Studios a également organisé une journée « Tous à vélo » avec une présentation du forfait mobilité durable et des ateliers. À l'international, l'entité belge de Newen Studios, De Mensen, a organisé un challenge vélo collaboratif pour inciter ses collaborateurs à venir plus régulièrement au bureau à vélo.

Sobriété énergétique

ISO 50001

Dans le cadre de la certification ISO 50001, le groupe TF1 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.

OBJECTIF 2025

- 35 % des consommations énergétiques du Groupe

La certification ISO 50001 de la tour TF1 est valide jusqu'en juillet 2024 (date à laquelle un audit de renouvellement aura lieu) 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 avaient 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'installation de panneaux solaires.

Par ailleurs, des mesures encore plus rigoureuses avaient 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. L'ensemble de ces mesures a été déployé courant 2023, y compris l'installation de panneaux solaires sur l'aile Sud du siège de la Tour TF1, permettant ainsi la production de 19 MWh depuis juillet 2023.

Recours aux énergies renouvelables

Pour la haute tension, TF1 a renouvelé en 2021 pour application de 2022 à 2024 un contrat EDF avec une option « énergie renouvelable ». Le Groupe a également renouvelé, pour la basse tension, le contrat avec le fournisseur Enercoop pour les années 2022 à 2024. 100 % des consommations électriques de la Tour et l'Atrium sont donc d'origine renouvelable.

L'énergie consommée par TMC est également issue d'un contrat d'énergie verte.

Par ailleurs, depuis 2017, une voile photovoltaïque d'une surface de 1 000 m² épouse la forme arrondie de l'Auditorium Patrick Devedjian de La Seine Musicale et se déplace sur des rails pour suivre la course du soleil d'Est en Ouest. Ce geste architectural a une double vertu : d'une part, être un obstacle au rayonnement solaire en protégeant la salle de spectacle de l'ensoleillement direct et d'autre part, participer à la production d'électricité. Ainsi, plus de 50 000 kWh 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.

Zoom sur la performance environnementale du siège social de Newen Studios

Newen Studios France s'est rapproché du bailleur de son nouveau siège social à Paris dans lequel les équipes se sont installées en 2022 pour bénéficier d'un immeuble à très haute performance énergétique. La certification BREEAM (*Building Research Establishment Environmental Assessment Method*) est en cours d'obtention. Le bâtiment de Montigny-Le Bretonneux est certifié BREEAM In-Use.

En plus de la certification BREEAM, Newen Studios s'engage dans l'obtention du label Biodiversity pour son siège. Le but de ce label est d'établir une typologie d'actions pour améliorer la biodiversité et l'usage des espaces extérieurs.

Un Comité *Biodiversity* s'est tenu en avril 2023 en présence du propriétaire, d'un représentant du label, des jardiniers de l'immeuble et du Comité *Green*, et une charte d'engagement est en cours de signature pour l'obtention du label. La typologie d'actions de protection et restauration de la biodiversité sera définie courant 2024.

Le nouveau bâtiment de Blue Spirit

La société Blue Spirit s'est installée en janvier 2023 dans un nouveau bâtiment à Angoulême. La production de calories par la forte densité d'ordinateurs, écrans, et collaborateurs est presque suffisante pour assurer les besoins de chauffage annuels. Le projet est donc énergétiquement pensé en déphasage, c'est-à-dire de façon à 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.

Biodiversité

Les activités menées dans les sièges sociaux du groupe TF1 ne génèrent pas de risques directs pour la biodiversité. Néanmoins, l'impact indirect du Groupe sur la biodiversité se manifeste notamment à travers l'utilisation 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 ». 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'est ainsi engagé, à travers la chaîne Ushuaïa TV :

- à diffuser un cycle par an, 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 2023, 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 35 % des programmes de la grille. Parmi ces contenus, on retrouve des programmes comme la série documentaire « Les secrets de l'évolution », une plongée dans le biomimétisme, « Paris, ville nature », une exploration de la nature à Paris, ou encore « La vase source de vies ». La chaîne a également dédié certains mois de l'année à des thématiques liées à la biodiversité, notamment le mois de l'intelligence animale en février, le mois des oiseaux en avril et le mois des océans en juin.

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.

4.2. ENJEUX MAJEURS SOCIAUX ET SOCIÉTAUX

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, My Little Paris, Magnetism et Newen Studios. La part des effectifs couverte mentionnée dans l'ensemble de ce chapitre correspond au périmètre de la donnée 2023. Les indicateurs de ce volet social et sociétal peuvent être proposés sur quatre périmètres différents, exprimés en pourcentage des effectifs totaux :

- 100 % : Monde ;
- 84,2 % : France ;
- 71,1 % : France CDI ;
- 70,5 % : France CDI hors contrats suspendus.

À noter que les indicateurs sur les CDD comprennent également les contrats d'apprentissage et de professionnalisation. Les collaborateurs intermittents ne sont pas pris en compte dans les indicateurs sociaux et sociétaux, sauf pour le calcul du taux d'intermittence et de la formation des non-permanents.

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

Période

Du 1^{er} janvier 2023 au 31 décembre 2023.

4.2.1. ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES

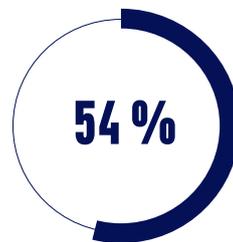
Convaincu que l'égalité entre les femmes et les hommes contribue à la performance collective, le groupe TF1 défend et promeut la mixité dans ses contenus, sa gouvernance et ses parcours professionnels.

4.2.1.1. Représentation des femmes dans les contenus

Mesure et valorisation de la représentation des femmes dans l'information

TF1

Depuis 2016, le Groupe s'engage à accroître la présence des femmes expertes dans l'information, visant progressivement la parité dans les éditions de la chaîne TF1. Le Groupe veille également à la représentation des femmes dans tous les sujets au sein des journaux télévisés. En 2023, les femmes expertes représentaient 54 % des experts invités dans les journaux télévisés de TF1.



■ d'expertes invitées dans les journaux télévisés de TF1

Depuis 2021, une étude mensuelle sur la place des femmes dans l'information est également réalisée pour mieux suivre les indicateurs et sensibiliser les rédactions.

INDICATEUR : PART DES FEMMES DANS LES JOURNAUX TÉLÉVISÉS DE TF1

	2023	2022*	2021
Femmes expertes sur les plateaux	54 %	53 %	44 %
Femmes dans les sujets des journaux télévisés	42 %	42 %	41 %
Expertes non TF1 dans les sujets des journaux télévisés	44 %	38 %	28 %

* Données internes pour l'année 2023 (hors août), incluant les JT 13h, 20h, Week-End, et les éditions spéciales.

LCI

LCI s'est engagé auprès de l'ARCOM à accroître la présence féminine en plateau, et s'efforce d'atteindre progressivement la parité pour les invités politiques. L'ARCOM évalue la réalisation de cet engagement au regard des réalités du paysage politique et du respect des temps d'intervention des personnalités politiques.

INDICATEUR : PART DES FEMMES DANS LES JOURNAUX TÉLÉVISÉS DE LCI

	2023	2022
Représentation globale des femmes	45 %	44 %
Présentatrices/animatrices	52 %	-
Chroniqueuses/journalistes	50 %	-
Expertes	40 %	36 %
Invitées politiques	39 %	41 %
Autres intervenantes	40 %	35 %

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

En 2023, la 3^{ème} édition du programme a réuni 15 expertes issues de secteurs variés (santé, recherche médicale, défense, justice, police et géopolitique). L'objectif étant d'accompagner les femmes expertes en les formant aux besoins des rédactions et de renforcer leur présence dans les journaux télévisés de TF1 et LCI. Marrainée par la biographe et académicienne Dominique Bona, la promotion 2023 a suivi un programme complet incluant *coaching*, *media training* et rencontres inspirantes.

« Expertes à la Une – Saison 3 » a remporté le Prix Or et le Prix Coup de Cœur du Jury dans la catégorie Politique de parité homme-femme au Grand Prix de la Responsabilité des Médias. Une nouvelle édition sera proposée en 2024.

Le podcast Expertes à la Une

Le programme a également été décliné sous forme de podcasts produits par la rédaction de TF1/TF1Info et animés par Christelle Chiroux. À date, 43 femmes ont été interviewées, dont Valérie Masson Delmotte (paléoclimatologue et co-Présidente du GIEC), Heidi Sevestre (glaciologue), Nantenin Keita (athlète paralympique), et Laura Chaubard (Directrice de l'École polytechnique).

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 répertorie des femmes expertes destinées à intervenir dans les médias. Ce soutien financier vise à enrichir la base d'expertes accessibles, contribuant ainsi à améliorer la représentation de l'expertise féminine dans les éditions.

Valorisation de la place de la femme dans les autres contenus

Les Héroïnes hors info

Magazines et documentaires

La chaîne TMC a mis en avant les thématiques de l'égalité entre les femmes et les hommes à travers des chroniques, magazines et documentaires diffusés en *prime time*.

Dans sa chronique de l'émission *Quotidien*, Maia Mazaurette aborde régulièrement l'égalité et la lutte contre les violences sexistes et sexuelles. Elle a également réalisé *Désir : au cœur du sexe féminin*, premier documentaire consacré au sexe féminin diffusé en *prime time* à la télévision française. La chaîne a également rediffusé deux autres documentaires réalisés par Maia Mazaurette (*Désirs : ce que veulent les femmes*, *Désirs : ce que veulent les hommes*). Enfin, le documentaire de Martin Weill, *Séoul : la fabrique du cool*, met en avant la montée du féminisme en Corée.

De son côté, la chaîne TFX contribue également à changer les représentations. Ainsi, l'équipe de l'émission *Cleaners, les experts du ménage*, est composée d'autant d'hommes que de femmes.

En 2023, Histoire TV a proposé à ses téléspectateurs des documentaires sur des figures qui ont marqué l'histoire du féminisme :

- « Gisèle Halimi, la cause des femmes », le portrait de la célèbre avocate engagée pour l'évolution des droits des femmes ;
- à l'occasion du centenaire de sa mort, « Sarah Bernhardt, à corps perdu », le portrait de la « divine » qui a exploré sans tabou sa liberté ;
- « Violette Morris, sans contrefaçon », le portrait de cette sportive française multimédaillée, qui a provoqué de nombreux débats à l'époque sur la place des femmes.

Séries et fictions

Le groupe TF1 adopte une position volontariste autour de la présence et de la valorisation des femmes dans ses fictions.

Ainsi, la Direction artistique de la fiction veille à une juste représentation des femmes dans ses programmes et à la mise en avant d'héroïnes fortes.

Sur TF1, en *prime time*, plusieurs fictions mettent en avant des héroïnes emblématiques à l'image de :

- *Master Crimes*, dans laquelle Muriel Robin interprète une professeure brillante qui résout des enquêtes avec ses étudiants ;
- *HPI*, dans laquelle Audrey Fleuret incarne une femme aux capacités intellectuelles extraordinaires qui devient consultante pour la police ;
- *Je te promets*, qui aborde l'équilibre vie personnelle et professionnelle au sein du couple ;
- *Les randonneuses*, qui met en avant le combat de femmes et le dépassement de soi malgré la maladie.

TF1 met également en avant les femmes dans ses feuilletons quotidiens tel qu' *Ici tout commence*, avec des héroïnes récurrentes cheffes de brigade.

Connect, filiale de Newen Studios, a conclu un accord en 2022 avec Imaginarium Productions pour codévelopper et distribuer *Madame !*, une série créée et réalisée par Andy Serkis. La série explore 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.

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

- *Candice Renoir*, dans laquelle le personnage principal incarne un commandant de police qui doit concilier sa vie de policière et de mère de famille avec quatre enfants ;
- *Mademoiselle Holmes*, sur la petite fille de Sherlock Holmes, qui devrait être diffusée début 2024 ;
- *Marie-Antoinette*, deuxième saison de la série Canal+ en cours de production.

Flux

Dans le programme phare *Star Academy*, TF1 met les femmes à l'honneur au sein du corps professoral (Adeline Toniutti, Cécile Chaduteau, Malika Benjelloun, Lucie Bernardoni et Marlène Schaff).

La chaîne TFX a également proposé cette année le nouveau programme *Time to love : la roue de l'amour*. Dans cette expérience inédite, qui donne aux femmes le contrôle de leur destin amoureux, cinq candidates tentent de trouver l'amour en s'affranchissant des critères physiques et des injonctions à la beauté parfaite.

Jeunesse

TF1 co-finance et diffuse dans sa case jeunesse depuis 2021 le programme d'animation *Chouette pas chouette* lancé à l'initiative de Make.org pour sensibiliser le jeune public aux stéréotypes de genre. Des héroïnes sont également largement présentes dans les programmes jeunesse, comme *Miraculous* ou *Droners*.

Sport féminin

En 2023, les antennes du Groupe ont mis en avant le sport féminin avec la retransmission des compétitions sportives :

- le championnat du monde féminin de handball, diffusé en décembre 2023 en *prime time* sur TFX ;
- la compétition internationale de rugby féminin WXV. C'est la première édition de cette compétition, créée en 2023, qui a été retransmise sur les antennes du groupe TF1.

Par ailleurs, le groupe TF1 a acquis en exclusivité les droits pour l'UEFA Euro Féminin 2025 et la Coupe du Monde Féminine de Rugby 2025.

En 2023, le groupe TF1 s'est 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, à travers des reportages dans le JT de TF1, un reportage dans l'émission *Téléfoot*, la diffusion de « Vis ma vie » et d'un reportage consacrés au sport féminin sur LCI, etc. En outre, la Coupe du Monde

4.2.1.2. Égalité femmes-hommes au sein du Groupe**Promotion de la mixité à tous les niveaux hiérarchiques de l'entreprise**

La politique volontariste du Groupe en matière de mixité a permis une meilleure représentation des femmes à tous les niveaux, jusqu'aux instances de gouvernance.

Une année d'avancées majeures pour une représentation équilibrée entre les femmes et les hommes au sein des instances de direction

Fin 2023, le Comité Exécutif du Groupe compte 10 membres (hors mandataire social) dont 50 % de femmes (comparé à 25 % en 2022). Le Comité de Direction Générale est quant à lui constitué de 41 membres, dont 46 % de femmes. Ainsi, l'objectif du Groupe d'atteindre 40 % de femmes d'ici 2025 dans ces deux instances, a donc déjà été atteint en 2023.

de Rugby Masculine 2023 était incarnée par Isabelle Ithurburu, qui présentait après chaque match le *Mag de la Coupe du monde* avec cinq autres journalistes et experts, dont deux femmes.

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

Le groupe TF1 et Newen Studios sont engagés dans la lutte contre les violences faites aux femmes, le sexisme et le harcèlement sexuel *via* les contenus diffusés et produits.

Événements spéciaux

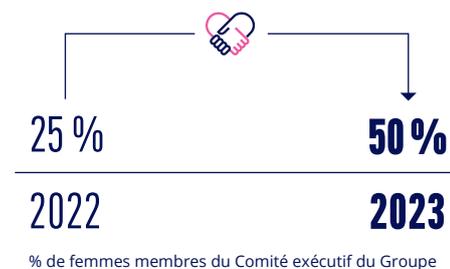
À l'occasion de la Journée internationale de lutte contre les violences faites aux femmes, les chaînes du Groupe se sont toutes mobilisées. TMC a par exemple diffusé en *prime time* le court-métrage inédit *Temps attendu*, écrit et réalisé par la comédienne et réalisatrice Eden Ducourant. Le film illustre les violences verbales et physiques envers une femme en public, incitant à la reconnaissance des signaux et à l'action des témoins.

Séries et fictions

En juin 2023, TF1 a diffusé en *prime-time* un long-métrage abordant les violences conjugales : *Entre ses mains*. Dans les séries d'acquisitions étrangères, les héroïnes féminines sont mises en avant à travers des thèmes engageants. Par exemple, dans *Grey's Anatomy*, une clinique itinérante pratique l'IVG en réaction à la révocation de l'arrêt rendu par la Cour suprême des États-Unis *Roe v. Wade* (diffusé d'avril à juin 2023).

Magazines et documentaires

Sur TMC, dans sa chronique de l'émission *Quotidien*, « La Zone Mazaurette », Maia Mazaurette a régulièrement abordé les thématiques de l'égalité et de la lutte contre les violences sexistes et sexuelles.



Cette avancée significative au sommet de l'organisation influence positivement l'égalité femmes-hommes aux autres niveaux hiérarchiques. La Direction veille également à la bonne représentativité des hommes et des femmes auprès des différents niveaux de management. Ainsi, le Comité Management regroupant les 160 principaux managers, est composé à 48 % de femmes.

La poursuite des actions pour accompagner et développer les opportunités d'évolution professionnelle des femmes dans l'entreprise

Au 31 décembre 2023, le Groupe est constitué de 56 % de femmes et 56 % de femmes cadres.

INDICATEUR : RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR SEXE

Répartition des effectifs par sexe au 31/12 (Périmètre : Monde, CDI et CDD)	% couverture/ effectifs	2023	2022	2021
Femmes	100	56,2 %	56,4 %	55,9 %
Hommes	100	43,8 %	43,6 %	44,1 %

INDICATEUR : PART DES EFFECTIFS FÉMININS PAR STATUT

Au 31/12 (Périmètre : Monde, CDI et CDD)	% couverture/ effectifs	2023	2022	2021
% de femmes parmi les ETAM*	100	59,2 %	59,5 %	59,4 %
% de femmes parmi les cadres	100	56,2 %	56,5 %	56,5 %
% de femmes parmi les journalistes	100	51,0 %	52,0 %	47,3 %

* 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	2023	2022	2021
% de femmes dans le Comité Management (top management)	84,2	47,8 %	48,3 %	47,3 %
% de femmes dans l'ensemble du management senior (chefs de service C5 et +)	84,2	46,4 %	48,1 %	48,8 %
% de femmes dans les talents clés du Groupe	84,2	51,5 %	50,0 %	52,7 %*

* 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.

Les scores d'index d'égalité femmes-hommes pour 2023, publiés en mars 2024 témoignent de l'engagement du Groupe en matière d'égalité. Les notes ci-dessous tiennent compte de l'écart de rémunération, de la répartition des augmentations individuelles, la répartition des promotions, du nombre d'augmentations effectuées au retour de congé maternité et de la présence de femmes dans les dix plus hautes rémunérations.

- TF1 SA : 90 vs 85 en 2022 ;
- TF1 Pub : 97 vs 96 en 2022 ;
- TF1 Production : 97 vs 93 en 2022 ;
- LCI : 92 vs 90 en 2022 ;
- e-TF1 : 85 vs 88 en 2022 ;
- Newen Studios : 97 vs 78 en 2022

Par ailleurs, le Groupe déploie des programmes et parcours divers afin d'accompagner les évolutions de carrière des femmes dans l'entreprise. En 2023 :

- les programmes de développement des jeunes talents du Groupe, One's et Comete's ont compté respectivement 56 % et 53 % de femmes ;
- le programme *Leadership au Féminin* a bénéficié à 20 collaboratrices, portant à 210 femmes le nombre total de femmes formées. Ce programme collectif vise à éveiller la conscience du leadership individuel ;
- 25 collaboratrices ont suivi un programme de *speed coaching* de 3 heures, répondant ainsi à des demandes spécifiques d'accompagnement individuel ;
- 9 cadres dirigeantes ont bénéficié d'un programme d'accompagnement privilégié de deux ans, destiné à faciliter leur développement et favoriser leur accession à des postes à haute responsabilité ;
- parmi les différents programmes de *mentoring* proposés aux collaborateurs du groupe TF1, 76 % des participants sont des femmes.

Le groupe TF1 conduit également des actions de sensibilisation, de pédagogie et de dialogue par le biais du réseau mixité Fifty-Fifty. Créé en 2015, ce réseau mixte compte aujourd'hui 487 membres dont 25 % d'hommes. Les actions menées en 2023 ont visé la sensibilisation des managers, les échanges sur les liens entre mixité et performance et l'identification de leviers pour améliorer la diversité au sein de l'entreprise. Depuis 2022, Fifty-Fifty a élargi son champ d'intervention aux questions LGBT+ et organisé plusieurs événements dédiés. Fifty-Fifty fait également partie intégrante des réseaux « Mixité en Seine » et B.Together au sein du groupe Bouygues. Ces réseaux soutiennent des initiatives telles que des programmes de mentoring croisés, des campagnes de sensibilisation et des ateliers de développement.

Le Groupe s'engage à promouvoir l'égalité entre femmes et hommes dans leur quotidien professionnel

L'équité salariale

Lors des Revues annuelles Individuelles de Salaires (RIS), le Groupe se focalise sur l'équité salariale et la promotion des femmes, particulièrement aux postes de managers. En 2023, lors de la campagne RIS, 7,2 % des collaboratrices ont été promues, dépassant la moyenne totale de 6 % tous collaborateurs confondus. De plus, 90 % des femmes ont bénéficié d'une augmentation, prime ou promotion.

Par ailleurs, lors des recrutements, au moins une femme est positionnée en *short-list* pour tout poste de manager et journaliste.

Le soutien à la parentalité

Le groupe TF1, signataire de la Charte de la Parentalité depuis 2016, a adopté des mesures concrètes pour l'équilibre vie professionnelle et vie personnelle. Dès 2020, le Groupe a étendu à quatre semaines rémunérées le congé d'accueil du second parent, anticipant ainsi la législation gouvernementale.

De nouvelles ambitions pour aller plus loin et affirmer la position de leader du Groupe en matière de mixité

Adapter les objectifs de mixité au plan stratégique du Groupe

Le Groupe a lancé un ambitieux plan de recrutement de femmes dans les métiers de l'informatique. Il implique des actions ciblées des managers et un partenariat avec 50in tech, dédié à l'accompagnement des femmes dans leur carrière. L'objectif de 22 % sur le groupe TF1 (hors Newen Studios) fixé en début d'année a été largement dépassé, avec 36 % de femmes recrutées dans ces métiers en 2023.

36 % de femmes recrutées dans les métiers de la tech

Décliner les objectifs mixité au sein des entités

En 2023, le Groupe a fixé des objectifs RSE à ses collaborateurs, représentant au moins 10 % de leur rémunération variable, et 17,5 % de ces objectifs fixés étaient spécifiquement liés à l'égalité femmes-hommes. En ce sens, les managers concernés seront ré-évalués en 2024 sur des objectifs en lien avec les ambitions de mixité en interne et sur les antennes.

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

Le groupe TF1, signataire de #StOpE et de la Charte Pour les Femmes dans les Médias (PFDM), mène des actions de sensibilisation contre le sexisme et les stéréotypes :

- mise en place d'un dispositif d'alerte et d'un processus d'enquête pour harcèlement ou violence ;
- mise en place d'un dispositif d'écoute externalisé « Allodiscrim » ;
- désignation, formation et mise en avant d'un réseau de référents harcèlement ;
- mise en place d'une cellule psychologique dédiée ;
- interventions auprès des collaborateurs sur les enjeux du sexisme au travail et ses possibles dérives ;
- partage d'une plaquette dédiée et communications internes digitales.

En 2023, deux actions phares ont permis au Groupe de renforcer ses engagements :

1. une session de formation « Agissement sexistes et harcèlement en entreprise » pour les référents harcèlements ;
2. un *e-learning* obligatoire pour l'ensemble des salariés du Groupe.

Newen Studios a également renouvelé son soutien à la Charte PFDM en 2023, et des sessions régulières de formation et de sensibilisation sont organisées pour les équipes de production, techniques et du siège concernant le harcèlement, les agissements sexistes et les violences au travail. Depuis 2019, la cellule d'écoute « Allodiscrim » est ouverte à tous les collaborateurs.

Enfin, depuis 2020, des managers ont été formés au « Management inclusif » pour prévenir les stéréotypes et bâtir un cadre de travail plus respectueux et inclusif. Ce module est devenu accessible à tous les collaborateurs en 2023.

Suivi du dispositif mis en place

En 2023, cinq enquêtes ont été menées 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, tous ayant donné lieu à une sanction.

4.2.1.3. Partenariats

Pour les femmes dans les médias

Le groupe TF1 et Newen Studios sont signataires en 2022 de la Charte « Parité mode d'emploi » de l'association PFDM « Pour les Femmes dans les Médias ». Composée de plus de 150 femmes dirigeantes dans les médias, cette association a pour mission de faire avancer la place des femmes dans ce secteur, aussi bien dans la hiérarchie que sur les antennes en mettant en place des projets concrets tels qu'un baromètre sur la diversité et l'inclusion dans les secteurs de la culture et des médias, paru en décembre 2023.

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 aux échanges sur la place des femmes dans la société. En 2023, Marie Aline Meliyi journaliste à LCI, a animé une conférence sur l'impact de la guerre et des conflits dans l'éducation des jeunes filles.

Assises de la Parité

En juin 2023, le groupe TF1 a également apporté son soutien aux Assises de la parité sur le thème de la « Transformation » en renforçant la visibilité de l'événement sur l'ensemble de ses canaux de communication sur LCI et TF1 Info. À cette occasion, Rodolphe Belmer, Président Directeur Général du groupe TF1 est intervenu aux côtés d'autres dirigeants sur la question des médias et leurs approches de la parité.

Les Femmes s'Animent

Depuis 2021, 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.

4.2.2. INCLUSION

En 2023, TF1 a mis l'inclusion au cœur de ses préoccupations, à travers les nombreux contenus représentant la société dans sa diversité et prônant l'inclusion, et en interne avec par exemple le déploiement d'une formation sur le management inclusif, destinée à changer le regard sur le handicap. De son côté, Newen

La puissance du lien

La Puissance du lien est une association fondée en 2023 par Élisabeth Moreno, ancienne ministre et dirigeante d'entreprise, qui célèbre et renforce les liens humains dans toute leur singularité et diversité. Grâce à des événements, des ateliers et un programme de mentorat, l'association dont le groupe TF1 est partenaire, a pour mission d'agir en faveur de toutes les représentations liées au genre, à l'âge ou l'ethnie, tout en inspirant et valorisant la confiance des femmes et des hommes de tous horizons à travers un réseau de parrains et marraines dont Alisson Tassin et Marie-Aline Meliyi, deux journalistes de TF1 et LCI.

Studios a mis en place des initiatives en interne et dans les contenus, notamment à travers son Comité Diversité et Inclusion. Les deux groupes favorisent également l'accès à la formation et à l'emploi pour les jeunes talents issus de la diversité.

4.2.2.1. Diversité des origines ethniques et sociales

Reflet de la diversité de la société dans les contenus

Le groupe TF1 s'efforce de refléter la diversité de la société, en évitant les stéréotypes, tant sur ses antennes que sur le digital. Chaque année, des engagements chiffrés sur la visibilité des personnes non blanches dans les fictions sont transmis au régulateur. De plus, les producteurs d'émissions de flux reçoivent un courrier annuel pour les sensibiliser à la diversité au sein de leurs programmes. Le groupe TF1 s'est également engagé à accorder une attention particulière à la représentation de toutes les catégories socioprofessionnelles.

Info

Le Journal de 13h de TF1 est bien connu pour ses liens étroits 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* met la lumière sur des villages en difficulté et des commerces en déclin. L'objectif est d'aider à trouver des repreneurs et ainsi favoriser la pérennité des villages ruraux. D'autres initiatives existent comme le concours « Le plus beau marché de France », en partenariat avec la presse régionale.

Magazines & documentaires

Sur la chaîne TMC, l'émission *Quotidien* met en avant des chroniqueurs, journalistes et invités issus de la diversité, en plateau et au travers de reportages. La diversité a été régulièrement représentée dans les sujets des rubriques « 19h30 MEDIAS » et « 20h15 EXPRESS ».

À l'occasion des 40 ans de la Marche pour l'égalité et contre le racisme, TMC a diffusé en *prime time* le documentaire inédit *L'arabe dans le poste*. Ce documentaire aborde l'évolution de la représentation des Français d'origine maghrébine à la télévision. Le journaliste Azzeddine Ahmed-Chaouch et le réalisateur Youcef Khemane se sont plongés dans des milliers d'heures d'archives, d'émissions de télévision, d'événements sportifs, de clips et de publicités.

Séries et fictions

TF1 veille à la représentation de la société française dans toute sa diversité à travers les fictions qu'elle propose, telles que *HPI*, *Je te promets*, *Ici tout commence*, *Demain nous appartient* ou les séries étrangères diffusées.

Des clauses présentes dans 100 % des contrats requièrent par ailleurs que les partenaires du Groupe proposent systématiquement un casting représentatif de la diversité de la société française.

Flux

La diversité est incarnée par les animatrices et animateurs des programmes de flux de TF1, et se reflète également dans le casting varié de la *Star Academy*, *The Voice*, *Koh Lanta*... De son côté, la chaîne TFX a proposé tout au long de l'année l'émission *4 mariages pour une lune de miel*, qui met en lumière des candidats d'origines ethniques et sociales diverses, ainsi que des mariages multiculturels.

Jeunesse

Sur TF1, les programmes jeunesse *Imago*, *Miraculous* ou *Ghost Force* mettent en avant des héros aux origines diverses, tout au long de l'année.

Réseaux Sociaux

La nouvelle émission de Newen Digital, *Safe Zone*, animée par Faustine Bollaert et diffusée sur les réseaux sociaux, explore des sujets tels que la santé mentale, le harcèlement scolaire, le sexisme ou la biodiversité. Son impact est particulièrement fort sur les 15-35 ans avec 15 millions de vues dès la première saison.

Parallèlement, une autre production engagée de Newen Digital, *Raconte*, donne la parole pour la troisième année consécutive à ceux et celles qui cherchent à provoquer des changements. Les thèmes abordés incluent l'identité sexuelle, le harcèlement scolaire, les violences conjugales, ainsi que les défis liés au handicap physique et mental.

Le site de Newen Digital, AlloDocteurs, s'engage à promouvoir une société plus inclusive dans le domaine de la santé. Son format, *La consult*, rend la thématique de la santé et des soins accessible à un large public en dédramatisant la relation avec le médecin.

Diversité et égalité des chances au sein de l'entreprise

Les formations dédiées

Le Groupe veille à la diversité et à l'égalité des chances à travers plusieurs formations, dont la formation « Management inclusif » détaillée dans la partie *Lutte contre le harcèlement* en 4.2.1.2.

Les initiatives de l'information

Le Prix Patrick Bourrat

En 2023, TF1 et LCI ont organisé la 11^{ème} édition du Grand Prix Patrick Bourrat, récompensant cinq étudiants en journalisme. Ces lauréats ont effectué un CDD estival au sein des rédactions de TF1, LCI, et TF1 Info, explorant divers aspects du métier (direct, reportage, etc.). En parallèle, la Direction de l'Information de TF1 a accueilli 26 stagiaires d'observation en 2023 et a proposé à 20 d'entre eux un CDD de deux mois dans ses rédactions.

Le Grand Prix TF1 de l'alternance

Lancé en 2021, le grand prix TF1 de l'alternance récompense les étudiants journalistes en contrat d'alternance dans des médias. Le lauréat 2023, un journaliste rédacteur, continuera ainsi son expérience au sein de la Rédaction de TF1 pour un CDD d'un an.

La Chance pour la diversité dans les médias

Le Groupe 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 comprend des visites de la rédaction, des stages, du mentorat, des formations, des entraînements d'entretien, et un soutien financier. En 2023, la Direction de l'Information a reçu 21 candidatures et a attribué des bourses à trois étudiants. Ces étudiants sont accompagnés par un journaliste qui leur donne accès aux rédactions et par la Direction des Ressources Humaines qui les suit dans leur parcours universitaire.

Les actions de la Fondation TF1 en interne

Chaque année, la Fondation d'entreprise de TF1 recrute une promotion de jeunes de 18 à 30 ans issus des quartiers populaires. Sélectionnés par un jury professionnel, les candidats intègrent TF1 en contrat d'alternance de deux ans, avec un tuteur pour développer leur réseau et assimiler les codes de l'entreprise. En 2023, la fondation a accueilli sa 16^{ème} promotion avec 12 candidats sélectionnés. Depuis sa création, elle a accompagné 177 jeunes sans qualification à s'insérer sur le marché du travail, contribuant aujourd'hui à différentes filières métiers du Groupe (comptabilité, infographie, communication, marketing, journalisme, etc.).

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 et Inclusion, dirigé par Ludvine Svaldi (Directrice de la Communication) et Olivier Levard (Directeur de Newen Digital). Créé en 2021, ce Comité coordonne l'ensemble des initiatives de Newen Studios afin de favoriser l'équité, la représentation des diversités, et encourager la créativité et l'innovation. Le Comité souhaite mettre en place plusieurs ateliers autour de la Fresque de la diversité au cours du 1^{er} semestre 2024, à destination de tous les membres du Comité Management.

Partenariats en faveur de l'insertion professionnelle des jeunes en externe

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

La Fondation TF1 participe à l'insertion professionnelle de jeunes. Chaque année, elle organise le programme « Tous en Stage » en classe de 3^{ème}. Ce dispositif vise à faciliter la recherche de stages de découverte pour les collégiens issus de zones d'éducation prioritaire, en utilisant une plateforme numérique qui répertorie les entreprises participantes.

Depuis 2010, en partenariat avec le CLEMI (Centre pour l'éducation aux médias et à l'information), des classes de tous niveaux et de toutes disciplines peuvent participer à la Semaine de la presse et des médias. Cette activité d'éducation civique a pour but d'aider les élèves à comprendre le fonctionnement des médias : décrypter l'univers des médias, apprendre à vérifier les sources d'information et à repérer les *fake news*, développer leur goût pour l'actualité, etc.

En 2023, avec le concours de la Fondation d'entreprise TF1, 150 élèves ont été reçus le 30 mars 2023 à l'Auditorium de TF1 pour participer aux « Rencontres de l'Info ». Deux thématiques principales ont été abordées : décrypter le travail des journalistes en Ukraine et la lutte contre les *fake news*. Cet événement a été suivi en live par 50 000 élèves via Facebook, TikTok, YouTube et TF1 Info.

La Fondation TF1 participe également régulièrement au sein de collèges, lycées et facultés à des prises de parole sur l'insertion professionnelle et des sujets sociétaux tels que les *fake news*, la nutrition et le fait religieux.

La Fondation 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. Après une première édition en 2022, TF1 a accueilli la seconde édition des *Studytracks Awards* en juin 2023, regroupant plus de 400 enfants. Ces derniers ont pu chanter leur œuvre en étant accompagnés par un orchestre philharmonique à La Seine Musicale, et leur représentation a été diffusée sur MYTF1.

Depuis 2022, PlayTwo et la Fondation travaillent ensemble avec le rappeur Jok'Air pour développer son association « La Mélodie des Quartiers » dédiée à la jeunesse et à la culture. Elle réunit des membres passionnés par leur métier (illustrateurs, chanteurs, scientifiques, chroniqueurs, stylistes, vidéastes, etc.) qui ont le désir de transmettre leur savoir-faire à la jeune génération.

En 2023, la Fondation a également organisé un événement entrepreneurial avec My Créo Académy, pour aider les entrepreneurs des Quartiers Prioritaires de la politique de la Ville. 120 jeunes entrepreneurs se sont donc réunis le 22 mai 2023 à l'auditorium de TF1 pour *pitcher* devant un jury composé de différents représentants d'entreprises partenaires de l'association.

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 activement dans des initiatives favorisant l'accès à la formation et à l'emploi de jeunes talents issus de la diversité. Par exemple, une opération « Immersion Cinéma » a été lancée à Marseille et portée par l'association « La Réplique », en partenariat avec 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 2023 pour soutenir le développement professionnel des acteurs, instaurer un parcours de formation et inspirer de nouvelles vocations.

Depuis trois ans, 105 jeunes de 16 à 29 ans repérés par des associations locales ont pu passer des castings. Plusieurs d'entre eux se sont vu offrir un stage de deux semaines sein de l'ERCAM avec des ateliers de danse, de chant, d'improvisation et des tournages professionnels.

Tremplin

Dans les Hauts-de-France, Newen Studios est partenaire du programme 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 et de créer cet institut qui propose une offre de formation d'excellence aux métiers de la série. Le programme Tremplin cherche à promouvoir l'égalité des chances par l'initiation et l'orientation des jeunes des Hauts-de-France attirés par le secteur audiovisuel. Gratuitement et sans condition de diplôme, 20 jeunes des Hauts-de-France ont été formés entre octobre 2022 et avril 2023 à la technique narrative des séries, aux métiers techniques de l'audiovisuel et ont pu participer à des rencontres professionnelles avec les équipes de Newen Studios. Cette initiative se poursuit avec une deuxième promotion composée de 20 candidats qui vont acquérir des connaissances et développer des compétences dans les métiers de l'audiovisuel, de la série et des médias numériques.

Conservatoire européen d'écriture audiovisuelle (CEEA)

Newen Studios soutient le Conservatoire européen d'écriture audiovisuelle (CEEA) avec l'ambition commune de développer la fiction française et accompagner les talents. Créée en 1996 à l'initiative de professionnels, l'association CEEA est la seule école en France consacrée à la formation de scénaristes. Elle œuvre également 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 bourses et s'engage à accompagner financièrement les élèves bénéficiaires, durant leurs deux années de formation.

La Direction de la Fiction du groupe TF1 apporte elle aussi un soutien financier au CEEA et au projet de compagnonnage de la Cité des scénaristes, destiné à faciliter l'insertion de jeunes scénaristes.

FEMIS

La Direction de la Fiction de TF1 soutient financièrement les actions de la Fondation européenne des métiers de l'image et du son (FEMIS), et spécifiquement son offre de formation en séries. Cela permet de garantir la parfaite adéquation des formations proposées avec les besoins de professionnalisation du secteur.

Le concours de fictions Imagine

En 2022, trois collaborateurs du groupe TF1 ont lancé Imagine, le premier concours de fictions courtes visant à révéler les talents de demain tout en valorisant la création française. Pour l'édition 2023, les passionnés de fictions courtes ont eu l'opportunité de concourir dans deux catégories : *shortcom* (1' à 5') ou court-métrage (5' à 10'). En 2023, les participants ont dû intégrer dans leurs productions la ligne de dialogue « Regarde-moi dans les yeux », pour promouvoir des films qui suscitent réflexions et émotions, et qui inspirent positivement la société.

Magelis Solidarité

Blue Spirit a également soutenu le fonds Magelis Solidarité en 2023, qui favorise la mixité sociale et lutte contre la précarité au sein des écoles de l'image d'Angoulême.

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 dans le cadre de contrats de mécénat (à savoir le soutien apporté sans contrepartie à une œuvre ou une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général) :

- **Moteur !** incite des jeunes âgés de 14 à 22 ans de tous horizons à réaliser avec leur smartphone un film de 1'30" sur une personne qui les inspire. Présidé par le rappeur Oxmo Puccino en 2023, le concours a récompensé 25 lauréats qui ont pu participer au Campus de la confiance pendant quatre jours (ateliers d'éloquence, de slam et d'expression corporelle). Partenaire pour la 6^{ème} année consécutive, le Groupe a renouvelé son engagement avec le prix spécial TF1. Le gagnant bénéficie d'une journée immersive à la rencontre des professionnels du groupe TF1. Ce partenariat se traduit également par un soutien financier ainsi que le relais des temps fort du concours.
- **Sport dans la ville** accompagne les jeunes issus des quartiers prioritaires de la ville pour participer activement à leur insertion sociale et professionnelle par le sport. Ce dispositif a pour objectif de donner confiance aux jeunes, grâce à l'acquisition de valeurs indispensables à leur avenir. Le groupe TF1 est partenaire du programme « Commentateurs Sportifs », qui fait découvrir aux jeunes le métier de commentateur et journaliste dans le sport. Le programme leur permet également d'aborder la prise de parole en public, le travail en groupe et les techniques d'improvisation. En avril 2023, un groupe de jeunes de la région Auvergne Rhône-Alpes s'est initié au traitement de l'information avec le journaliste Thomas Mekhiche. Par ailleurs, le Groupe accompagne financièrement le programme dans la ville dédié à l'insertion professionnelle des jeunes filles.

4.2.2.2. Handicap et maladies

Représentation du handicap et des maladies dans les contenus

Le groupe TF1 a signé en 2019 la Charte ARCOM sur la représentation des personnes en situation de handicap dans les médias audiovisuels.

Séries et fictions



Le groupe TF1 s'est réjoui du succès de la série « Lycée Toulouse Lautrec » en 2023, dans laquelle une jeune élève valide intègre un lycée adapté aux élèves en situation de handicap.

Dans la quotidienne *Ici tout commence* , deux arches ont été développées cette année autour de deux personnages qui doivent apprendre à vivre avec un handicap. Dans le feuilleton quotidien, *Demain nous appartient* , la thématique du handicap a également été abordée cette année à travers un personnage qui perd la vue et doit apprendre à vivre avec son handicap.

En outre, le Groupe sensibilise aux enjeux de la maladie et du bien-être des personnes malades. La fiction *Les Randonneuses* raconte le parcours de six femmes atteintes d'un cancer. La série *Les Bracelets rouges* met en scène le quotidien dans un hôpital pour enfants. Dans *Ici tout commence* , c'est le sujet de la dépression qui est abordé au travers d'un personnage victime d'un *burn-out* .

Magazines et documentaires

Sur TMC, l'émission *Quotidien* s'est attachée à représenter régulièrement le handicap à travers ses invités. L'année 2023 a ainsi été marquée notamment par la participation en plateau de Martin Petit, tétraplégique à la suite d'un accident de plongée, et l'humoriste Gabriel Donzelli, qui a gardé des séquelles au visage des suites d'un cancer du cerveau.

En *prime time* , la chaîne a également proposé un documentaire consacré aux réalisateurs Olivier Nakache et Éric Toledano, dont l'œuvre est inspirée et portée par des personnages en situation de handicap (paraplégique dans *Intouchables* , autistes dans *Hors Normes*).

La chaîne TFX a elle aussi abordé le sujet du handicap en proposant un épisode de la série documentaire *Baby Boom* , qui suit de jeunes parents à la maternité, dans lequel un couple sourd et muet accueillait son premier enfant.

Programmes courts

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 #DuoDay2023. Sur des créneaux de forte audience, des personnes en situation de handicap ont été accueillies sur les antennes. À cette occasion, deux collaborateurs du Groupe en situation de handicap ont co-présenté la météo sur TF1 et LCI. Le JT de 20h s'est également mobilisé en traitant de la thématique de l'inclusion des personnes en situation de handicap, et, dans l'émission *Petits Plats en équilibre* , Laurent Mariotte a cuisiné avec Aurélien, un équipier de Café Joyeux.

Sur LCI, Sylvia Amicone a reçu dans l'émission *Impact Positif* Yann Bucaille-Lanrezac, fondateur de Café Joyeux.

Jeunesse

TF1 sensibilise également les enfants au handicap à travers ses dessins animés. Par exemple, dans « Les Pyjamasques » sur TFOU, un nouveau super héros en fauteuil roulant rejoint la bande des mini-justiciers. Dans « Thomas et ses amis », un nouveau héros atteint de troubles autistiques a fait son apparition à l'occasion de la Journée mondiale de sensibilisation à l'autisme.

Réseaux sociaux

Newen Studios produit et diffuse sur les réseaux sociaux *Raconte* , qui met en avant des personnes en situation de handicap. Ce programme aborde de manière ouverte des sujets variés de la vie quotidienne, la santé et la sexualité, à travers différents récits positifs.

Accessibilité des contenus

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

Sous-titrage

TF1 adhère à la charte relative à la qualité du sous-titrage de l'ARCOM depuis 2011, sous-titrant toutes ses chaînes au-delà des obligations légales. Ainsi, 100 % des programmes de TF1 et TMC sont sous-titrés, 60 % pour TFX et TF1SF, 20 % des programmes pour TVBreizh et 10 % pour les chaînes Histoire et Ushuaïa. Les programmes en direct bénéficient d'un dispositif spécifique avec une équipe de trois personnes et l'utilisation d'un logiciel de reconnaissance vocale.

Audio-description

Le handicap visuel est pris en compte avec des programmes en audiodescription, développés par l'AVH (Association Valentin Haüy). Le nombre de programmes audiodécrits est passé à 60 programmes inédits cette année (contre 55 en 2022). Il devrait atteindre 70 programmes inédits en 2027. En partenariat avec la Fédération Française de Football, TF1 diffuse des matchs de l'équipe de France audiodécrits, dont tous les matchs à domicile en 2023.

Contenus digitaux

Les contenus digitaux accessibles, sous-titrés ou audiodécrits, sont disponibles en replay sur MYTF1. La solution « FACIL'iti » sur les sites TF1+ et TF1 Info permet d'ajuster les pages internet en fonction des pathologies renseignées par les internautes.

En 2023, de nombreux efforts ont été fournis sur l'accessibilité par les équipes Produit et Tech. Elles ont d'abord été formées par un consultant en accessibilité puis ont fait évoluer l'architecture de la plateforme MYTF1, en créant un « Design Système » qui permet de définir des composants graphiques sur le site et de vérifier leur accessibilité dès la phase de conception. Enfin, un consultant a audité à quatre reprises la plateforme de *streaming* en 2023, afin de la rendre la plus accessible possible. Ses recommandations ont été implémentées tout au long de l'année, ce qui a permis à MYTF1 d'atteindre un taux de conformité d'accessibilité de 51 % en janvier 2024.

Emploi des personnes en situation de handicap

Depuis 2007, TF1 s'engage pour l'insertion des personnes en situation de handicap. Une mission dédiée a été créée pour organiser des points de partage réguliers avec le service recrutement et la commission des indicateurs. La responsable de la mission handicap est 100 % dédiée au sujet et travaille en lien avec des référents sur chaque périmètre selon les sujets à traiter (accessibilité numérique, service médical, affaires générales, etc.).

INDICATEUR : NOMBRE DE TRAVAILLEURS EN SITUATION DE HANDICAP DANS L'ENTREPRISE

(Périmètre : France)	% couverture/ effectifs	2023	2022	2021
Nombre de travailleurs en situation de handicap au 31/12 (tous types de contrats)	84,2	116	104	101
Salariés en situation de handicap embauchés en cours d'année (CDD, CDI)	84,2	31	30	25

Le nouvel accord handicap et les actions en interne

Début 2023, le bilan du 5^{ème} accord a été présenté devant la commission de suivi de l'accord ainsi qu'à la D.R.I.E.E.T.S. L'intégralité des objectifs a été atteinte. Le groupe TF1 a signé son 6^{ème} accord handicap pour la période 2023-2025. Il s'appuie sur les actions suivantes :

- le **recrutement**, *via* des contrats avec des cabinets de recrutement spécialisés, et un référent handicap au sein de l'équipe recrutement interne. Le *Talent Dating* alternant 2023 a permis d'accueillir 13 alternants en situation de handicap, grâce à la mobilisation de la Direction RH et des partenaires (Cap, Emploi, Aktisea). Un 14^{ème} alternant a également été recruté au cours de l'année. Le programme Ambassadeur TF1 Campus intervient tout au long de l'année dans les écoles, sensibilisant les étudiants à la question du handicap. La communication régulière de la marque employeur sur les réseaux encourage également les candidatures en mettant en avant nos actions autour du handicap ;
- le **maintien dans l'emploi** inclut l'accompagnement dans les démarches de reconnaissance de la qualité de travailleurs handicapés (RQTH), un Comité carrière assurant l'équité professionnelle, et des dispositifs pour ménager la fatigabilité (congés spécifiques, compensations, prise en charge du complément de cotisations retraite pour les salariés invalides qui travaillent à temps partiel/réduit...). Newen Studios s'engage également aux côtés de l'Association Act'Pro Jaris en faveur de l'insertion des personnes en situation de handicap dans les métiers de l'audiovisuel. Lors de la SEEPH 2023, Bouygues a relayé les podcasts handi-athlètes, dans le cadre de son partenariat avec Starting Block. Les projets avec Séquence Clés Productions, entreprise adaptée spécialisée dans la production audiovisuelle, ont également été présentés ;

- les actions régulières de **sensibilisation** et la **formation**. En 2023, une brochure sur la conciliation maladie-travail a été diffusée lors de la Semaine pour l'emploi des personnes handicapées. Un *e-learning* sur le handicap, obligatoire pour les managers, renforce les formations spécifiques existantes pour tous les collaborateurs encadrant une personne en situation de handicap. Café Joyeux est intervenu également dans les locaux de TF1 lors de la Semaine de l'engagement. Par ailleurs, une initiation au Cécifoot a été animée par Yvan Wouandji, para-athlète.

Le nouvel accord handicap vise à recruter au moins 70 personnes en trois ans (2023-2025), avec un minimum de 10 personnes en CDI. Il prévoit également d'accueillir au moins 12 stagiaires en situation de handicap. À la fin de l'accord, le taux d'emploi direct doit être d'au moins 5 %, et le Groupe s'engage à générer un chiffre d'affaires d'environ 800 000 euros avec le secteur protégé. Cela inclut :

- l'encouragement de la collaboration avec des entreprises du secteur protégé et adapté, en incluant des clauses sociales dans les appels d'offres ;
- l'extension des congés de cinq jours pour les parents d'enfants ou proches à charge en situation de handicap, fractionnables en demi-journées.

Chez Newen Studios, l'enjeu du handicap est piloté par le CODIVIN et la DRH. Le Groupe a organisé en 2023 diverses activités de sensibilisation interactive pour ses collaborateurs : participation à la Semaine du Handicap, table ronde sur la RQTH, atelier langue des signes, sensibilisation au handicap invisible *via* la réalité virtuelle, et projection du film culte *Le Huitième Jour*. Newen Studios a également lancé en 2023 une campagne de sensibilisation sur la reconnaissance du statut de travailleur handicapé, et mis en place des CESU de 1 000 euros pour les salariés en situation de handicap, de façon à encourager la démarche de reconnaissance du statut de travailleur handicapé.

4.2.2.3. Lutte contre les discriminations LGBT+

Soutien à la Fondation Le Refuge

En 2023, TF1 a de nouveau soutenu la campagne de la Fondation Le Refuge, lors de l'opération calendrier de l'avent détaillée en 4.2.5.2.

Relais dans les contenus

Séries & fictions

TF1 intègre activement des représentations LGBT+ dans ses séries phares. Dans la dernière saison de *Balthazar*, un personnage LGBT+ interprété par Paloma de *Drag Race France* fait son apparition. Les séries quotidiennes produites par Newen Studios, comme *Demain nous appartient*, mettent en scène des couples homosexuels et lesbiens emblématiques.

Cette visibilité se retrouve également dans les séries étrangères diffusées tout au long de l'année (*New Amsterdam*, *Chicago Med*, *The Resident*, *Grey's Anatomy : Station 19...*) où des personnages récurrents de la communauté LGBT+ sont régulièrement mis en avant.

Newen Studios s'engage à l'international aux côtés de Joi Productions, dont l'ensemble des contenus produits sont dédiés à la diversité des origines et aux sujets LGBT+. La société de production est actuellement en tournage du film *The Dreamers*, qui suit le parcours d'une jeune migrante nigérienne cherchant à prouver son homosexualité pour rester en tant que réfugiée politique en Angleterre. Par ailleurs, De Mensen a produit la série *The Club*, diffusé par VRT en septembre 2023, qui raconte les épreuves traversées par trois couples dans leur quête de devenir parents, notamment confrontés à la thématique de l'infertilité. Un des couples centraux est un duo de femmes, dont une d'entre elles est métisse et la seconde souffre d'une possible dysphorie de genre. De plus, dans *Demain nous appartient*, l'intrigue autour des personnages jeunes adultes de Jack & Rayane qui tombent amoureux tout comme la parentalité du couple lesbien de Roxane et Sara permettent également de traiter ces sujets dans le cadre global de la quotidienne.

Flux

Le programme diffusé sur TFX *La Villa* a accueilli cette année une candidate transgenre pour sensibiliser à la diversité de genre au travers de ce programme de télé-réalité.

Magazines & documentaires

Sur TMC, le 21H Média a récemment consacré une émission spéciale aux 10 ans du mariage pour tous. Julien Bellver et son équipe y ont décrypté les débats de 2013, les manifestations et le tout premier mariage homosexuel. Par ailleurs, le documentaire de Martin Weill, *Séoul : la fabrique du cool*, a mis en lumière la communauté LGBT à Séoul face aux conservateurs.

Dans l'émission *Quotidien*, plusieurs invités sont intervenus pour s'exprimer sur les droits LGBT+, notamment les membres de l'association SOS Homophobie et la gagnante de *Drag Race* saison 2.

À l'occasion de la Journée mondiale de lutte contre les LGBT-phobies, Histoire TV a diffusé le documentaire *Lesbiennes, quelle histoire ?* La journaliste Marie Labory y explore un siècle de luttes des lesbiennes pour faire accepter leur sexualité et leurs droits. Le documentaire *Sida : Des années sombres aux premières victoires* qui retrace quinze années d'épidémie en France et la naissance du Sidaction a également été diffusé par la chaîne en 2023.

Jeunesse

Diffusée sur TF1, la série *Miraculous*, a été saluée pour son discours inclusif et son regard progressiste sur la société. Elle montre notamment un personnage faire son *coming out* auprès de l'héroïne principale, une première dans un dessin animé français.

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

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. Des rôles modèles/alliés LGBT+ sont désignés et font l'objet d'une communication au sein de l'entreprise. Chaque collaborateur doit ainsi pouvoir se sentir libre d'évoquer s'il le souhaite son orientation sexuelle dans le cadre du travail. Lors du renouvellement de son engagement en 2022 pour trois ans, TF1 a pris de nombreux engagements, parmi lesquels :

- continuer à refléter la diversité de la société et à lutter contre les stéréotypes de 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 ;
- développer les passerelles entre le réseau Fifty-Fifty et les réseaux Pride des entreprises partenaires.

De son côté, Newen Studios a entamé les démarches pour devenir signataire de la charte « L'Autre Cercle » au 1^{er} semestre 2024.

Participation aux rôles modèles de l'Autre Cercle

La 5^{ème} édition des Rôles Modèles LGBT+ Alliés de l'Autre Cercle a fait l'objet d'une cérémonie le 10 octobre 2023 au Grand Rex à Paris, présentée par le journaliste de LCI, Christophe Beaugrand. Cet événement visait à renforcer l'inclusion des personnes LGBT+ au travail en mettant en avant des rôles modèles et alliés. Ludivine Svaldi, Directrice de la communication Groupe de Newen Studios, a été l'une des lauréates de cette année, récompensée pour son rôle de Dirigeante Alliée.

Le congé d'accueil de l'enfant

Cette partie est développée ci-après dans la section 4.2.4.2. Conditions de travail et qualité de vie au travail.

Journée mondiale de lutte contre les LGBT-phobies

À l'occasion de la Journée mondiale de lutte contre les LGBT-phobies, Fifty-Fifty, le réseau mixité du Groupe qui a élargi son champ d'action aux sujets LGBT+, a organisé un événement axé sur l'invisibilité des lesbiennes au travail. Après la présentation du guide VOILAT (Visibilité Ou Invisibilité des Lesbiennes Au Travail) par Catherine Tripon de L'Autre Cercle, le film *Lesbiennes : quelle histoire ?* a été projeté en présence de sa co-auteurice Marie Labory.

La course de la Saint-Valentin

Des collaborateurs du groupe TF1 sont invités chaque année à participer à la course de la Saint-Valentin organisée par les *Front Runners*. Cette association de course à pied LGBT-friendly sensibilise aux discriminations, notamment celles liées à l'orientation sexuelle.

Semaine de l'engagement

Le mardi 14 novembre 2023, Fifty-Fifty a de nouveau projeté le film *Lesbiennes : quelle histoire ?* devant les collaboratrices et collaborateurs du Groupe.

4.2.3. ÉDUCATION AUX MÉDIAS



4.2.3.1. Pédagogie à destination de tous les publics

Des formats pédagogiques

Sur le site TF1 Info, la rubrique « La médiatrice vous répond » permet aux téléspectateurs de poser leurs questions sur le traitement éditorial de l'information. La médiatrice publie également des interviews avec des acteurs de l'information du Groupe. Par ailleurs, depuis 2021, le podcast « Info & Vous » met en lumière les coulisses des rédactions de LCI et TF1.

Les Rencontres de l'info

Depuis 2021, la Direction de l'Information organise « Les Rencontres de l'info », un rendez-vous en partenariat avec le Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information (CLEMI). En 2023, cinq rencontres, dont trois délocalisées, ont exploré la transition écologique dans les médias (Clermont-Ferrand), la fabrication d'un JT (Mame de Tours) et la crédibilité et fiabilité de l'info face à l'IA (Sciences Po Rennes). Ces événements montrent la volonté de TF1 de se rapprocher des téléspectateurs en dévoilant les coulisses de l'information. Le CLEMI, convie également à cet événement de nombreux collégiens et lycéens, et permet donc d'aller directement à la rencontre des jeunes publics.

En 2023, plus de 1 100 élèves issus de plus de 20 établissements différents et près de 150 lecteurs de la presse quotidienne régionale ont été sensibilisés.

4.2.3.2. Lutte contre les fake news

Direction de l'Information du groupe TF1

Samira El Gadir anime deux chroniques contre les *fake news* : « INFO/INFOX » dans le JT de 20h du samedi, et « Les Vérificateurs » le jeudi sur LCI. Cette dernière a été étendue de 5 à 15 minutes, soulignant ainsi l'importance du sujet. Une équipe de quatre journalistes dédiés produit quotidiennement trois à cinq articles pour la rubrique « Les Vérificateurs » sur le site TF1 Info. Des vidéos sont également diffusées sur les réseaux sociaux. De plus, « Les Vérificateurs » sont allés à la rencontre des collégiens et lycéens, principalement en zones d'éducation prioritaire. En 2023, une dizaine d'interventions ont été réalisées lors de la Semaine de la Presse, comprenant des rencontres sur la désinformation. La Direction de l'Information a également soutenu le concours d'éloquence des écoles françaises à l'étranger, sur le thème de l'éducation aux médias.

Partenariats avec le monde éducatif

Les rédactions ont continué leurs interventions dans les écoles en collaboration avec le CLEMI et le Conseil général de Seine-Saint-Denis, dans le cadre du programme Agora et de la Semaine de la presse et des médias dans l'école. L'édition 2023 a rassemblé 4,7 millions d'élèves, avec pour objectif d'aider les élèves de la maternelle au lycée à comprendre le fonctionnement des médias, à former leur esprit critique et à développer leur intérêt pour l'actualité. Une vingtaine de rencontres virtuelles ont été organisées dans ce cadre avec des journalistes, des correspondants et des présentateurs. En 2023, la Direction de l'Information a également soutenu l'association « Lumières sur l'info », en mobilisant quatre journalistes dans des établissements scolaires partenaires de l'association.

Mon stage chez TF1

L'éducation aux médias se matérialise également à travers les actions du Groupe pour recruter les talents de demain, par exemple l'opération « Mon stage chez TF1 » détaillée en 4.2.4.6.

Depuis 2019, 163 actions de formation au *fact checking* ont été suivies, représentant 1 844 heures de formation et concernant 101 journalistes et documentalistes. Les équipes se forment continuellement, notamment sur la vérification des vidéos et le développement des compétences nécessaires pour couvrir des événements internationaux (géolocalisation, veille, traçabilité images, etc.).

Histoire TV

La chaîne Histoire TV propose des émissions pour lutter contre les *fake news*. En 2023, la chaîne a par exemple diffusé la série *C'est un complot !* consacrée au sujet et démystifiant les théories du complot. De plus, le documentaire *Dis/Informed* diffusé en 2023 explore la vulnérabilité à la désinformation.

4.2.4. POLITIQUE SOCIALE

4.2.4.1. Effectifs

Indicateurs : CDI et CDD

INDICATEUR : EFFECTIFS CDI, CDD DU GROUPE

Au 31/12 (Périmètre : Monde, CDI, CDD)	% couverture/ effectifs	2023	2022	2021
ETAM – Employés, techniciens et agents de maîtrise	100	1 003	893	1 061
Cadres	100	1 978	1 936	2 318
Journalistes	100	571	615	581
TOTAL	100	3 552	3 444	3 960

INDICATEUR : EFFECTIFS CDI, CDD PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

Au 31/12 (Périmètre : Monde, CDI, CDD)	% couverture/ effectifs	2023	2022	2021
France	100	2 903	2 890	3 382
International	100	649	554	578
Europe (hors France)	100	619	513	493
Monde (hors Europe)	100	31	41	85
TOTAL	100	3 552	3 444	3 960

INDICATEUR : PYRAMIDE DES ÂGES ET ANCIENNETÉ MOYENNE

Au 31/12 (Périmètre : Monde, CDI, CDD)	% couverture/ effectifs	2023	2022	2021
< 25 ans	100	407	382	402
25-54 ans	100	2 662	2 619	3 150
55 ans et plus	100	483	443	408
Âge moyen (France)	100	40,66	39,13	39,05
ANCIENNETÉ MOYENNE AU SEIN DU GROUPE TF1 (FRANCE)	100	11,31	9,72	9,58

INDICATEUR : NATURE DES CONTRATS DE TRAVAIL

Au 31/12 (Périmètre : Monde, CDI, CDD)	% couverture/ effectifs	2023	2022	2021
Nombre de salariés titulaires d'un CDI	100	2 900	2 810	3 290
Nombre de salariés titulaires d'un CDD (y compris contrat d'apprentissage, alternance, contrat de professionnalisation)	100	652	318	670
<i>dont nombre de salariés titulaires d'un contrat de professionnalisation</i>	<i>100</i>	<i>25</i>	<i>36</i>	<i>59</i>
<i>dont nombre de salariés titulaires d'un contrat d'apprentissage</i>	<i>100</i>	<i>274</i>	<i>280</i>	<i>272</i>

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

Janvier-décembre (Périmètre : Monde)*	% couverture/ effectifs	2023	2022	2021
Taux d'ETP	100	30,69 %	29 %	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 2023 : 63 %) et chez Newen Studios (taux d'intermittence en 2023 : 56 %). 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 réalisé 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.

Indicateurs : embauches et départs

INDICATEUR : EMBAUCHES

Janvier-décembre (CDI, CDD)	% couverture/ effectifs	2023	2022	2021
Nombre de recrutements en CDI, CDD, contrat d'apprentissage et de professionnalisation	100	909	1 187	1 147
<i>dont recrutement CDI France</i>	<i>71,1</i>	<i>239</i>	<i>276</i>	<i>365</i>

INDICATEUR : DÉPARTS PAR MOTIF

Janvier-décembre (Périmètre : France, CDI)	% couverture/ effectifs	2023	2022	2021
Nombre de démissions	71,1	87	184	164
Nombre de mises à la retraite	71,1	0	1	2
Nombre de départs à la retraite	71,1	0	3	3
Nombre de licenciements	71,1	26	70	76
Nombre de ruptures conventionnelles	71,1	58	71	67

INDICATEUR : TAUX D'INSTABILITÉ

Janvier-décembre (Périmètre : France CDI)*	% couverture/ effectifs	2023	2022	2021
Taux d'instabilité	71,1	7,04 %	12,01 %	10,67 %

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

La diminution importante des départs entre 2022 et 2023 s'explique par un nombre important de démissions dans les filiales d'Unify en 2022. Cette diminution des départs et de licenciements a pour conséquence la diminution du taux d'instabilité pour le groupe TF1 en 2023.

4.2.4.2. Conditions de travail et qualité de vie au travail
Communication avec les collaborateurs

La Direction de la Communication Interne, rattachée à la Direction des Relations Humaines, a pour missions principales :

- informer l'ensemble des collaborateurs des actualités du Groupe (et celles du groupe Bouygues), en mettant l'accent sur les enjeux internes ;
- promouvoir les projets phares, notamment ceux liés à la transformation digitale et aux initiatives RSE du Groupe, tout en mettant en avant les équipes impliquées ;
- renforcer le sentiment d'appartenance des collaborateurs par des opérations interactives (jeux concours, relais réseaux sociaux, avant-premières...);
- contribuer à la communication interne managériale (organisation des COMGT, relais des prises de paroles de la Présidence...).

Ces missions sont réalisées à travers différents canaux de communication, notamment l'intranet, l'application mobile, l'e-mailing et un flux de TV interne diffusé sur une cinquantaine d'écrans. Ces canaux sont regroupés sous le label « Vous Faites TF1 », la marque employeur interne.

En 2023, le plan d'accélération digitale (PAD) a mené à la concrétisation de différents chantiers de travail définis par le COMEX. La Direction de la Communication interne s'assure qu'un dossier intranet regroupe tous les contenus liés à ce plan, et intègre des exemples concrets provenant de toutes les Directions du Groupe. Le partage d'information entre les intranets TF1 (Vous Faites TF1) et Newen Studios (WE) est facilité grâce à un *back-office* commun. Newen Studios bénéficie de l'expertise du groupe TF1 dans la refonte de son propre intranet, et une version internationale du site est en réflexion.

Cette année, la Direction RH et RSE de Newen Studios a régulièrement informé les salariés sur la mise en place de l'Unité Économique et Sociale (UES) visant à améliorer et harmoniser les pratiques RH en France (négociations d'accords, préparation des élections, fonctionnement du futur CSE). Huit webinaires ont également été organisés pour les managers et salariés sur la préparation et la tenue des entretiens annuels de performance et de développement.

Semaine de l'engagement

La Semaine de l'engagement, orchestrée par la Direction RSE en collaboration avec la communication interne, s'est déroulée du 7 au 14 novembre 2023. Cette semaine avait pour objectif de sensibiliser et informer les collaborateurs sur la démarche RSE du Groupe tout en les impliquant dans ses initiatives. Les temps forts auxquels ont pu assister les collaborateurs comprennent le Grand Prix Diversité et Inclusion organisé par AFL Diversity dont TF1 était jury et partenaire média, avec une table-ronde animée par Élisabeth Moreno sur le rôle de l'entreprise en matière de diversité et d'inclusion. La biscuiterie Kignon a remporté le Grand Prix du Jury 2023.

La semaine a également inclus une conférence RSE mettant en lumière les actions du Groupe et de ses référents et une intervention de Jean-Marc Jancovici sur les grands enjeux de la transition écologique. Une journée « Fresques » a permis de sensibiliser les collaborateurs à des enjeux tels que l'alimentation responsable, les nouveaux récits, la diversité et l'inclusion, la publicité responsable, et l'empreinte carbone. Des animations solidaires de Café Joyeux et des confitures Re-Belles ont été proposées aux collaborateurs et l'offre végétarienne a été renforcée au menu de la cantine.

**COMMUNIQUER AUTOUR
DE LA DÉMARCHE RSE
DU GROUPE**

**SENSIBILISER AUX
ENJEUX SOCIÉTAUX
ET ENVIRONNEMENTAUX**

**ENGAGER
LES COLLABORATEURS
AUTOUR DE NOS ENJEUX**

Organisation du travail

Depuis la transition aux 35 heures en 2000, des accords sur l'aménagement et la réduction du temps de travail (accords ARTT) ont été conclus dans l'ensemble des sociétés du Groupe. Ces accords régissent les différentes catégories du personnel (permanent, non permanent, journaliste) et fixent les heures de travail.

Selon ces accords, le personnel non-cadre travaille 37 h/semaine et bénéficie de 14 jours de RTT/an, tandis que le personnel cadre (hors dirigeants), au forfait annuel jours (213 à 215 jours), bénéficie de 12 ou 13 jours de RTT/an. Ces accords permettent ainsi à l'ensemble du personnel de travailler sur une base annuelle inférieure aux durées légales de références (1 607 heures et 218 jours).

Le suivi du temps de travail est effectué *via* un décompte précis des périodes travaillées et non travaillées, remis mensuellement aux collaborateurs par le biais d'une application dédiée. Le suivi de la charge de travail est réalisé au moins une fois par an, lors de l'entretien annuel de performance entre le manager et le collaborateur. Lorsque la charge de travail est qualifiée d'excessive ou insuffisante, le supérieur hiérarchique propose un plan d'actions correctives. Si des divergences persistent, le collaborateur peut solliciter l'intervention d'un Responsable Relations Humaines.

L'accord sur le compte épargne, signé en 2015, plafonne l'épargne à 60 jours pour encourager la prise de congés et favoriser l'équilibre des temps de vie.

L'avenant à l'accord de Groupe relatif au télétravail, signé en juillet 2023, maintient la possibilité d'effectuer 2 jours de télétravail par semaine, ou 3 jours pour les collaborateurs de l'IT, du digital ou l'Adtech. Il autorise également le télétravail en cas de circonstances exceptionnelles comme un épisode de pollution, des grèves, une alerte météorologique ou une activité spécifique du collaborateur liée à un projet professionnel. Le budget individuel pour les équipements des télétravailleurs (deuxième écran, fauteuil ergonomique) a été augmenté de 180 à 250 euros en collaboration avec les partenaires sociaux du groupe TF1.

Qualité de vie au travail

Le groupe TF1 valorise l'équilibre entre vie personnelle et professionnelle de ses collaborateurs. Ainsi, la Direction des Relations Sociales coordonne les services visant à soutenir les besoins personnels et familiaux des employés. En 2019, un accord QVT (qualité de vie au travail) a été conclu pour le Groupe, axé sur le bien-être collectif, le soutien à la parentalité, le droit à la déconnexion et la prévention des risques psychosociaux. Début 2024, de nouvelles négociations débiteront pour signer un nouvel accord.

De son côté, Newen Studios a négocié son premier accord QVT en 2021, centré sur l'harmonisation des congés exceptionnels, la mobilité domicile-lieu de travail et le recrutement de collaborateurs en situation de handicap.

Le regroupement des équipes dans des espaces de travail neufs, ergonomiques, associé au mode *flex-office* et au télétravail, a contribué à améliorer les conditions de travail de l'ensemble des collaborateurs.

Mesure de la qualité de vie au travail

Baromètre QVT

En 2022, le baromètre biennal sur la QVT a révélé une bonne QVT au sein du groupe TF1, avec 75 % des répondants peu ou non stressés à l'échelle du Groupe. Concernant le bien-être au travail, les résultats sont en légère progression et se situent dans la médiane supérieure du secteur tertiaire. L'engagement, pierre angulaire du bien-être au travail, est nourri par la fierté d'appartenance au groupe TF1 et Bouygues, un dialogue interne efficace, un travail qui a du sens, et une confiance dans la stratégie globale. Par ailleurs, 81 % des répondants déclarent se sentir justement considérés, reconnus et valorisés professionnellement pour leur investissement.

Suivi de l'absentéisme

Le suivi et la prévention de l'absentéisme restent une priorité pour le groupe TF1. Les Comités de Suivi des Arrêts de Travail se réunissent régulièrement et ont mis en œuvre des plans d'action qui ont facilité le retour au travail de plusieurs collaborateurs après des périodes d'absence prolongées.

Soutien à la parentalité

Le groupe TF1 a pris plusieurs mesures pour soutenir la parentalité des collaborateurs, notamment l'accueil occasionnel et d'urgence pour les enfants de moins de 3 ans et la création d'un congé d'adoption rémunéré de six semaines. Depuis 2020, le Groupe a étendu le congé rémunéré du second parent à quatre semaines, et un congé rémunéré de 16 semaines pour le parent principal. Ce dispositif couvre toutes les situations familiales (parents biologiques, adoptifs, de sexes différents, du même sexe, familles monoparentales). Des avantages sont également garantis comme le télétravail pour les futures mères, le soutien financier pour la petite enfance ou le congé allaitement de quatre semaines.

Aide aux aidants

Pour les aidants familiaux, le Groupe a mis en place des congés spécifiques pour accompagner un parent ou son conjoint hospitalisé, mais aussi un service de mise à disposition d'informations sur l'aide aux aidants dans le contexte de la dépendance des personnes âgées, notamment pour accompagner leur entrée en établissement de retraite. 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 abonde à hauteur de 25 %. La question du soutien aux aidants sera abordée en priorité en 2024 afin de consolider une politique famille/vie professionnelle à 360°.

Action logement

Le groupe TF1 cotise auprès d'Action logement, offrant aux salariés différentes aides, telles que l'accès au parc locatif social, des prêts « accession » ou travaux, des services de cautionnement (Loca-Pass, MobilPass, Pass-Assistance, Mobil-Jeune). En 2023, ce sont huit salariés qui ont pu bénéficier de ces accompagnements.

Assistance sociale

Une permanence sociale hebdomadaire est assurée pour informer les collaborateurs de leurs droits et des aides disponibles. Elle offre également un soutien et une orientation vers les organismes compétents.

Permanence Mutuelle

Chaque semaine, le gestionnaire du régime frais de santé organise une permanence au sein de l'entreprise pour conseiller les salariés dans leurs démarches médicales. L'application MyPrévention offre un service d'information, d'écoute, de conseil et d'orientation sur toute question relative à la famille, l'emploi, la recherche, la santé, les soins et le budget.

Autres mesures d'amélioration de la Qualité de Vie au Travail

Le groupe TF1 met en place divers services visant à faciliter la vie des collaborateurs au travail, parmi lesquels :

- les permanences internes (ostéopathe, opticien, conciergerie, salon de coiffure) ;
- la mise à disposition de véhicules électriques en partage ;
- l'accès à la plateforme BeCyclez pour acheter un vélo à assistance électrique à tarifs remisés ;
- la prise en charge à 80 % du Pass Navigo, indemnités kilométriques pour les vélos ;
- le chèque transport pour les collaborateurs habitant hors de l'Île-de-France devant prendre leur véhicule ;

- le Forfait Mobilité Durable (FMD) avec trois options de financement des trajets domicile-travail ;
- une borne de rechargement du Pass Navigo, distributeur automatique de billets, tickets de transports publics, timbres, etc. ;
- la mise à disposition de prises de rechargement pour véhicules électriques dans le parking ;
- une salle de sport et des associations sportives.

Depuis 2021, Newen Studios propose une subvention pour l'achat d'un vélo électrique, et a également mis en place un Forfait Mobilité Durable en 2023. Par ailleurs, les collaborateurs de Newen Studios bénéficient d'une salle de sport dans leurs locaux ainsi que des cours collectifs encadrés par un *coach* sportif.

4.2.4.3. Santé et sécurité au travail
Suivi des indicateurs de santé et de sécurité
INDICATEUR : ABSENTÉISME

Janvier-décembre (Périmètre : France CDI)	% couverture/ effectifs	2023	2022	2021
Taux d'absentéisme	71,1	2,59 %	3,33 %	2,66 %
Total de journées d'absence	71,1	25 206	32 013	27 734
Nombre de jours d'absence pour maladie	71,1	21 492	30 685	25 920
Nombre de jours d'absence pour accident de travail	71,1	990	783	1 023
Nombre de jours d'absence pour accident de trajet	71,1	264	545	791
Nombre de jours d'absence pour maladie professionnelle	71,1	51	0	14

Le groupe TF1, accompagné de son courtier en protection sociale, poursuit son plan d'action pour réduire les risques d'arrêt de travail et optimiser ses comptes de prévoyance. Cela inclut des actions en faveur de la qualité de vie au travail, le suivi de l'absentéisme et les dispositifs de maintien et de retour à l'emploi après de longs arrêts. Malgré une augmentation en 2022 liée au COVID-19, le taux d'absentéisme⁽¹⁾ a baissé en 2023, et se situe nettement en dessous des moyennes nationales.

INDICATEUR : ACCIDENTS DU TRAVAIL

(Périmètre : Monde, ensemble des contrats hors intermittents)	% couverture/ effectifs	2023	2022	2021
Nombre d'accidents du travail avec arrêts	100	14	11	20
Nombre d'accidents mortels de travail	100	0	0	0
Effectifs formés à la sécurité, l'hygiène et la santé	100	424	613	410
Taux de fréquence des accidents du travail	100	2,57	2,15	3,25
Taux de gravité des accidents du travail	100	0,19	0,16	0,17
Nombre de maladies professionnelles	100	3	0	2

(1) Le taux d'absentéisme est le nombre de journée d'absence consécutif à un accident de travail ou de trajet, maladies professionnelles et maladies des collaborateurs, rapporté au nombre de jours calendaires théoriques de référence pour la période, exprimé en pourcentage.

Actions en faveur de la santé et de la sécurité au travail

Sous la Direction des Relations Sociales et en collaboration avec les préventeurs santé et sécurité ainsi que les Responsables des unités de travail, TF1 a revu son Document Unique d'Évaluation des Risques Professionnels (DUERP). L'objectif était d'en faire un outil plus accessible et utilisé par l'ensemble des parties prenantes, y compris la Direction, les responsables des unités de travail, les managers et les collaborateurs.

Ce document, mis à jour annuellement, a été déployé dans l'ensemble des sociétés du groupe TF1.

La prévention des risques professionnels des équipes de l'information sur le terrain, notamment lors de la couverture des conflits russo-ukrainiens ou israélo-palestiniens, est au cœur des préoccupations de la Direction. En 2023, près de 50 équipes volontaires TF1 et LCI ont été mobilisées pour couvrir ces événements. Cette prévention s'est traduite par 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 instauré, comprenant des entretiens obligatoires avec le médecin du travail avant et après les missions en zone de conflit. Ce dispositif peut être complété par des consultations avec un psychologue spécialisé en post-traumatisme. 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, en 2023, le groupe TF1 a poursuivi ses efforts pour améliorer l'ergonomie du matériel de prise de vue, en collaboration avec les opérationnels et le service de santé au travail (caméras plus légères, fabrication sur mesure de sacs à dos, tests sur des prototypes de valises à quatre roues pour les caméras plus lourdes).

Prévention des risques psychosociaux

Dans le domaine des risques psychosociaux (RPS), des mesures ont été mises en place suite à la signature de l'accord QVT :

1. une formation en « libre-service », accessible à tous les collaborateurs (*self coaching*), pour apprendre à gérer ses émotions, maîtriser son stress, tout en améliorant la collaboration des équipes. Le programme a été revu en 2023 afin de proposer un *coaching* individualisé ;
2. une formation sur la prévention des RPS pour les managers, ainsi qu'une plaquette de communication remise à l'ensemble des collaborateurs par leurs managers. Trois sessions ont été réalisées en 2023, visant à sensibiliser les managers de proximité à la détection des signaux faibles et à la formation de l'écoute active ;
3. une session de formation sur la gestion du stress en situation d'urgence pour les coordinateurs de sécurité ;
4. 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 sont évalués dans le Document Unique d'Évaluation des Risques Professionnels (DUERP) de chaque société du groupe TF1. Le plan d'action est intégré à l'accord collectif de Groupe sur la qualité de vie au travail de 2019, qui fera l'objet d'une renégociation en 2024. Il intègre des initiatives telles que le baromètre biannuel sur la QVT, la ligne d'écoute psychologique 24/7, l'évaluation HAD pendant les visites médicales, ainsi que le réseau de référents pour lutter contre le harcèlement et les violences au travail.

En réponse aux résultats du baromètre QVT de février 2022, le questionnaire d'entretien sur la charge de travail a été enrichi pour permettre aux employés de s'exprimer sur le soutien technique et émotionnel dans leur environnement professionnel.

Parmi les RPS mentionnés dans les DUERP, le sexisme ordinaire est identifié comme une micro-agression ayant des impacts 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 dans la section 4.2.1.2.

En ce qui concerne Newen Studios, des financements ont été alloués à des formations visant à accompagner les personnes atteintes de cancer ou les personnes aidantes dans leur relation au travail.

Prévention des risques santé et sécurité dans le cadre professionnel

Le Service Médical organise des campagnes de vaccination contre la grippe, avec une participation de plus de 200 collaborateurs en 2023. Il propose également la mise à jour des vaccins et une trousse des premiers soins aux équipes partant en reportage. Les visites médicales sont organisées et assurées au sein des locaux du groupe TF1 à Boulogne. Depuis 2018, un service gratuit de téléconsultation, en partenariat avec AXA et accessible 24/7 permet aux collaborateurs de consulter un professionnel de santé lorsque leur médecin traitant n'est pas disponible.

Plan de prévention des risques

Lorsque cela est nécessaire, le groupe TF1 élabore un plan de prévention pour identifier et éviter les risques liés à l'intervention d'entreprises extérieures (EE) au sein de l'entreprise utilisatrice (EU). Ce plan englobe les travaux, les opérations extérieures telles que les émissions spéciales, les productions, ainsi que les prestations de services intellectuels et informatiques.

La Direction, la Commission Santé, Sécurité et Conditions de Travail (CSSCT) et le service de médecine du travail émettent des recommandations régulières sur la conduite des véhicules, l'usage des appareils de transmission dits AVIWEST et les procédures de sécurité lors de reportages en zones sensibles. Ces acteurs veillent également à la réalisation régulière de formations aux gestes qui sauvent et de formations aux premiers secours. Tous les accidents du travail sont analysés en CSSCT, et des mesures correctives sont mises en place si nécessaire.

Dans le cadre de la prévention de l'absentéisme et des troubles musculosquelettiques, des consultations d'ostéopathe 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 en raison des menaces persistantes sur le territoire national envers les médias. Cela s'est traduit par une augmentation des effectifs de sécurité aux points d'accès, la mise en place de périmètres de sécurité adaptés et l'instauration d'un nouveau système de contrôle des entrées.

Prévention des risques médicaux et aides aux collaborateurs malades

Le groupe TF1 met en œuvre des actions concrètes notamment pour faire évoluer les représentations et les savoirs liés aux cancers et aux maladies chroniques. Cela inclut l'ouverture du dialogue avec les équipes, l'accompagnement à la création d'un environnement favorable pour les collaborateurs concernés, et la promotion de comportements et pratiques managériales adaptées.

Le Groupe est engagé depuis quelques années aux côtés de la Fondation pour la recherche médicale, et notamment en faveur de la recherche contre la maladie d'Alzheimer.

En 2022, le groupe TF1 a également signé la Charte Cancer@work pour renforcer l'accompagnement des collaborateurs atteints d'un cancer. Cette charte engage l'ensemble des managers et collaborateurs, avec le soutien des RH et du service médical, dans un rôle clé pendant la maladie de leurs collègues et lors de la reprise du travail. Elle complète les dispositifs existants, tels que les garanties pour compenser la perte de salaire, le soutien psychologique, l'accompagnement pour les démarches médicales ou sociales et l'accès à un réseau d'établissements spécialisés avec Unicancer.

Gestion de la crise sanitaire

Le groupe TF1 a maintenu ses mesures de précaution sanitaires en 2023. Celles-ci comprennent la fourniture quotidienne de masques, la distribution de gel hydroalcoolique, des procédures de nettoyage et de désinfection, ainsi que la régulation des flux de personnel et des signalétiques au siège. Des mesures telles que la jauge de fréquentation des sites, le télétravail encouragé, et la possibilité de réaliser un test PCR vont au-delà des recommandations du protocole national sanitaire pour les entreprises.

En 2023, les sociétés de production de Newen Studios ont également maintenu leur vigilance face aux risques liés au COVID. Des renforcements de sécurité ont été mis en place, notamment lors du tournage de la série « Askip », avec des contrôles d'accès.

Les acteurs de la démarche de santé et de sécurité

Le service médical, lieu privilégié d'écoute des salariés, assure le suivi médical quotidien et la prévention des risques professionnels. Le médecin du travail, accompagné de trois infirmières, sensibilise l'ensemble des collaborateurs à une meilleure hygiène de vie et alerte la DRH en cas de risques psychosociaux.

Depuis 2020, le groupe TF1, y compris Newen Studios pour les filiales parisiennes et de la petite couronne, sont accompagnés par Thalie Santé. Leur mission inclut la réforme des services de santé au travail, le déploiement d'une équipe pluridisciplinaire (ergonome, psychologue du travail, addictologue, etc.) et la mise en place de programmes de prévention des risques professionnels.

Les collaborateurs peuvent également s'adresser à une assistante sociale sur site lorsqu'ils rencontrent des difficultés. Elle évalue la situation et accompagne les salariés dans leurs démarches en collaboration avec des organismes spécialisés.

Le dialogue social en matière de santé et de sécurité au travail est primordial pour le Groupe, que ce soit au travers des accords signés avec les partenaires sociaux ou *via* la Commission Santé, Sécurité et Conditions de Travail (CSSCT). La DAGS intervient régulièrement sur des questions relatives à la santé, la sécurité et les conditions de travail.

Des dispositifs existent également au sein de Newen Studios :

1. Médecin Direct, un service de consultation médicale à distance, en complément de la médecine de terrain ;

2. 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 ;
3. un accompagnement offert à tous les collaborateurs avec une *coach* de vie et comportementaliste.

Formations liées à la santé et à la sécurité

Des formations sécurité, hygiène et santé sont régulièrement organisées pour maintenir le niveau de connaissances des collaborateurs et les tenir informés des nouvelles réglementations. Par exemple, le programme MyOsteopratic, conçu et animé par un ostéopathe, est adapté aux situations professionnelles rencontrées par les collaborateurs (personnels de reportage par exemple). Les formations à la sécurité sont délivrées aux collaborateurs concernés (habilitations électriques, certificat d'aptitude à la conduite d'engins en sécurité).

Un « pack de formation *e-learning* santé-sécurité » accessible *via* l'intranet, propose les modules suivants :

- gestes qui sauvent : pour faire face à des situations d'urgence ;
- sauvetage 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 a été instaurée en 2022 pour les collaborateurs travaillant de nuit ou en horaires décalés. Elle vise à comprendre les mécanismes du sommeil et du stress liés aux rythmes de travail atypiques pour concilier contraintes professionnelles et hygiène de vie.

Par ailleurs, deux sessions de formation « Sensibilisation zones urbaines et mouvements de foules » ont eu lieu en 2023, construites pour les équipes de reportage lors de manifestations ou rassemblements.

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 dans ces territoires 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 4.2.4.3). 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 les conflits russo-ukrainien et israélo-palestinien. 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. Enfin, le groupe TF1 a souscrit avec AXA à un contrat rapatriement pour venir au soutien des collaborateurs envoyés en mission à l'étranger.

4.2.4.4. Dialogue social

Veiller au dialogue permanent et constructif avec les partenaires sociaux

Après une année 2022 marquée par le projet de fusion avec le groupe M6 et l'élection des membres du CSE de TF1 SA, le dialogue social avec les partenaires sociaux s'est principalement concentré sur la redéfinition des axes stratégiques. À la suite de la présentation des nouveaux axes stratégiques aux CSE, un avenant à l'accord sur la Gestion des Emplois des Parcours Professionnels a été négocié pour accompagner l'accélération digitale du Groupe et renforcer les dispositifs existants :

- congé mobilité externe pour transition professionnelle ;
- congé fin de carrière ou mécénat de compétences pour les salariés nés avant 1964.

Concernant Newen Studios, un accord reconnaissant l'existence d'une Unité Économique et Sociale (UES) pour les sociétés ayant leurs activités en France a été conclu en 2023. Des élections ont ensuite été organisées pour élire les membres du nouveau CSE.

De plus, une Charte Télétravail a été déployée par Newen Studios afin d'harmoniser les pratiques sur l'ensemble des filiales en France.

Bilan des accords signés

En 2023, plusieurs accords et avenants ont été signés avec les partenaires sociaux, relatifs à :

- la négociation sur la revue individuelle des salaires et la politique sociale applicable ;
- le télétravail ;
- l'insertion des travailleurs en situation de handicap ;
- l'intéressement ;
- le fonctionnement des CSE du groupe TF1 SA ;
- les frais de santé, pour se mettre en conformité avec les avancées prévues dans l'accord GEPP ;
- les conditions d'exercice de la multi-compétence en mission pour les journalistes reporter d'images ;
- la politique salariale, les avantages sociaux additionnels et le dialogue social (NAO) pour les pigistes du pôle Information (TF1 et LCI) et pour les salariés engagés en CDDU (techniciens intermittents du spectacle) au sein de la télédiffusion.

Depuis plusieurs années, le groupe TF1 négocie activement au sein de la branche Télédiffusion avec le Syndicat des télévisions privées. En 2023, ces efforts se sont concrétisés par la signature d'annexes, portant notamment sur l'intéressement, la participation et le télétravail.

Par ailleurs, Newen Studios a travaillé en 2023 à la structuration et la préparation de nouveaux accords collectifs, qui seront déployés en 2024.

4.2.4.5. Rémunérations

Fonction Compensation & Benefits

La fonction *Compensation & Benefits* du groupe TF1, en soutien à la Direction des Relations Humaines, aborde l'ensemble des enjeux de rémunération, tant individuels que collectifs. Conformément à son Code Éthique, le Groupe garantit un salaire décent à chaque collaborateur, dépassant significativement les minima légaux et conventionnels. Les salaires moyens et médians par catégorie socioprofessionnelle au sein du groupe TF1 surpassent également ces minima ainsi que les moyennes nationales.

Le groupe TF1 procède chaque année à des études de rémunération, grâce aux enquêtes du cabinet international spécialisé Willis Towers Watson (WTW). Cela lui permet d'ajuster la politique de rémunération

aux meilleures pratiques du marché pour rester compétitif et attractif dans un environnement fortement concurrentiel. En 2023, un travail global sur les raccords de tous les postes a été réalisé en collaboration avec le groupe Bouygues et décliné avec les DRH et les directeurs opérationnels.

Équité salariale

L'équité entre hommes et femmes, notamment sur le plan salarial, est au cœur de la politique RH du groupe TF1. La dernière étude interne basée sur les enquêtes de rémunération de WTW a démontré une quasi parfaite équité salariale entre les genres. Cette attention particulière à la rémunération juste s'étend à tous les niveaux de postes de responsabilité.

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	2023	2022	2021
		ETAM	71,1	43 878
Cadres	71,1	75 159	70 779	69 134
Journalistes	71,1	81 260	78 105	71 613
Toutes catégories	71,1	73 065	69 099	66 033

La négociation annuelle obligatoire (NAO) 2023 a abouti à un accord prévoyant les mesures suivantes :

- un taux d'augmentation de salaire de 4 % pour les collaborateurs du groupe TF1 ;
- un engagement qu'au moins 85 % des collaborateurs bénéficient d'une augmentation individuelle ou d'une prime exceptionnelle ;
- le maintien d'une enveloppe de primes exceptionnelles ;
- le relèvement des indemnités kilométriques ;
- l'augmentation du FMD (Forfait Mobilité Durable) de 400 à 500 euros ;
- l'attribution d'un chèque transport de 150 euros aux collaborateurs véhiculés ;
- l'augmentation du CESU Handicap à 300 euros ;
- la hausse de l'allocation garde d'enfant de 8 à 10 euros par jour ;
- l'abondement des sommes d'intéressement versées sur le PEG TF1.

Épargne salariale et retraite

INDICATEUR : TAUX D'ADHÉSION AU PEG ET PERCOL*

(Périmètre : CDI, CDD)*	% couverture/ effectifs	2023	2022	2021
		Taux d'adhésion au PEG (en %) (Monde)	100	85 %
Taux d'adhésion au PERCOL (en %) (France)	84,2	39 %	39 %	12 %

* 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) en vigueur depuis 1992, permet aux salariés des sociétés affiliées de réaliser des versements volontaires, complétés par des contributions de l'entreprise et les montants issus de la participation et de l'intéressement le cas échéant.

Newen Studios a également effectué une revue annuelle des salaires afin de s'assurer que ceux-ci correspondent aux grilles de la profession, à l'évolution et aux performances des collaborateurs. Les primes exceptionnelles jouent un rôle significatif pour reconnaître une surperformance ou une charge de travail accrue.

Rémunération variable

La rémunération des principaux managers, jeunes talents et profils clés du groupe TF1 comprend une part variable évaluée annuellement lors des entretiens de performance, tenant compte d'objectifs collectifs et d'objectifs individuels, quantitatifs et qualitatifs. Depuis 2023, des objectifs RSE sont également intégrés, pour l'ensemble des collaborateurs éligibles à la part variable. Ces objectifs sont liés à six enjeux, tels que la diversité, l'inclusion et la solidarité dans les contenus, et le développement d'une culture d'entreprise saine et épanouissante et ont concerné 424 collaborateurs en 2023.

En complément, pour favoriser l'épargne retraite, les salariés des sociétés affiliées au groupe TF1 ont accès au PERCOL (Plan d'Épargne Retraite Collectif) avec des versements bénéficiant d'un abondement. Ils peuvent également, sous conditions, adhérer au PEROB (Plan d'Épargne Retraite Obligatoire) instauré par le groupe Bouygues.

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	2023	2022	2021
		Montant moyen brut par salarié de la participation versée (en euros)	84,2	2 934
Montant moyen brut par salarié de l'intéressement (en euros)	84,2	2 535	4 195	3 921

Les salariés du groupe TF1 participent également aux résultats du groupe TF1 et à la création de valeur *via* des dispositifs d'intéressement et de participation.

En 2023, le dernier versement d'intéressement issu de l'accord signé en 2020 avec les syndicats représentatifs de TF1 a été effectué. Cet accord visait à simplifier le partage de la performance collective en utilisant des critères clairs, à impliquer les collaborateurs dans la réalisation d'objectifs stratégiques et à les associer à la réduction de l'empreinte carbone *via* des objectifs RSE. Parallèlement, un accord de participation est en vigueur depuis 2016 entre les partenaires sociaux et le groupe TF1.

En effet, 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 :

- maintien de la température à 24 degrés minimum sur la période estivale ;
- baisse des déchets de restes d'assiette au restaurant d'entreprise de 10 % par rapport à 2022, soit 7,6 tonnes.

En 2023, le groupe TF1 a redistribué 14,6 millions d'euros au titre de l'année 2022 pour récompenser l'engagement des collaborateurs (6,1 millions d'euros au titre de la participation et 8,5 millions d'euros au titre de l'intéressement). En moyenne, un collaborateur présent toute l'année 2022 a reçu une prime équivalente à environ 1,5 mois de salaire net hors abondement (lequel peut atteindre 3 750 euros maximum par an). Ce chiffre

représente une baisse par rapport à 2020 (environ 1,8 mois) et 2021 (environ 2,6 mois), soit environ 2 mois de salaire en moyenne sur les trois années de l'accord.

Cette année également, une nouvelle priorité a été accordée au partage de la valeur avec la signature d'un nouvel accord triennal couvrant la période jusqu'en 2025.

4.2.4.6. Recrutement des talents et marque employeur

Attirer et recruter les talents de demain

L'objectif clé de la marque employeur TF1 est d'attirer, recruter et fidéliser les meilleurs talents. Le Groupe maintient une présence active sur divers réseaux sociaux (LinkedIn, JobTeaser, Welcome To The Jungle, Instagram, 50inTech). En 2023, la Direction du Développement des Talents a privilégié les formats vidéo dans sa communication digitale (#Femmes dans la tech).

Une stratégie « Campus » a également été déployée afin de renforcer la proximité du Groupe avec le public étudiant, qui repose sur :

- des interventions des ambassadeurs TF1 Campus sur la diversité de nos métiers et nos enjeux au sein d'écoles ciblées (75 interventions ont eu lieu de septembre 2022 à septembre 2023) ;
- des visites de plateaux (JT, LCI, etc.) ;
- des forums virtuels et physique. À ces occasions, l'équipe recrutement organise des ateliers (CV, simulation d'entretien d'embauche) et présente les activités, les enjeux, les valeurs du Groupe, ainsi que les opportunités de stages et d'alternances ;
- un *Talent Dating* annuel qui réunit des candidats de différents horizons ;
- et des partenariats dédiés (en 2023, le Groupe a apporté son soutien au parcours d'architecture des systèmes informatiques de Centrale Supélec et de Telecom Sud Paris).

Par ailleurs, le groupe TF1 propose à des collégiens en classe de 3^{ème} un stage d'une semaine pour découvrir le monde de l'entreprise. 33 collégiens issus de différentes régions sont venus découvrir en décembre 2023 le groupe TF1 et les métiers de l'audiovisuel dans le cadre de l'opération « Mon stage chez TF1 ».

Pour renforcer l'attractivité des métiers en tension du Digital, l'équipe recrutement a accéléré sa présence sur les forums et *job boards* spécialisés. Une *task force* dédiée à ces métiers a par ailleurs été créée autour de quatre nouveaux rôles :

- les rédacteurs web contribuent au blog d'e-TF1, améliorant ainsi la visibilité du Groupe ;
- les *speakers* ITW vidéo (interviewés vidéo) incarnent les messages *tech* sur les réseaux sociaux ;
- les *speakers* salons, forums et tables rondes représentent le Groupe lors d'événements ;
- les influenceurs réseaux sociaux élargissent la portée du Groupe.

De plus, malgré la prédominance masculine dans les métiers techniques, l'équipe de recrutement s'engage à présenter des candidatures mixtes pour les postes de management. Le Groupe a également renouvelé en 2023 son partenariat avec « 50inTech » pour promouvoir les femmes dans les métiers de la tech.

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

(Périmètre : France)	% couverture/ effectifs	2023	2022	2021
Stagiaires convention école	84,2	282	308	394
Apprentis	84,2	219	231	253
Élèves en contrat de professionnalisation	84,2	20	25	66

Intégration des collaborateurs

L'intégration des nouveaux collaborateurs au sein du groupe TF1 est une étape cruciale supervisée par la Direction des Relations Humaines et les managers. Un *welcome pack* contenant notamment un jeu de sensibilisation sur le handicap est remis aux nouveaux arrivants, et un parcours d'intégration est organisé pour les présenter aux différentes équipes. Des matinées de bienvenue sont également organisées afin de leur présenter le Groupe, son écosystème et les aider à créer leur réseau en interne. Un système de parrainage permet à chaque collaborateur d'être accompagné dans tous les

apprentissages informels. Les alternants et stagiaires participent à des sessions d'intégration particulières, ainsi qu'à des petits déjeuners et *afterworks*. En octobre 2023, un amphithéâtre d'intégration suivi d'un cocktail a été spécialement organisé pour la communauté des alternants.

Enfin, depuis 2023, des jeux concours animent la communauté, leur offrant la chance de remporter de nombreux prix, comme la visite des plateaux de Quotidien.

4.2.4.7. Développement des compétences et mobilité interne

Démarche d'évaluation et de fixation des objectifs

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

(Périmètre : France CDI)	% couverture/ effectifs	2023	2022	2021
% de collaborateurs ayant bénéficié d'un entretien annuel	71,1	92,9 %	94,7 %	94,8 %

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

L'entretien de performance

L'entretien de performance se concentre sur le bilan de l'année écoulée et la définition des nouveaux objectifs à venir avec le management. Depuis 2023, un *feedback* du collaborateur à son manager sur leur relation de travail a été intégré, ainsi qu'une discussion sur la charge de travail. Les entretiens annuels se sont généralisés au sein de Newen Studios pour recenser les besoins et les demandes d'évolution professionnelle, améliorer l'écoute des collaborateurs et examiner les demandes de mobilité intra-groupe.

L'entretien professionnel

Chaque collaborateur bénéficie d'un entretien professionnel tous les deux ans (*a minima*), axé sur le parcours de carrière, la formation et la mobilité. Cet échange offre au collaborateur l'opportunité d'exprimer ses souhaits en matière de développement de compétences, tels que la formation, le bilan de compétences, les ateliers carrière, les rencontres avec le *coach* Carrière et Mobilité, la participation à des communautés, etc. L'entretien de carrière permet également au collaborateur de partager ses souhaits d'engagement personnel dans des extra-rôles, tels que le mentoring, l'ambassadeur campus, etc. Parallèlement, le collaborateur est informé des dispositifs Compte personnel de formation, VAE (Validation des Acquis de l'Expérience) et Conseil en évolution professionnelle.

Au sein de Newen Studios, des entretiens professionnels sont également organisés pour permettre aux collaborateurs de se renseigner sur les formations disponibles. En 2022, Newen Studios a introduit le module « Entretiens et Formation », dématérialisant ainsi les campagnes d'entretiens professionnels et de performance. Cette initiative vise à structurer et à cadencer le déroulement des entretiens. En 2023, la Direction RH & RSE a tenu huit sessions sur les entretiens annuels. Ces sessions avaient pour objectif de fournir aux équipes les clés pour bien préparer et mener ces entretiens, favoriser une écoute active, promouvoir un dialogue constructif, et encourager le *feedback* réciproque, etc.

Bilan à six ans

En complément, tous les six ans, chaque collaborateur bénéficie d'un « bilan à six ans », qui fait le point sur le parcours professionnel, les entretiens et formations.

Gestion des emplois et des parcours professionnels (GEPP)

En 2021, le groupe TF1 a signé un accord GEPP avec les organisations syndicales pour anticiper les évolutions métiers, promouvoir les formations, développer l'employabilité et mieux aborder les fins de carrière. Cet accord a fait l'objet d'un avenant encadrant les pratiques négociées du Groupe jusqu'à fin 2024.

En 2023, la politique GEPP accompagne le redéploiement digital stratégique du Groupe, un chantier crucial en vue de devenir la première plateforme de *streaming* gratuite. Pour les métiers classés comme sensibles et en transformation par les équipes RH, des plans de repositionnement interne/externe sont proposés, renforçant le rôle de la *coach* Carrière & Mobilité. Cette *coach* offre des conseils personnalisés, et accompagne les projets de reconversion, mobilité, et évolution de carrière.

En parallèle, les ateliers carrière « PEPS » soutiennent les collaborateurs dans la construction de leur démarche de mobilité, de la refonte de leur CV jusqu'à la préparation d'un entretien. L'offre PEPS vise également à anticiper les évolutions métiers, avec des ateliers pour tous les stades de carrière, et des programmes d'accompagnement spécifiques. En 2023, de nouveaux parcours de formation ont été proposés aux collaborateurs, axés sur les pensées limitantes, l'identification de son profil MBTI®, un outil d'évaluation psychologique, et le bilan professionnel de fin de carrière. En 2023, près de 350 collaborateurs ont pu bénéficier du dispositif PEPS.

Favoriser la mobilité des collaborateurs au sein du Groupe

INDICATEUR : TAUX DE MOBILITÉ INTERNE PARMIS LES RECRUTEMENTS

(Périmètre France CDI)*	% couverture/ effectifs	2023	2022	2021
Taux de mobilité interne parmi les recrutements (en %)	71,1	44,9 %	34,1 %	38,1 %

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

Au sein d'un marché du divertissement en pleine transformation, le groupe TF1 a continué à anticiper et accompagner les évolutions de carrière de ses collaborateurs, renforçant notamment ses dispositifs de Gestion des Emplois et des Parcours Professionnels (GEPP), dont la mobilité interne, pour favoriser l'employabilité.

La mobilité interne demeure un pilier essentiel chez TF1, offrant une réponse rapide aux besoins organisationnels tout en promouvant l'inclusion et la diversité. Pour soutenir cette démarche, plusieurs initiatives sont maintenues en 2023 :

- la *coach* Carrière & Mobilité du Groupe offre des conseils personnalisés aux collaborateurs pour leur évolution de carrière, reconversion, projet professionnel ou mobilité interne ;
- le Comité Mobilité réunit régulièrement les RRH et DRH des différentes entités pour examiner les besoins en recrutement, les souhaits individuels de mobilité et envisager des passerelles. Il maintient une collaboration étroite avec la *coach* Carrière & Mobilité ;
- un Comité Mobilité trimestriel est animé par les responsables Carrière et Mobilité du groupe Bouygues, accélérant les opportunités de mobilités inter-métiers au sein du Groupe ;
- des ateliers carrière variés sont proposés tout au long de l'année, couvrant des thèmes tels que la refonte du CV, la préparation des entretiens de mobilité et l'utilisation des réseaux sociaux professionnels. 82 ateliers ont été organisés en 2023 soit 485 actions de formation pour 235 collaborateurs ;
- la mobilité est valorisée sur l'intranet de TF1 et de Bouygues, ainsi que sur les réseaux internes, offrant de la visibilité aux postes ouverts et partageant les expériences de mobilité à tous. En 2023, 180 collaborateurs ont bénéficié d'une mobilité au sein du Groupe, incluant les mobilités depuis et/ou vers Newen Studios et le groupe Bouygues ;

- le dispositif « Vis ma vie » permet aux collaborateurs intéressés par la mobilité d'effectuer une immersion dans un service pour découvrir le quotidien du métier visé. Près de 70 collaborateurs ont bénéficié du dispositif *Vis ma vie*.

Concernant Newen Studios, les postes ouverts sont systématiquement publiés sur l'intranet, des échanges réguliers avec TF1 favorisent la mobilité intra-groupe, tout en améliorant le traitement des demandes grâce à la dématérialisation et centralisation des entretiens.

Rétention des talents

Le groupe TF1 porte une attention particulière à la rétention de ses talents, à travers le déploiement de programmes de rétention par la Direction des Talents.

En 2023, le programme « Comete's » destiné aux jeunes collaborateurs à fort potentiel, a été poursuivi en partenariat avec l'École CentraleSupélec et l'ESSEC. Ce parcours vise à accompagner le développement professionnel des participants, élargir leur réseau et les impliquer davantage dans la stratégie du Groupe. Parallèlement, la Direction du Développement des Talents a relancé en 2023 une deuxième promotion du programme « One's », ciblant les collaborateurs plus expérimentés. L'objectif de ce programme est de renforcer leur transversalité et leurs compétences. Les collaborateurs de Newen Studios peuvent également participer à ces programmes.

Le Groupe encourage également l'engagement des collaborateurs à travers différentes communautés de talents, telles que le Collectif 3.0, le programme Ambassadeurs TF1 Campus, ainsi que des initiatives de *mentoring* et de leadership pour les populations managers. Ces opportunités permettent aux collaborateurs de s'investir dans le Groupe et de mettre leurs compétences au service d'initiatives transverses.

Formation

Offre de formation récurrente

INDICATEUR : FORMATION CONTINUE

(Périmètre : France, CDI, CDD)	% couverture/ effectifs	2023	2022	2021
Nombre de collaborateurs CDI, CDD ayant bénéficié de formation	84,2	1 767	1 765	1 555
% de collaborateurs CDI, CDD ayant bénéficié de formation	84,2	61 %	61 %	46 %
Volume d'heures de formation tous dispositifs	84,2	30 905	34 347	36 428
<i>dont nombre d'heures en formation interne</i>	84,2	1 503	2 086	1 218
Moyenne d'heures de formation par CDI, CDD	84,2	10,41	19,46	23,43

INDICATEUR : FORMATION DES NON-PERMANENTS

(Périmètre : France)	2023	2022	2021
Collaborateurs non permanents formés	90	64	49

L'Université TF1 a décliné le plan de formation 2023 autour de trois axes stratégiques :

- **Développer les compétences et savoir-être en réponse aux besoins métiers et à nos obligations**

En 2023, le développement des compétences a ciblé les outils techniques et les *soft skills* (ateliers MBTI). En matière de santé et sécurité, les équipes de reportage ont suivi des formations sur les zones de conflit, les risques NRBC (nucléaire, radiologique, biologique et chimique), et l'utilisation de la trousse de secours. Le groupe TF1 a également rendu obligatoire le suivi de modules de *e-learning* sur la sécurité incendie, le RGPD et la Compliance. Les membres du conseil de Groupe suivent la formation « Ethique des affaires » chez Bouygues, et les collaborateurs exposés bénéficient d'une formation « Lutte contre la corruption – les bons réflexes ».

En 2023, Newen Studios a mis en place des formations en interne spécifiques aux compétences métiers. Parmi celles-ci, des sessions de maîtrise du pack Office, et des formations spécialisées à destination des équipes de comptabilité ont été proposées (crédit d'impôt audiovisuel, fonds de soutien audiovisuel). Par ailleurs, des sessions de *coaching* ont été offertes à plusieurs managers pour les accompagner dans leur rôle de gestion d'équipe.

- **Accompagner le repositionnement stratégique du Groupe par le développement de nouvelles compétences et postures**

Des programmes sur mesure ont été déployés pour former les équipes aux compétences essentielles du plan d'accélération digitale. Cela inclut la *data*, la programmation, le *social selling*, le *cloud* pour la Direction des Technologies, et les nouvelles formes narratives adaptées au digital. La formation a également intégré une culture de l'agilité au sein des équipes techniques, avec des programmes experts et axés sur les *soft skills*. Des parcours de formation spécifiques ont été mis en place pour accompagner les collaborateurs dont le métier est en transformation, comme les documentalistes de l'information (formations *fact checking* ou de fabrication de format digitaux d'information).

- **Inspirer et former l'ensemble des collaborateurs aux enjeux RSE**

Depuis 2021, l'Université et la Direction RSE du groupe TF1 ont élaboré et déployé un projet ambitieux pour sensibiliser 100 % des collaborateurs aux enjeux de la transition écologique d'ici 2024. L'objectif est de les impliquer dans la stratégie climat du Groupe, et de les rendre acteurs au plus près de leurs enjeux métiers. Fin 2023, deux tiers des collaborateurs en CDI ont bénéficié d'au moins une formation sur ce thème.



Une journée de formation dédiée aux équipes de rédaction a été construite avec la Direction RSE, l'Université TF1 et le cabinet Imagine 2050, et a pour objectif de les aider à :

- 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.

Des engagements supplémentaires ont été pris au sein des métiers en 2023, incluant la formation de :

- 50 % des rédactions aux enjeux de transition écologique, *via* le parcours « Journalisme et climat » ;
- 70 % des collaborateurs des Directions des Technologies *via* le programme sensibilisation au numérique responsable ;
- 50 % des équipes de TF1 Production à la transition écologique et à l'éco-production ;
- 100 % des acheteurs opérationnels à la démarche achats responsables.

Ces formations ont été conçues sur mesure avec les opérationnels et la Direction RSE, et sont donc adaptées aux besoins et réalités des métiers. Par exemple, la sensibilisation au numérique responsable conçue en 2023 :

- met en avant les enjeux environnementaux des métiers techniques ;
- présente les initiatives internes déjà déployées ;
- propose des pratiques inspirantes et outils d'aide à la décision plus sobres ;
- introduit l'éco-conception de services numériques ;
- projette les participants dans des engagements concrets, en lien avec leurs métiers.

En ce qui concerne la formation des acheteurs opérationnels à la démarche des achats responsables, l'objectif est de les sensibiliser à l'impact de ces derniers sur l'empreinte carbone de TF1. La formation vise à fournir des notions clés, des indicateurs de mesure, et à permettre l'acquisition de réflexes et de bonnes pratiques en matière de consommation responsable.

La politique de développement des compétences et de formation de Newen Studios est en cours de structuration pour 2024. Néanmoins, en 2023, 230 collaborateurs de Newen Studios ont été sensibilisés aux enjeux de la transition écologique (conférence animée par Imagine 2050, séances de sensibilisation à l'éco-production et au *Carbon Clap*). De plus, 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 deux ateliers sur les récits inspirants, bénéficiant à 20 collaborateurs de Newen Studios.

En matière de promotion de l'égalité, le groupe TF1 poursuit le déploiement de l'atelier « mixité et stéréotypes » auprès de la Direction des Technologies et TF1 Pub. Le Groupe a également rendu obligatoire le module *d'e-learning* « Tous acteurs contre le sexisme » créé par #StOpE, suivi par 93 % des collaborateurs en 2023. Ce module incite les collaborateurs à agir contre le sexisme ordinaire en entreprise.

Masterclass

Chaque jeudi, l'Université TF1 organise un rendez-vous live digital et interactif, « 1 heure avec », lors duquel des experts traitent divers sujets. En 2023, ces interventions étaient centrées sur des thèmes en lien avec le plan d'accélération digitale (IA, *data*, programmation). Ces conférences abordent également les enjeux et initiatives RSE, dont en 2023 : sept conférences sur les sujets d'égalité (femmes expertes à la une, octobre rose), d'engagement (la Fondation TF1, la semaine de l'engagement), et de climat (facilitateurs climat et biodiversité, l'offre de publicité responsable, le contrat média climat).

4.2.5. SOLIDARITÉ

	2023	2022	2021
Nombre d'associations ayant bénéficié de dons	113	115	110
<i>(en milliers d'euros)</i>			
Valorisation média brute*	33 263 k€	61 978 k€	111 268 k€
Dons à des associations et fondations	2 247 k€	2 636 k€	2 805 k€
<i>Pro bono**</i>	399 k€	380 k€	432 k€
Contribution vers les Fondations d'entreprises TF1 et Bouygues	885 k€	971 k€	982 k€

* Espaces gracieux offerts à des associations et fondations ou messages institutionnels.

** Dons « en nature » (fabrication de spots au profit d'associations, événementiel, etc.).

▼ Actions de solidarité en 2023



En 2023, 113 associations et fondations ont pu bénéficier d'actions de solidarité de la part du groupe TF1, pour un total de 36,8 millions d'euros. La majeure partie de ce montant correspond aux espaces gracieux offerts, notamment à la diffusion de spots associatifs ou institutionnels par nos antennes. La diminution de ce montant entre 2021 et 2023 s'explique par la baisse de la fréquence de diffusion et des plans médias offerts à titre gracieux des spots contre la COVID-19. Le reste des actions de solidarité correspond à des dons directs effectués par différentes entités du Groupe (RSE, antennes, Newen, etc.) et au *pro bono* (fabrication de spots, de bande-annonces, montage, etc., au profit d'associations).

4.2.5.1. Actions de solidarité antenne

Le groupe TF1 s'engage activement en faveur de grandes causes et de leurs porteurs associatifs, en offrant une visibilité significative à travers ses antennes TV et ses plateformes digitales. Ce soutien se matérialise de diverses manières :

- diffusion à titre gracieux de spots d'appels aux dons et/ou de sensibilisation sur les antennes TV et radio (dont de nombreux messages institutionnels) ;
- relais éditoriaux *via* des programmes courts dédiés ou dans les journaux d'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* (ELA, Sidaction, Pièces Jaunes), *prime des 12 Coups de midi* au profit des Restos du cœur, *Grand Concours* au profit des Pièces Jaunes, diffusion du concert de Florent Pagny au profit d'ELA, concert des Enfoirés, etc ;
- production gracieuse 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 (*Une famille en or*, *12 coups de midi*, *Le Grand Concours*).

Au global, ce sont plus de 113 associations, fondations ou organisations qui ont été soutenues par le Groupe en 2023, offrant ainsi une visibilité étendue pour soutenir une variété de causes répondant aux besoins les plus urgents. Parmi les opérations emblématiques :

- sur la recherche médicale, du 5 au 13 juin 2023, TF1 s'est engagé dans l'opération « Mobilisation Cancer », en soutien à la Fondation ARC et à Gustave Roussy. Cette mobilisation comprenait la production et diffusion de spots « Mobilisation cancer » avec des personnalités de l'information et de l'antenne, la création et diffusion de cinq programmes courts présentant des témoignages de chercheurs, médecins et malades ainsi que des appels aux dons. TF1 a également relayé l'opération Ruban vert, sensibilisant le public au don d'organes à travers des spots et des messages diffusés sur ses antennes et dans diverses émissions. Le Groupe soutient par ailleurs chaque année la FRM pour lutter contre Alzheimer, le Pasteurdon ou Sidaction ;
- sur le soutien aux malades, aux personnes handicapées et leurs proches, TF1 s'est mobilisé à l'occasion du Duoday le 23 novembre, afin de promouvoir l'insertion des personnes en situation de handicap dans le monde du travail, comme détaillé au 4.2.2.2. L'association Handicap International est également soutenue de manière biannuelle lors des opérations sac à sapin et kit plio. Enfin, la campagne des Pièces Jaunes représente une mobilisation phare de toutes les antennes au profit de la Fondation des Hôpitaux ;

- sur la lutte contre la précarité, TF1 a renouvelé son soutien aux Restos du Cœur avec notamment la diffusion des *Enfoirés* en mars. L'invitation sur le plateau du JT du dimanche du Président des Restos du Cœur, Patrice Douret, venu lancer un appel urgent aux dons, a également marqué les téléspectateurs au mois de septembre ;
- sur les violences faites aux femmes, le Groupe est resté mobilisé en 2023 via le relais des messages institutionnels et le soutien d'associations comme la Fondation des femmes ou l'Institut Women Safe & Children.



- sur la protection de l'enfance, le Groupe a diffusé deux fictions fortes en prime time autour de la lutte contre l'inceste : *Le colosse aux pieds d'argile* avec Éric Cantona, et *Les yeux grands fermés* avec Muriel Robin lors de la campagne gouvernementale d'information et de lutte contre l'inceste, suivi d'un documentaire spécial présenté par Harry Roselmack sur le sujet, *Ne le dis à personne*. En matière de programmes jeunesse, TFOU a organisé son concours annuel d'animation « Deux points c'est tout » en collaboration avec la SACD. Cette année, le concours a récompensé le scénario d'un film d'animation visant à sensibiliser les enfants aux dangers du harcèlement scolaire. L'Unicef a également été mis en avant en décembre avec des appels aux dons et la promotion de deux produits au sein des émissions, une boule de Noël et un mug commercialisés au profit d'Unicef, en partenariat avec Antoine Griezmann ;
- sur les grandes catastrophes, le Groupe a par exemple soutenu la Croix-Rouge et la Fondation de France, et s'est mobilisé autour d'une édition spéciale du JT (9 ou 10 septembre) lors du tremblement de terre au Maroc en septembre. En commémoration du 11 novembre, le Groupe a mis en lumière le Bleuet de France, un fonds de dotation soutenant de nombreux blessés de guerre et leurs familles. Cette mobilisation s'est manifestée par le port du « bleuet » à la boutonnière des présentateurs des JT, la diffusion de sujets mémoriels dans les éditions de 13h et 20h ainsi que la diffusion de spots et de jingles publicitaires.

4.2.5.2. Solidarité corporate

Les collaborateurs de TF1 sont informés et participent activement aux grandes opérations caritatives soutenues par le Groupe : courses solidaires, collecte de produits d'hygiène pour la Fondation des femmes, relais des campagnes des Pièces Jaunes, distribution de rubans Sidaction, etc. En 2023, ils se sont engagés à l'occasion du défi inter-COMEX « Mets tes baskets et bats la maladie » au profit de l'association ELA (Association Européenne contre les Leucodystrophies). Les collaborateurs se sont également mobilisés pour venir en aide à l'association La Cravate solidaire (qui facilite l'accès à l'emploi de personnes en insertion) à travers une collecte de vêtements et accessoires (241 kg en 2023 contre 112 kg en 2022). Par ailleurs, certains collaborateurs ont participé au tournoi solidaire de tennis à Roland Garros organisé par l'association « Sport dans la ville » qui favorise l'insertion sociale par le sport.

4.2.5.3. Publicité solidaire

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. Cette initiative novatrice a permis aux marques de s'associer aux internautes et de reverser une partie de leur budget publicitaire à des associations caritatives. Depuis, l'offre de vidéo solidaire de la régie TF1 a généré plus de 730 000 euros de dons provenant des annonceurs, contribuant ainsi à soutenir de nombreux projets caritatifs via Goodeed.

Lors de la semaine de l'engagement, les collaborateurs ont également été sensibilisés aux actions du Café Joyeux et de l'association Re-Belle, comme détaillé en 4.2.4.2. Enfin, l'opération solidaire lors du calendrier de l'avent en décembre a permis aux collaborateurs de soutenir cinq associations de leur choix à hauteur de 2 000 euros chacune. Le Rire Médecin, la Fondation Le Refuge, Les P'tits Doudous, Rêves de Gosse et l'École de Chiens Guides de Paris ont ainsi pu bénéficier de ce soutien.

En outre, les actions des fondations d'entreprises Bouygues et TF1 et de mécénat sont majoritairement centrées sur l'insertion professionnelle des jeunes : La Chance pour la diversité dans les médias, La Réplique, Sport dans la ville et Moteur !, dont les partenariats sont détaillés au 4.2.2.1.

Vinted

Depuis 2021, TF1 Pub accompagne Vinted afin de promouvoir la seconde main et l'allongement de la durée de vie des produits. L'initiative consiste à mettre en vente sur la plateforme Vinted des tenues portées par les comédiens et artistes du groupe TF1. Les bénéfices générés par la vente de ces tenues sont reversés annuellement à l'association La Cravate Solidaire. Cette association accompagne les personnes en insertion et lutte contre les discriminations en situation d'entretien d'embauche, en particulier celles liées à l'apparence.

4.3. ÉTHIQUE

4.3.1. ÉTHIQUE DANS LES CONTENUS

4.3.1.1. Indépendance des rédactions du Groupe, pluralisme, éthique et déontologie de l'information dans les programmes

En tant que chaîne *leader*, le groupe TF1 est investi d'une responsabilité particulière dans le cadre de ses activités. Le Groupe veille notamment au respect de ses engagements en matière d'éthique (indépendance de l'information, protection des publics vulnérables, respect de la vie privée, présomption d'innocence, etc.), qui conditionnent sa *licence-to-operate*. Cette conformité fait l'objet d'un contrôle rigoureux :

- par le Secrétariat général, 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) ;
- par 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). Ce Comité s'est réuni à trois reprises en 2023 ;
- par la rédaction, qui est extrêmement attentive aux sources d'images et proscrit l'utilisation de vidéos amateurs dont l'origine n'est pas vérifiée. Lorsqu'elle utilise ces vidéos, elle insère la mention « Document amateur » et précise la date à laquelle les images ont été tournées.

Le groupe TF1 a obtenu en décembre 2023 la certification *Journalism Trust Initiative* (JTI). Il est le premier Groupe de télévision privé à être certifié en Europe et rejoint les 1 000 médias, dans 80 pays, engagés dans cette démarche. Cette certification garantit l'engagement du Groupe pour la transparence de ses médias d'information et le respect de l'éthique journalistique. Le Groupe a obtenu la certification JTI pour ses chaînes de télévision TF1 et LCI

4.3.1.2. Éthique dans les contenus publicitaires

La Direction de la Programmation et de la Mise à l'Antenne de TF1 Pub effectue un visionnage préalable avant diffusion des messages publicitaires. Elle peut solliciter la Direction des Affaires Juridiques.

TF1 Pub a le pouvoir de refuser ou imposer des conditions de diffusion particulières si le message d'un annonceur ne correspond à la ligne éditoriale des supports prévus. Une attention particulière est portée au public familial de TF1. Dans ce cas, un courrier est adressé à l'annonceur ou à l'agence de communication, et des

4.3.1.3. Conformité des publicités en lien avec le développement durable

L'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP) examine les spots publicitaires en tenant compte de plusieurs critères tels que le développement durable, l'économie circulaire, le respect de la personne et du bien-être animal, ainsi que l'alimentation responsable. TF1 Pub suit systématiquement les avis de l'ARPP et prend notamment en considération sa recommandation sur le développement durable. Cela implique que les publicités doivent présenter de manière précise les actions significatives de l'annonceur en matière de développement durable, conformément

et ses deux sites Internet TF1 Info et myTF1. Cette certification, qui atteste de sa conformité à la norme européenne du même nom, a été accordée par un audit externe réalisé par un organisme tiers indépendant, ayant validé l'exactitude du rapport de transparence de TF1 sur la base de la norme JTI. Le cadre de référence JTI porte sur la transparence, la méthodologie journalistique et la mise en œuvre de principes éthiques. Initiée par Reporters sans frontières (RSF), la JTI a été développée sous l'égide du Comité européen de normalisation (CEN) par 130 médias, associations de journalistes, organisations non gouvernementales, entreprises et organisations internationales pour favoriser une information libre, indépendante et vérifiée à travers le monde.

En ce qui concerne la déontologie des programmes et de protection du jeune public :

- la Direction de l'Information est chargée 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 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 2022, le groupe TF1 a reçu de la part de l'ARCOM 3 mises en garde concernant LCI et aucune mise en demeure.

ajustements sont envisagés. 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) sont certifiés *Digital Ad Trust*, un label exigeant pour une meilleure transparence et qualité publicitaire. Depuis 2017, ce label offre des garanties sur la sécurité des sites Internet, pour répondre aux nouvelles exigences des annonceurs et des utilisateurs.

aux objectifs de l'Organisation des Nations Unies pour le Développement. TF1 Pub examine également l'adéquation de toutes les communications publicitaires avec la programmation et la ligne éditoriale de TF1. TF1 a également signé la Charte alimentaire de l'ARCOM, s'engageant à diffuser annuellement au moins 17 heures de programmes promouvant une bonne hygiène de vie et une alimentation saine, tout en renvoyant au site mangerbouger.fr.

4.3.1.4. Protection des publics sensibles

Signalétique jeunesse

Depuis 2002, les chaînes hertziennes sont tenues de signaler les programmes hors publicité non adaptés à tous les publics. Chaque chaîne, responsable de sa signalétique, informe l'ARCOM de sa composition et des décisions de classification. La signalétique indique des recommandations d'âge pour les cinq catégories existantes (tous publics, - 10, - 12, - 16, - 18). TF1 ne diffuse pas de programmes classifiés - 18. Le Comité de Visionnage de TF1, composé des responsables de l'Antenne, de la programmation, des acquisitions et des programmes jeunesse, prend les décisions sur la signalétique à appliquer.

Une psychologue pour les programmes jeunesse (TFOU)

Depuis la création de la case jeunesse, chaque série achetée ou coproduite est visionnée en amont par les équipes artistiques et une psychologue pour enfants. Si des images sont jugées inappropriées, des coupes sont suggérées, ou des épisodes sont qualifiés comme non diffusables. Ces recommandations sont 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. Le Secrétariat général du Groupe contribue aux discussions visant à enrichir le site jeprotegemonenfant.gouv.fr, en particulier les rubriques destinées aux parents sur 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

4.3.2.1. Éthique et conformité dans les relations d'affaires

Le groupe TF1 promeut une culture d'éthique et de conformité par le biais de son Code Éthique et de ses programmes de conformité. Ces ressources, disponibles sur les intranets du Groupe et le site *corporate*, détaillent les bonnes pratiques pour assurer le respect de la politique éthique dans les relations d'affaires.

En 2023, le Groupe a renforcé la sensibilisation en organisant trois nouvelles sessions de formations, impliquant des avocats spécialisés, pour les managers et les personnes exposées aux risques de corruption.

En parallèle, le Groupe continue de proposer une formation *e-learning* obligatoire sur la lutte contre la corruption et sur le trafic d'influence. 95 % des collaborateurs en CDI ont suivi cette formation depuis 2020. Une nouvelle plateforme d'alerte professionnelle, conformément à la loi Wasserman, a été déployée pour signaler tout comportement contraire au Code Éthique.

Par ailleurs, les collaborateurs de Newen Studios ont accès à une formation en ligne sur la compliance. En 2023, plusieurs membres du Comité Exécutif ont participé au séminaire Éthique des Affaires organisé par le Groupe Bouygues pour les *top managers* des six métiers.

4.3.2.2. Achats Responsables

Dans ce chapitre, seules les relations d'affaires et les achats du groupe TF1 hors Newen Studios sont pris en compte. La décarbonation des achats du groupe TF1 (hors Newen Studios) est abordée au chapitre 4.1.4.2.

INDICATEURS ACHATS RESPONSABLES

Indicateurs achats responsables	Du 01/10/2022 au 30/09/2023	Du 01/10/2021 au 30/09/2022	Du 01/10/2020 au 30/09/2021
Périmètre total métier (<i>en millions d'euros</i>), montant achats adressables par la DAC	353,2	333,9	321,6
* Dépenses adressables avec des critères RSE (<i>en millions d'euros</i>), montant achats adressables par la DAC	353,2	333,9	321,6
Part des dépenses adressées / dépenses adressables (<i>en %</i>)	100	100	100
Nombre de fournisseurs évalués par Ecovadis	246	222	180
Chiffre d'affaires couvert par une évaluation Ecovadis (<i>en millions d'euros</i>)	216,9	194,7	226,1
Chiffre d'affaires réalisé avec le secteur adapté et protégé (<i>en milliers d'euros</i>)	1 359,2	1 086,1	875,7
% d'acheteurs formés aux Achats Responsables	100	-	70

Typologie des achats

Les achats de droits audiovisuels, représentant 663 millions d'euros, sont effectués par le groupement d'intérêt économique (GIE) Achats. Le principal risque associé à ces achats concerne la conformité (non-respect de la convention signée avec l'ARCOM), notamment en ce qui concerne les quotas d'œuvres d'expression française, et est suivi par l'Antenne, la Direction juridique et l'Audit Interne. La Direction des Achats Centralisés, hors programmes, joue un rôle central dans la démarche des Achats Responsables, représentant 353,19 millions d'euros (26 % du montant total des Achats du Groupe en 2023). Le reste des dépenses provient d'achats effectués directement par les entités, non couverts par la Direction des Achats Centralisés.

Démarche Achats Responsables de la Direction centrale des Achats (hors programmes)

Les achats responsables, la compliance et la relation avec les fournisseurs, figurent parmi les axes stratégiques de la Direction des achats hors programmes. Les priorités d'actions concernent notamment :

- une relation financière responsable et la promotion de relations équilibrées de long terme avec les fournisseurs ;
- l'animation de l'écosystème fournisseurs (évaluation des fournisseurs en consultation, rencontres fournisseurs) ;
- la réduction de l'impact social et environnemental, la maîtrise des risques RSE liés aux achats et à la chaîne d'approvisionnement ;
- le pilotage de la démarche de décarbonation des achats hors programmes (scope 3) ;
- les achats du secteur économique du handicap.

La Politique achats responsables, en accord avec la stratégie du groupe TF1, s'appuie sur la « Charte RSE Fournisseurs et/ou Sous-traitants » et la Charte « Relations Fournisseurs et Achats Responsables » disponibles sur le site du groupe TF1 ⁽¹⁾.

Chacun de nos contrats est assorti d'une clause « éthique et conformité » qui rappelle les engagements du groupe TF1. Cette clause vise à garantir le respect des normes éthiques et de conformité par le contractant, ainsi que par ses propres fournisseurs et/ou sous-traitants :

- d'une démarche socialement responsable ;
- de 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) ;
- de l'adoption des pratiques d'Achats Responsables.

Le respect de ces dispositions constitue une condition essentielle et incontournable de notre collaboration.

En 2023, TF1 a renouvelé son label « Relation Fournisseurs et Achats Responsables » basé sur le référentiel ISO 20400. Ce label, décerné par la Médiation interentreprises du ministère des Finances et le Conseil national des achats, reconnaît les engagements concrets de TF1 en matière d'achats responsables et témoigne de sa démarche d'amélioration continue. Le périmètre d'activités du Groupe couvre les achats hors programmes et exclut les filiales de Newen Studios.

Équité financière et promotion de relations durables et équilibrées

Le Groupe privilégie la mise en place de contrats-cadres et de contrats pluriannuels avec ses fournisseurs, dans le cas de prestations nécessitant des investissements importants. Le groupe TF1 s'est doté depuis plusieurs années d'un cadre contractuel équilibré et conforme, dont les Conditions Générales d'Achat sont régulièrement revues. En cas de litige, le Groupe propose le recours à la médiation, un mode alternatif de règlement des conflits volontaire et non contraignant, visant à prévenir tout litige potentiel en dehors des procédures judiciaires.

Le Groupe s'est par ailleurs engagé à réduire de moitié d'ici à 2023 le pourcentage de factures payées en retard, notamment grâce à la digitalisation du processus de commande et de règlement (envoi automatique des commandes et des relances de facturation aux fournisseurs, ouverture d'une boîte mail dédiée aux échanges avec les fournisseurs). À ce jour, 87 % des factures sont reçues sous format dématérialisé. Le Groupe a également mis à disposition une Charte Facture, pour partager les bonnes pratiques et faciliter les échanges administratifs avec les fournisseurs (disponible sur le site www.groupe-tf1.fr à la rubrique Engagements > Achats Responsables > Règlement fournisseurs).

Évaluation des fournisseurs avec Ecovadis et le questionnaire RSE

Les évaluations RSE réalisées par Ecovadis, tiers indépendant, permettent d'évaluer la maturité RSE des fournisseurs en processus de consultation et en exécution de marché. Les fournisseurs majeurs sont prioritairement évalués lorsque les enjeux dépassent 200 000 euros, et les fournisseurs identifiés dans la cartographie des risques RSE le sont dès que leur chiffre d'affaires avec le groupe TF1 dépasse 70 000 euros. Le Groupe encourage ses fournisseurs à s'engager dans une démarche de progrès continu, incitant ceux identifiés comme « à risque » (note globale $\leq 35/100$) à mettre en œuvre un plan d'action correctif.

À fin septembre 2023, 246 fournisseurs ont fait l'objet d'une évaluation EcoVadis dans les trois dernières années. Parmi les entreprises évaluées, 30 % emploient entre 100 et 999 personnes ; 13 % emploient entre 26 et 99 personnes, 9 % moins de 25 personnes et 48 % plus de 1 000 personnes. La moyenne des scores du portefeuille fournisseurs sollicités et évalués est de 61,88/100 (moyenne globale EcoVadis : 45,7/100). 79 % 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, renforcé depuis le dernier trimestre 2022 sur les volets environnementaux, éthiques et de gouvernance, permet une analyse rapide et efficace des enjeux RSE des fournisseurs.

Formation et implication des acheteurs

En 2023, les acheteurs ont suivi une formation spécifique « Impact carbone et Achats Responsables » ainsi qu'un cycle global Groupe « Transition écologique » et une formation anti-corruption.

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, le recours au secteur économique du handicap ou le déploiement des évaluations RSE.

(1) <https://groupe-tf1.fr/fr/engagements-rse/achats-responsables>

Recours au secteur économique du handicap

L'accord collectif du Groupe 2023-2025, visant à favoriser l'insertion et le maintien dans l'emploi des collaborateurs en situation de handicap, inclut des dispositions concernant le recours au secteur protégé et adapté. La DAC s'engage à générer un chiffre d'affaires d'au moins 800 000 euros sur la durée de l'accord.

Intégration de critères et clauses de responsabilité sociétale dans les appels d'offres

Le groupe TF1 s'engage activement depuis plus de 10 ans en faveur de l'insertion des personnes en situation de handicap. La signature du Manifeste pour l'inclusion des personnes handicapées dans la vie économique a accéléré le plan d'action de la Direction des Achats Centralisés (hors programmes). Ce plan inclut l'intégration systématique de critères sociaux relatifs à l'inclusion et au handicap dans tous les appels d'offres. Lorsque cela est possible, une clause sociale peut également être intégrée, exigeant du candidat le respect d'un engagement social comme critère de recevabilité.

Par ailleurs, TF1 entend poursuivre l'intégration de critères RSE et bas carbone dans les cahiers des charges et le choix des fournisseurs. La pondération RSE représente au moins 15 % de la note globale des appels d'offres. Ce processus permet de sélectionner les fournisseurs

en accord avec nos valeurs et de départager des soumissionnaires en fonction de la qualité de leurs produits/services et/ou de leurs coûts, ou en fonction de leur conformité aux exigences minimales du cahier des charges (écoconception, recyclabilité, consommation énergétique).

Depuis fin 2022, le Groupe travaille sur le déploiement du critère « achats bas carbone » dans le choix des fournisseurs, avec des exigences minimales dans les cahiers des charges et des engagements de diminution des émissions de GES.

Actions responsables en dehors de la Direction centrale des Achats

Achats de droits audiovisuels

La prévention des problématiques éthiques liées aux achats de droits est notamment assurée, en application de la politique Compliance du groupe TF1, *via* l'intégration des clauses de compliance dans les contrats d'achats de droits du Groupe.

En ce qui concerne le 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 tels que la Coupe du monde de football, *via* un Comité ad hoc du Conseil d'Administration, la Direction juridique étant, dans le cas de droits sportifs, systématiquement associée à l'élaboration des offres.

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, détaillé au 4.1.1.2.

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.

Devoir de vigilance

En 2023, le Groupe a renouvelé son travail autour du Devoir de vigilance, coordonné par Bouygues SA. Ce projet est piloté par le Juridique, en relation avec les autres Directions (RSE, Achats et Audit interne) et donnera lieu en 2024 à la publication d'un plan de vigilance actualisé pour le groupe Bouygues. Dans le cadre de cet exercice, TF1 a conduit de nombreux entretiens avec les différents métiers pour évaluer les risques auxquels il est soumis et leur degré de maîtrise, aussi bien les sujets de droits humains que de santé/sécurité et les risques environnementaux.

Analyse de matérialité

S'agissant de définir ses enjeux prioritaires RSE, le groupe TF1 a consulté en 2021 un panel de citoyens, 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) et d'institutionnels (Ademe, CNCPH).

Dans la continuité de sa matrice de matérialité simple réalisée en 2021, le groupe TF1 a travaillé aux côtés du cabinet BL Évolution à la réalisation de sa première matrice de double matérialité. Dans le cadre de cette analyse, des parties prenantes internes (membres du COMEX) et externes (producteur, institutionnel, associatif, etc.) sont interrogées afin d'alimenter les matérialités d'impact et financières. Ce projet a pour vocation de définir les enjeux matériels pour le Groupe et de le préparer au mieux à la future CSRD, directive sur le *reporting* extra-financier.

Écosystème publicitaire

En 2023, 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.

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 dont l'objectif est de permettre aux publics de trouver toutes les réponses à leurs questions grâce à un formulaire de contact intuitif ;
- 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 4.2.3.1.

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 4.2.3.1.).

4.3.3. PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES ET CYBERSÉCURITÉ

4.3.3.1. RGPD

En 2018, le groupe TF1 a nommé un délégué à la protection des données (DPO) pour TF1 et Newen Studios. Le DPO supervise un réseau de 54 référents Data, comprenant des opérationnels et des juristes de chaque Direction ou filiale. Une politique générale « RGPD » a été établie, comprenant des règles internes et des fiches métiers que chaque collaborateur doit suivre en matière de protection des données personnelles.

Pour répondre au principe de responsabilité, le groupe TF1 et ses filiales ont également mis en place des procédures de gestion des droits individuels, de violation des données personnelles, ainsi que des référentiels tels que la durée de conservation, la *check-list* Sécurité et la *check-list* Privacy By Design.

Ces règles, fiches, procédures et référentiels sont accessibles sur l'Intranet de l'entreprise dans la section RGPD. Un outil de pilotage de la conformité au RGPD, appelé *Data Privacy*, a été déployé pour faciliter le processus de mise en conformité, l'industrialisation des mises à jour des registres des traitements et la gestion des demandes d'exercice des droits.

En 2023, le Groupe a instauré un *e-learning* RGPD obligatoire suivi par 94 % des collaborateurs. Pour renforcer les compétences, un parcours de formations métiers de niveau 2 a été ajouté en 2022, relayé *via* des articles sur l'intranet de Newen Studios. Les collaborateurs ont également accès à une formation en ligne obligatoire sur le RGPD.

4.3.3.2. Cybersécurité

Le groupe Bouygues et le groupe TF1 sont accompagnés par un cabinet d'audit et de conseil dans le cadre d'une mission de réassurance sur les feuilles de route Cybersécurité. L'objectif est d'obtenir une opinion externe sur la pertinence du plan d'action pour adresser les risques de cyberattaques pesant sur les activités stratégiques de TF1. Cet accompagnement permet d'ajuster en continu la trajectoire et la feuille de route cybersécurité en fonction de l'évolution de la menace. Il inclut une évaluation bisannuelle de la trajectoire et une évaluation annuelle de la maturité cybersécurité basée sur le référentiel NIST. De plus, en 2023 pour TF1, plus de 200 jours homme ont été affectés

à des audits/test d'intrusion Cyber. Des actions de sensibilisation des utilisateurs au *phishing* ont également eu lieu *via* des campagnes mensuelles.

Des plans d'actions visant à renforcer la protection des infrastructures de diffusion, des postes de travail et des serveurs ont été poursuivis. Les dispositifs de détection et réaction aux incidents de sécurité ont été renforcés en élargissant les périmètres couverts et en améliorant les détections des périmètres déjà couverts. Les plans de reprise d'activité à la suite d'un sinistre majeur vont faire l'objet de travaux complémentaires en 2024.

4.4. RAPPORT DU VÉRIFICATEUR INDÉPENDANT SUR LA VÉRIFICATION DE LA DÉCLARATION CONSOLIDÉE DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Exercice clos le 31 décembre 2023

À la Direction Générale,

A 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 2023 (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. 225105 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.

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 disponibles sur demande au siège de la société Télévision Française 1 – TF1).

Limites inhérentes à la préparation des Informations

Les Informations peuvent être sujettes à une incertitude inhérente à l'état des connaissances scientifiques ou économiques et à la qualité des données externes utilisées. Certaines informations sont sensibles aux choix méthodologiques, hypothèses et/ou estimations retenues pour leur établissement et présentées dans la Déclaration.

Responsabilité de l'Entité

Dans le cadre de cette démarche volontaire, il appartient à la direction de :

- sélectionner ou d'établir des critères appropriés pour la préparation des Informations ;
- préparer 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 et par ailleurs les informations prévues par l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 (taxonomie verte) ;
- préparer la Déclaration en appliquant le Référentiel de l'Entité tel que mentionné ci-avant ;
- ainsi que mettre en place le contrôle interne qu'elle 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 par le Conseil d'administration.

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. 225105 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 2023 et février 2024 sur une durée totale d'intervention de cinq 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 douze entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration, représentant notamment les directions conformité, ressources humaines, achats et responsabilité sociétale de l'entreprise.

Nature et étendue des travaux

Nous avons planifié et effectué nos travaux en prenant en compte le risque d'anomalies significatives sur les Informations.

Nous estimons que les procédures que nous avons menées en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée :

- 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 du Code de commerce en matière sociale et environnementale ainsi que de respect des droits de l'homme et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale 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 les informations prévues au II de l'article R. 225-105 du Code de commerce lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques ;
- 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 considéré les plus importantes présentées en Annexe 1. Pour l'ensemble des risques, nos travaux ont été réalisés au niveau de l'entité consolidante, pour les autres risques, des travaux ont été menés au niveau de l'entité consolidante et auprès de l'entité Newen Studios et du siège de TF1 ;
- Nous avons vérifié que la Déclaration couvre le périmètre consolidé, à savoir l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l'article L. 233-16 du Code de commerce avec les limites précisées dans la Déclaration nous avons pris connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par 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 considéré 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 sélection d'entités contributrices listées ci-dessus et couvrent entre 67,1 % et 93,9 % des données consolidées sélectionnées pour ces tests (93,9 % des effectifs, 67,1 des consommations d'énergie) ;
- 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.

Les procédures mises en œuvre dans le cadre d'une mission d'assurance modérée sont moins étendues que celles requises pour une mission d'assurance raisonnable effectuée selon la doctrine professionnelle ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

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 couvre ainsi entre 95% et 100% des Informations Sélectionnées. Nous estimons que ces travaux nous permettent d'exprimer une assurance raisonnable sur les Informations Sélectionnées.

Paris-La Défense, le 14 février 2024

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 décembre 2023 (nombre)	La diversité et l'inclusion (dont l'égalité femmes-hommes) en interne
Part des femmes parmi les effectifs (%)	La qualité de vie au travail et les relations sociales, dont un focus sur la Gestion des emplois et des parcours professionnels (GEPP)
Part des femmes parmi les cadres dirigeants (%)	La marque employeur
Part des femmes au Comité de Management (COMGT) (%)*	Les résultats de la politique de formation, dont un focus sur les enjeux de transition écologique
Part des femmes recrutées dans les filières IT, data et digital (%)*	
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) aux enjeux liés à la transition écologique	
Indicateur sur la part variable versée aux cadres « chefs de service et + » alignée sur les objectifs RSE	
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)
Le total des émissions de gaz à effet de serre (scope 1 à 3a)	Les résultats de la Feuille de route climat (niveau de déploiement de la politique de décarbonation), dont focus sur la décarbonation des achats et l'écoproduction
Part des contrats intégrant une clause carbone avec suivi sur les 70 fournisseurs prioritaire (%)*	Les contenus à valeur ajoutée environnementale
	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 2023 (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
	La diversité et l'inclusion (dont l'égalité femmes-hommes) à l'antenne
	L'éducation aux médias