



# RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DE L'ENTREPRISE **RFA**

<b>AVANT-PROPOS</b>	<b>250</b>	<b>7.2 INFORMATIONS ENVIRONNEMENTALES</b>	<b>276</b>
Organisation	250	7.2.1 Démarche générale	276
Adhésion au Pacte Mondial (Global compact)	250	7.2.2 Paramètres du reporting environnemental	277
Cadres de référence pour le reporting RSE du Groupe et mise en œuvre du principe « appliquer ou expliquer »	250	7.2.3 Pollutions et nuisances	278
Périmètre et principe concernant la consolidation	250	7.2.4 Économie circulaire	278
Étude de matérialité	251	7.2.5 Changement climatique	281
Enjeux, parties prenantes, dialogue et exemples d'action	252	<b>7.3 INFORMATIONS SOCIETALES</b>	<b>284</b>
Reconnaissance de la performance du groupe TF1 dans les indices boursiers de développement durable	257	7.3.1 Démarche générale	284
Engagement des dirigeants, part variable dans la rémunération	257	7.3.2 Paramètres du reporting sociétal	284
<b>7.1 INFORMATIONS SOCIALES</b>	<b>258</b>	7.3.3 Impact territorial, économique et social	285
7.1.1 Démarche générale	258	7.3.4 Relations avec le public	286
7.1.2 Paramètres du reporting social	258	7.3.5 Actions de partenariat et de mécénat	286
7.1.3 Effectifs	259	7.3.6 Innovation et écosystème des start-up, intrapreneuriat	287
7.1.4 Organisation du temps de travail	261	7.3.7 Démarche Achats responsables	287
7.1.5 Rémunération et épargne salariale	263	7.3.8 Accessibilité des programmes	290
7.1.6 Relations professionnelles, bilan des accords collectifs	264	7.3.9 Protection du jeune public	292
7.1.7 Conditions d'hygiène, de sécurité et de santé	265	7.3.10 Promotion de la diversité	292
7.1.8 Lutte contre les discriminations, égalité des chances	267	7.3.11 Enjeux des médias digitaux	293
7.1.9 Développement des compétences	270	<b>7.4 RAPPORT D'ASSURANCE MODÉRÉE DU VERIFICATEUR INDEPENDANT SUR UNE SÉLECTION D'INFORMATIONS EXTRA-FINANCIÈRES</b>	<b>294</b>
7.1.10 Attraction et rétention des talents	273		
7.1.11 Relation avec les écoles, accueil des stagiaires et des alternants	274		
7.1.12 Cadre social	274		



## AVANT-PROPOS

### ORGANISATION

Sur l'ensemble des volets sociaux, environnementaux et sociétaux, la politique de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (RSE) du Groupe est le fruit d'une collaboration de tous les secteurs de l'entreprise, coordonnée par la Direction RSE (une personne à temps plein) qui assure également la réalisation du *reporting* extra-financier.

La Direction RSE, en place depuis 2005, est rattachée depuis février 2016 à Arnaud Bosom, membre du Comité Exécutif également en charge de la Direction des Relations Humaines.

En 2014, le Conseil d'Administration a décidé de se doter d'un Comité de l'Éthique et de la RSE (cf. chapitre 3.2).

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

### ADHESION AU PACTE MONDIAL (GLOBAL COMPACT)

Le groupe Bouygues, au nom de l'ensemble des métiers qu'il représente, dont TF1, a renouvelé en 2018 son engagement auprès d'autres entreprises françaises et internationales à respecter et promouvoir les dix principes de la Charte du Pacte Mondial dans le domaine des Droits de l'Homme, des Droits du travail, de l'Environnement et de la lutte contre la corruption.

Le groupe TF1 publiera en 2019 un *reporting* faisant référence aux ODD (Objectifs de Développement Durable) selon les recommandations du Global Compact.

### CADRES DE RÉFÉRENCE POUR LE *REPORTING* RSE DU GROUPE ET MISE EN ŒUVRE DU PRINCIPE « APPLIQUER OU EXPLIQUER »

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.

Néanmoins le Groupe a pris la décision de publier de façon volontaire ce rapport couvrant les enjeux sociaux, environnementaux et sociétaux du groupe TF1 présenté selon les précédentes exigences réglementaires françaises du décret n° 2012-557 du 24 avril 2012 lié à l'article 225 de la loi Grenelle 2, augmentées des demandes formulées dans le décret du 19 août 2016 (ajout des émissions significatives de

GES, y compris en scope 3, économie circulaire, lutte contre le gaspillage alimentaire et autres formes de valorisation des ressources).

Le groupe a également choisi de maintenir une vérification par une tierce partie pour la septième année consécutive. Voir le rapport du vérificateur indépendant sur une sélection d'informations extra-financières au chapitre 7.4.

La définition et la méthode de collecte des indicateurs sociaux d'une part, environnementaux et sociétaux de l'autre, ont fait l'objet de deux guides méthodologiques, partagés avec les contributeurs, les correspondants de la Direction développement durable de Bouygues SA et le vérificateur indépendant.

### PÉRIMÈTRE ET PRINCIPE CONCERNANT LA CONSOLIDATION

Le groupe TF1 réalise son chiffre d'affaires principalement en France et en Europe. En 2018 la répartition est la suivante : 94,2% (96,1 % en 2017) en France, 4,2 % (3,5 % en 2017) en Europe hors France et 1,6 % (0,4 % en 2017) pour les autres pays.

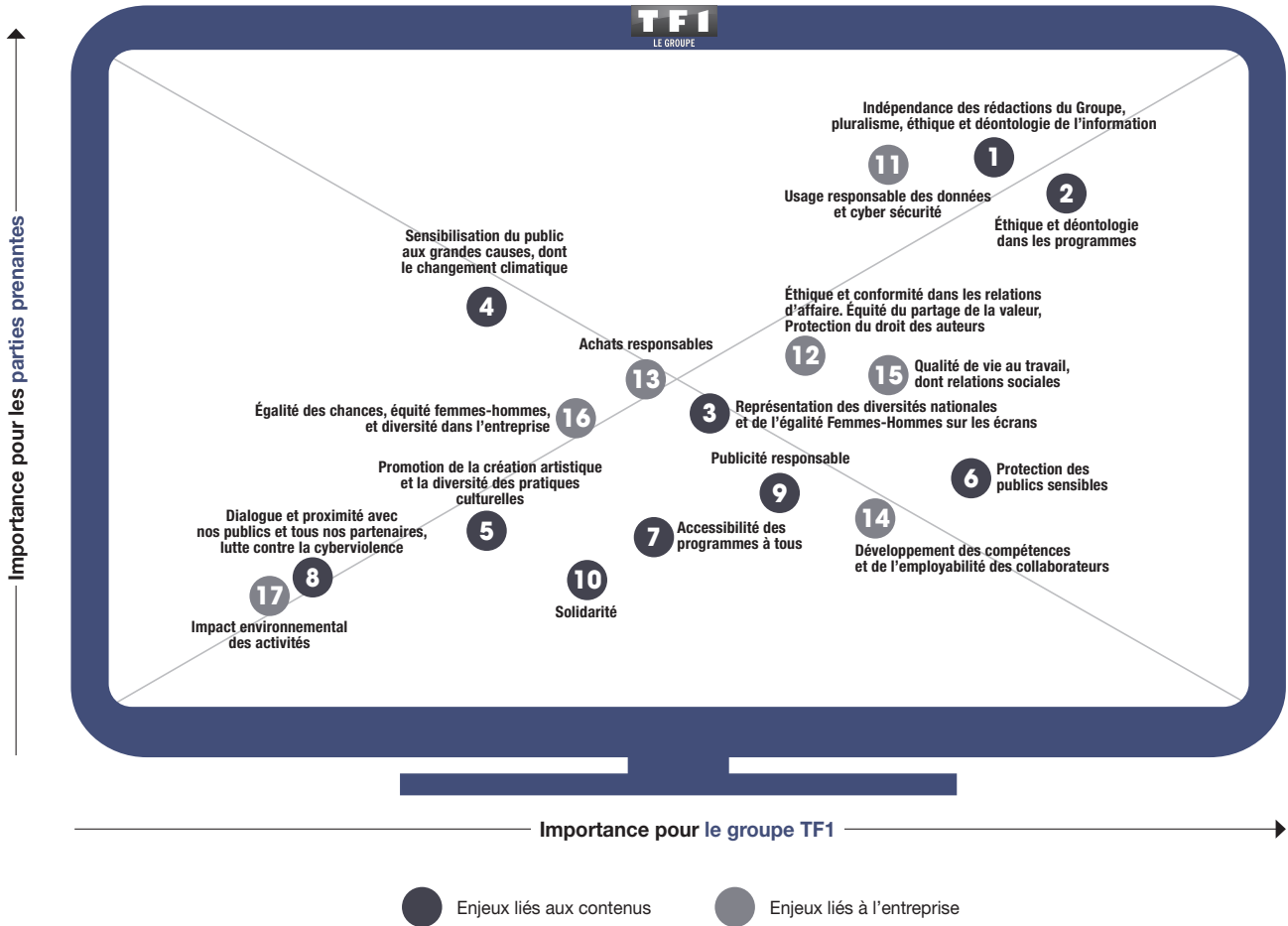
Les sociétés en intégration globale ou partielle sont incluses dans le *reporting* sauf si le groupe TF1 n'est pas opérateur de cette entité, c'est-à-dire s'il n'en a pas la responsabilité managériale. Une société a la responsabilité managériale d'une entité lorsqu'elle a le pouvoir de décision sur les procédures opérationnelles de cette entité.

Modification survenue depuis le dernier *reporting* : acquisition par le groupe TF1 du groupe AUFEMININ, consolidé dans les comptes à compter du 30 avril 2018 et acquisitions de Doctissimo et Gammed!

Le périmètre extra-financier peut varier selon les indicateurs. Lorsque c'est le cas (périmètre inférieur à 100 % du CA ou de l'effectif global), ce périmètre est systématiquement précisé dans la note méthodologique introductive ou directement dans les tableaux.

## ETUDE DE MATERIALITE

Le détail de la méthodologie mise en place pour l'étude de matérialité figure dans le rapport intégré du présent document.



## ENJEUX, PARTIES PRENANTES, DIALOGUE ET EXEMPLES D'ACTION<sup>(1)</sup>

Nom de l'enjeu <sup>(2)</sup>	Acteurs internes	Partie prenante	Mode de dialogue	Exemples d'actions et indicateurs	
1	Indépendance des rédactions du Groupe, pluralisme, éthique et déontologie de l'information	Direction de l'Information Société des journalistes, Direction des Affaires juridiques, Secrétariat général	Autorité de régulation (CSA) Public Comité Indépendance et Pluralisme	Participation aux groupes de travail, rédaction de bilans, propositions	En 2018 : <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Première réunion du comité Indépendance et pluralisme mis en place en 2017 (reste en attente de cadrage du CSA sur les modalités de fonctionnement).</li> </ul> <u>Indicateurs</u> : remarques (mise en garde/en demeure) du CSA. Pour la dernière année étudiée (2017) : 1 mise en garde (Protection de l'identité de mineurs dans un épisode de 7 à 8). <b>Voir chapitre Risques – Éthique et déontologie/information</b>
2	Éthique et déontologie dans les programmes	Unités de programmes, Direction de la conformité, Direction des Affaires juridiques, Secrétariat général	CSA Producteurs Public	Échanges directs avec les contributeurs aux contenus info et programme, rappel de la convention signée avec le CSA dans les contrats	Chaque année : <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Dialogue avec les producteurs ;</li> <li>■ Contrôle permanent et visionnage des programmes par la Direction de l'Antenne et la direction de la conformité programmes.</li> </ul> <u>Indicateurs</u> : remarques (mise en garde/en demeure) du CSA. pour la dernière année étudiée (2017) : 0. <b>Voir chapitre Risques – Éthique et déontologie/programmes</b>
3	Représentation des diversités nationales et de l'égalité Femmes-Hommes sur les écrans	Unités de programmes, Direction de l'Information, Direction des Relations humaines/formation	Producteurs CSA Public	Rappel de la convention signée avec le CSA dans les contrats Organisation de Conférences	Chaque année : <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Engagements quantitatifs vis-à-vis du CSA ;</li> <li>■ Courrier aux producteurs d'émissions de flux rappelant l'importance de la diversité dans les castings.</li> </ul> En 2018 : <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 2<sup>ème</sup> édition de l'étude « Femmes dans l'info » ;</li> <li>■ Organisation de l'événement « Expertes à la Une » ;</li> <li>■ Partenariat avec Vox Femina/prix « Femmes en Vue » et organisation par TF1 de média-training pour 24 expertes ;</li> <li>■ Diffusion du programme court « C'est Quoi Cette Question » sur la lutte contre les discriminations.</li> </ul> <u>Indicateur</u> : nombre de femmes dans les journaux télévisés parmi l'ensemble des intervenants. Résultat selon la dernière étude interne réalisée en 2018 sur les JT de TF1 : 39 %, soit un progrès de 5 points sur la présence de femmes en général (de 34 à 39 %) et des expertes en particulier (de 22 à 27 %) par rapport à l'étude menée en 2016. <b>Voir 7.3.10 Promotion de la diversité</b>
4	Sensibilisation du public aux grandes causes, dont le changement climatique	Unités de programmes, Direction de l'Information, Réseaux sociaux	Producteurs Public Communication externe Journalistes de la Rédaction	Échanges avec les producteurs ; Relations téléspectateurs	Chaque année : <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Sujets régulièrement couverts dans les JT favorisant le partage de solutions ;</li> <li>■ Messages dans les bulletins météorologiques</li> </ul> Ligne éditoriale dédiée à 100 % au développement durable sur Ushuaïa TV. En 2018 : <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Mise en ligne du podcast « Impact Positif » réalisé par la journaliste de LCI, Sylvia Amicone.</li> </ul> <b>Voir 7.2.1 Démarche générale en matière d'environnement</b>
5	Promotion de la création artistique et la diversité des pratiques culturelles	Unités de programmes, Direction de l'Information, Innovation et digital	Producteurs Public	Rencontres très fréquentes avec les écoles, les ateliers de création Encouragement à l'élargissement des castings	Chaque année : <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Intégration de la diversité culturelle dans la démarche Achats de Droits ;</li> <li>■ Développement de la création pour la Seine Musicale, TF1 Musique, TF1 Film Productions ;</li> </ul> En 2018 : <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Renouvellement du soutien à La Chance aux concours, du partenariat avec la FEMIS (formation de scénaristes), nouveau partenariat avec l'association Moteur !</li> </ul> <b>Voir 7.3.5 Actions de Mécénat et partenariats</b>



Nom de l'enjeu <sup>(2)</sup>	Acteurs internes	Partie prenante	Mode de dialogue	Exemples d'actions et indicateurs	
6	Protection des publics sensibles	Direction de l'Antenne et de la Diffusion	Public CSA	Engagement pris auprès du CSA, bilan annuel	<p>Chaque année :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Pas de programmes interdits aux moins de 18 ans, signalétique sur les contenus qui ne sont pas « tous publics » ;</li> <li>■ Psychologue pour enfants qui visionne toutes les séries jeunesse achetées par TF1.</li> </ul> <p><b>Voir 7.3.9 Protection du jeune public</b></p>
7	Accessibilité des programmes à tous	Direction de l'Antenne et de la Diffusion	Public Associations	Échanges avec les associations de personnes concernées par les handicaps sensitifs, mails des téléspectateurs	<p>Chaque année :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Sous-titrage et audiodescriptions des programmes toujours au-delà des obligations légales sur toutes les antennes du Groupe.</li> </ul> <p>En 2018 :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Implémentation de la solution Facil'ITI pour l'accessibilité sur le site de MYTF1.fr et LCI.fr, La start-up Facil'ITI est incubée dans la 2<sup>ème</sup> saison du Medialab TF1 à Station ;</li> <li>■ Sur le sous-titrage et audiodescription à l'Antenne : développement des échanges et retours d'expérience avec les associations d'utilisateurs.</li> </ul> <p><u>Indicateurs</u> : pourcentages de programmes sous-titrés et nombre de programmes audio décrits par rapport aux obligations.</p> <p><b>Voir 7.3.8 Accessibilité des programmes</b></p>
8	Dialogue et proximité avec nos publics et tous nos partenaires, lutte contre la cyberviolence	Direction de la communication externe, <i>Community managers</i> , Médiatrice de l'information	Public	Réponse personnalisée aux mails, téléphone et courrier	<p>Chaque année :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Animation des réseaux sociaux par les <i>community managers</i> ;</li> <li>■ Réponses données par la Médiatrice de l'information ;</li> <li>■ Organisation par la Fondation de rencontres avec les lycéens, de stages « découverte » pour les écoles de troisième, visites à TF1 ;</li> <li>■ Charte pour le Respect sur tous les sites et RS du Groupe. (Partenariat avec Respect Zone).</li> </ul> <p>En 2018 :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Diffusion du téléfilm « Le Jour où j'ai brûlé mon cœur », relais de la campagne du ministère de l'éducation nationale sur la lutte contre le harcèlement scolaire à l'Antenne et sur les réseaux sociaux.</li> </ul> <p><u>Indicateurs</u> : millions d'abonnements aux comptes des réseaux sociaux du Groupe (en 2018 : plus de 72)</p> <p><b>Voir 7.3.4 Relations avec le public</b></p>
9	Publicité responsable	TF1 Publicité Direction, commerciale, Direction du Développement de TF1 Publicité	ARPP, Public, Annonceurs, Agences médias, Autorité de la concurrence	Publication des conditions générales de vente, site Internet www.tf1pub.fr, magazine Références, événements, Campus, etc.	<p>Chaque année :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Réglementations publicitaires et règles déontologiques appliquées à tous les messages publicitaires, quels que soient le support et le format de diffusion, notamment SMAD (Services de Médias Audiovisuels à la Demande).</li> </ul> <p>En 2018 :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Diffusion d'un écran publicitaire quotidien dédié aux produits « verts » pendant la semaine du développement durable.</li> </ul> <p><b>Voir chapitre Risques Déontologie et éthique de la publicité</b></p>



Nom de l'enjeu <sup>(2)</sup>	Acteurs internes	Partie prenante	Mode de dialogue	Exemples d'actions et indicateurs	
10	Engagement sociétal	Antennes TF1 Publicité Comité « TF1 Initiatives », Fondation d'entreprise, DRH/ communication interne	Associations et ONG	Réponse aux sollicitations, Contrats pluriannuels et partenariats	<p>Chaque année :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Nombreux types d'aides mis en œuvre par les Antennes et TF1 Publicité : fabrication de spots, espaces gracieux, opérations spéciales, reversement du gain des jeux...</li> </ul> <p>En 2018 :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Première année de déploiement de la démarche « TF1 Initiatives » ;</li> <li>■ Nombreux événements réalisés dans le cadre des partenariats avec Sport Dans la Ville, Fraternité Générale et Respect Zone ;</li> <li>■ Programme d'engagement des collaborateurs et notamment « semaine de l'engagement » en avril 2018.</li> </ul> <p><u>Indicateurs :</u> Valorisation des dons faits par le groupe : 38,4 millions d'euros Nombre d'associations aidées : 137</p> <p><b>Voir 7.3.5 Actions de partenariats et de mécénat</b></p>
11	Usage responsable des données et cyber sécurité	Direction des Affaires juridiques TF1 Digital, TF1 Publicité, Direction des moyens internes, DRH	Collaborateurs, Internautes, Prestataires	Politique de confidentialité accessible en ligne sur tous les supports MYTF1, articles dans l'Intranet	<p>Depuis 2007,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Politique de traitement et sécurisation des données personnelles recueillies, renforcement des dispositifs de chiffrement en interne, signature d'un avenant de confidentialité pour les collaborateurs ayant accès aux données à caractère personnel ;</li> <li>■ Signature par TF1 Publicité de la Charte européenne de l'IAB Europe ;</li> <li>■ Mise en place d'un groupe de travail RGPD en 2017.</li> </ul> <p>En 2018 :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Réunions régulières du groupe de travail pour mettre en place plusieurs actions dont la désignation du <i>Data Protection Officer</i> (DPO), développement de la politique Générale « RGPD », composée de règles internes et fiches « métiers », formations, dispositifs techniques renforcés, informations aux usagers...</li> </ul> <p><b>Voir chapitre Risques Enjeux des médias digitaux/Protection des données personnelles et des données des usagers</b></p>
12	Éthique et conformité dans les relations d'affaire, Équité du partage de la valeur, Protection du droit des auteurs	Direction des Affaires juridique et Secrétariat général	Fournisseurs, Pouvoirs publics, Internautes, Plateformes de partage de contenus	Actions judiciaires et actions de sensibilisation (lutte contre le piratage)	<p>Chaque année depuis 2015 :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Comité d'Éthique et de la RSE ;</li> <li>■ Code d'Éthique et Programmes de Conformité ;</li> <li>■ Charte de Relations Institutionnelles ;</li> <li>■ Cartographie des risques Éthique et Conformité ;</li> <li>■ Guide pratique de l'Éthique au quotidien ;</li> <li>■ Actions visant à supprimer les contenus illégaux sur les plateformes de partage et réseaux sociaux, avec des outils dédiés.</li> </ul> <p><b>Voir chapitre Risques Démarche éthique et responsabilité sociétale du Groupe ; Enjeux des médias digitaux/Lutte contre le piratage, protection du droit des auteurs</b></p>



Nom de l'enjeu <sup>(2)</sup>	Acteurs internes	Partie prenante	Mode de dialogue	Exemples d'actions et indicateurs
13 Achats responsables	Direction Centrale des Achats, Téléshopping, TF1 Entreprises, GIE Achats de Droits	Fournisseurs, Ayants droits	Échanges avec les fournisseurs, Clauses contractuelles, Charte des Achats responsables	<p>Chaque année :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Démarche Achats responsables : évaluation des fournisseurs via Ecovadis, clause « Éthique et Diversité » dans les contrats ;</li> <li>■ Chiffre d'affaires réalisé avec les entreprises employant des travailleurs en situation de handicap.</li> </ul> <p>En 2018 :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Renouvellement du Label Relations Fournisseur Responsables.</li> </ul> <p><u>Indicateurs :</u> K euros de CA réalisé avec le secteur adapté et protégé. En 2018 : 261,1 Nombre de fournisseurs évalués par la plateforme Ecovadis en 2018 : 183</p> <p><b>Voir 7.3.7 Démarche achats responsables</b></p>
14 Développement des compétences et de l'employabilité des collaborateurs	DRH/Direction des Talents	Collaborateurs	Entretiens de performance et entretiens de carrière, Petits-déjeuners thématiques, rencontres avec le PDG, Communication de la stratégie via une <i>newsletter</i> mensuelle	<p>Chaque année depuis 2016 :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Offre de formation proposée par l'Université TF1 à 100 % des collaborateurs axée sur l'innovation, Business et Digital (plan Connect). Culture « apprenante », de partage et transmission de compétences (formats d'apprentissages diversifiés, association des collaborateurs à la construction des parcours de formation, valorisation des expertises internes...).</li> </ul> <p>En 2018 :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Lancement de la démarche de GEPP (Gestion des emplois et des parcours professionnels) ;</li> <li>■ Fin du parcours Connect pour la sensibilisation des collaborateurs à l'évolution de leur écosystème et aux enjeux métiers et business du digital.</li> </ul> <p><u>Indicateurs :</u> % de collaborateurs ayant bénéficié d'un entretien annuel. En 2018 : 89,8 % Taux de mobilité interne parmi les recrutements (en %). En 2018 : 37,9 %</p> <p><b>Voir 7.1.9 Développement des compétences et 7.1.10 Attraction et rétention des talents</b></p>
15 Qualité de vie au travail, dont relations sociales	DRH/Affaires sociales, <i>managers</i>	Collaborateurs et IRP	Négociation d'accords avec les IRP, publications de la communication	<p>Chaque année</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ L'ensemble des sociétés du Groupe est doté d'instances de représentation du personnel ;</li> <li>■ Nombreux accords signés avec les IRP (diversité, handicap, intéressement, temps de travail...).</li> </ul> <p>En 2018 :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Élections des nouveaux Comités Social et Économique ;</li> <li>■ Accords signés : avenant n° 2 relatif aux objectifs de l'accord d'intéressement groupe TF1 ; accord relatif au fonctionnement du Comité Social et Économique ; accord relatif au vote électronique en vue des élections professionnelles ; accord sur les moyens syndicaux ; accord de méthode encadrant les différentes négociations obligatoires à opérer au sein du Groupe TF1 ;</li> <li>■ Nouvelle édition du baromètre de satisfaction.</li> </ul> <p><u>Indicateurs :</u> taux de participation et de satisfaction au baromètre. (46 % et 66 %)</p> <p><b>Voir 7.1.6 Relations professionnelles, bilan des accords collectifs</b></p>





Nom de l'enjeu <sup>(2)</sup>	Acteurs internes	Partie prenante	Mode de dialogue	Exemples d'actions et indicateurs	
16	Égalité des chances, équité femmes-hommes, et diversité dans l'entreprise	DRH/RH opérationnels et Affaires sociales, <i>managers</i>	Collaborateurs et IRP	Négociation d'accords avec les partenaires sociaux, publications de la communication interne	<p>Depuis 2007</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Accord égalité entre les hommes et les femmes ;</li> <li>■ Accord Handicap.</li> </ul> <p>Depuis 2016 :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Réseau mixte Fifty-Fifty ;</li> <li>■ Programme de <i>mentoring</i> interne et externe.</li> </ul> <p>En 2018 :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Poursuite de la formation <i>Leadership</i> Aufeminin pour favoriser l'évolution professionnelle de femmes dans l'entreprise ;</li> <li>■ Actions de sensibilisation au handicap pour les équipes RH – achat – communication interne ont été organisées.</li> </ul> <p><u>Indicateurs :</u>            Nbre de travailleurs handicapés :            % de femmes parmi les cadres : 55 %            % de femmes parmi les 150 membres du comité de <i>management</i> : 38 %</p> <p><b>Voir 7.1.8 Lutte contre les discriminations, égalité des chances</b></p>
17	Impact environnemental des activités	Direction des Affaires générales	Collaborateurs Fournisseurs	Clauses dans les cahiers des charges, Articles dans l'Intranet	<p>Depuis 2009</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Adhésion au collectif « Ecoprod » ;</li> <li>■ Plan de déplacement depuis 2010 ;</li> <li>■ Nombreuses actions de réduction dans la gestion des bâtiments et les process techniques.</li> </ul> <p>En 2018 :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Certification ISO 50 001 ;</li> <li>■ Signature d'un contrat Énergie Renouvelable pour le bâtiment ATRIUM ;</li> <li>■ Mise en place du tri sélectif.</li> </ul> <p><u>Indicateurs :</u> Évolution de la consommation électrique en 2018/à l'année 2017 : - 3,3 %</p> <p><b>Voir 7.2 Informations environnementales</b></p>

(1) Les objectifs liés à chaque enjeu sont à retrouver dans le Rapport intégré dans la rubrique « matrice de matérialité ».

(2) Les numéros ne constituent pas un classement par ordre de priorité de l'enjeu. Celui-ci est à retrouver dans la cartographie de matérialité présenté dans le Rapport intégré dans la rubrique « matrice de matérialité ».



## RECONNAISSANCE DE LA PERFORMANCE DU GROUPE TF1 DANS LES INDICES BOURSIERS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

TF1 a été confirmé en 2018 dans l'ensemble des indices suivants :

Agence de notation	Indice/notation
<b>RobecoSam</b>	■ DJSI World et DJSI Europe Index
<b>Vigéo (Eiris)</b>	■ Ethibel Sustainability Index Excellence Europe
<b>Ethifinance</b>	■ GAIA Index
<b>Oekom</b>	■ Statut Prime
<b>MSCI</b>	■ Note AA
<b>Thomson Reuters</b>	■ Diversity & Inclusion Index

TF1 a en outre été classé à la 20<sup>ème</sup> place du classement mondial Equileap sur la place faite aux femmes dans l'entreprise (cf. : <https://equileap.org/wp-content/uploads/2018/10/Equileap-Gender-Equality-Global-Report-and-Ranking-2018.pdf>)

## ENGAGEMENT DES DIRIGEANTS, PART VARIABLE DANS LA REMUNERATION

L'Institut du *Management* Bouygues organise régulièrement des séminaires 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 leur action quotidienne et de fédérer l'ensemble des dirigeants autour de valeurs communes.

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2014, sur proposition du Comité des Rémunérations, la rémunération variable du dirigeant mandataire social inclut un critère qualitatif relatif à la performance en matière de RSE : le maintien de la présence de TF1 dans au moins 4 indices de notation extra-financière.

La part variable de chacun des membres du COMEX comprend également depuis de 2017 un critère RSE qui en représente 5 %. Ce critère est différent pour chacun des membres du COMEX car il dépend du métier et des enjeux de responsabilité sociétale qui y sont associés.





## 7.1 INFORMATIONS SOCIALES

### 7.1.1 DEMARCHE GENERALE

En 2018, le groupe TF1 a continué à opérer de multiples réorganisations au sein de ses différentes directions et entités. Ces transformations ont pour objectif d'accompagner l'évolution des modes de collaboration et la digitalisation grandissante des activités du Groupe. Dans cette optique, le Groupe a poursuivi le réaménagement de ses espaces de travail afin de favoriser les synergies, l'esprit collaboratif et l'innovation dans le cadre du projet « TF1 by Nextdoor » lequel s'étendra jusqu'en 2019. Par ailleurs, le groupe TF1 a comme volonté de se recentrer sur ses activités « cœur de métier », tout en confirmant ses ambitions dans le digital.

En matière de formation, TF1 a finalisé le déploiement de son programme (parcours Connect) destiné à sensibiliser les collaborateurs à l'évolution de son écosystème et aux enjeux métiers et business du digital.

Afin de contribuer au développement des compétences des collaborateurs et d'identifier les métiers en devenir, le Groupe a initié avec les partenaires sociaux une démarche de GEPP (Gestion des emplois et des parcours professionnels) innovante en les associant à la construction des modules de parcours professionnels qui seront proposés aux collaborateurs du groupe TF1. Ces modules seront testés sur des directions/métiers pilotes début janvier 2019. Parallèlement, une négociation sera engagée au cours du premier semestre 2019.

En 2018, TF1 a privilégié l'augmentation des salariés performants dont l'ancienneté était inférieure à 4 ans ainsi que les talents, tout en veillant à l'égalité hommes/femmes en matière de rémunération avec une enveloppe dédiée. Cela a porté ses fruits puisqu'une grande partie des écarts observés avec le marché ont été résorbés. (Voir paragraphe sur les rémunérations).

L'accord d'intéressement a permis de verser une moyenne de 2 217 € à plus de 3 700 collaborateurs en 2018, fruit d'une année 2017 où le groupe TF1 avait dépassé ses objectifs. Parallèlement, TF1 a poursuivi sa politique d'économies internes en veillant à ne remplacer, autant que possible, que deux départs sur trois. De la même façon, TF1 poursuit son chantier de simplification des organisations en réduisant le nombre de niveaux hiérarchiques.

Concernant 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.

### 7.1.2 PARAMETRES DU REPORTING SOCIAL

**Collaborateurs concernés :** ensemble des collaborateurs sous contrat de travail avec le groupe TF1.

La part des effectifs couverte mentionnée dans l'ensemble de ce chapitre correspond au périmètre de la donnée 2018. Les données publiées concernant les exercices 2016 et 2017 ne font pas toujours référence au même périmètre, les filiales nouvellement acquises étant progressivement intégrées dans le calcul des indicateurs.

Les indicateurs de ce volet social peuvent être proposés sur 8 périmètres différents, exprimés en pourcentage/effectifs :

- 100 % : Monde ;
- 90 % : France ;

- 84 % : Monde sans Doctissimo, Aufeminin et Gammed! ;
- 81 % : France sans Doctissimo, Aufeminin et Gammed! ;
- 77 % : France sans Neweb, Play Two, Bonzaï Digital, Doctissimo, Aufeminin et Gammed! ;
- 72 % : Monde sans Newen, Doctissimo, Aufeminin et Gammed! ;
- 68 % : Monde sans Newen, Neweb, Play Two, Bonzaï Digital, Doctissimo, Aufeminin et Gammed! ;
- 67 % : France sans Newen, Neweb, Bonzaï Digital et Play Two, Doctissimo, Aufeminin et Gammed!.

**Période du reporting :** 1<sup>er</sup> janvier 2018 au 31 décembre 2018.

## 7.1.3 EFFECTIFS

### CDI ET CDD

#### INDICATEUR : EFFECTIFS CDI CDD DU GROUPE

Au 31/12 (Périmètre : Monde, CDI CDD)	% Couverture/ effectifs	2018	2017	2016
ETAM – Employés, Techniciens et Agents de Maîtrise	100	955	646	706
Cadres	100	2 076	1 858	1 849
Journalistes	100	560	553	552
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>3 591</b>	<b>3 057</b>	<b>3 107</b>

#### INDICATEUR : EFFECTIFS CDI CDD PAR ZONE GEOGRAPHIQUE

Au 31/12 (Périmètre : Monde, CDI CDD)	% Couverture/ effectifs	2018	2017	2016
<b>France</b>	<b>90</b>	<b>3 232</b>	<b>2 936</b>	<b>3 064</b>
<b>International</b>	<b>10</b>	<b>359</b>	<b>121</b>	<b>43</b>
Europe (hors France)	8	283	118	39
Afrique et Moyen-Orient	<1	17	1	2
Amérique du Nord	1,2	42	2	2
Amérique Centrale et du Sud	<1	4		
Asie Pacifique	<1	13		
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>3 591</b>	<b>3 057</b>	<b>3 107</b>

#### INDICATEUR : PYRAMIDE DES AGES ET ANCIENNETE MOYENNE

Au 31/12 (Périmètre : Monde, CDI CDD Ancienneté hors Newen, Doctissimo, Aufeminin, Gammed!)	% Couverture/ effectifs	2018	2017	2016
< 25 ans	100	285	199	180
25-34 ans	100	1 086	760	628
35-44 ans	100	970	898	831
45-54 ans	100	923	886	810
55 ans et plus	100	327	314	290
Âge moyen	100	40	40	41
Ancienneté moyenne au sein du groupe TF1	72	12	12	12

#### INDICATEUR : NATURE DES CONTRATS DE TRAVAIL

Au 31/12 (Périmètre : Monde, CDI CDD)	% Couverture/ effectifs	2018	2017	2016
Nombre de salariés titulaires d'un CDI*	100	3 135	2 706	2 801
Nombre de salariés titulaires d'un CDD (y compris contrat d'apprentissage, alternance, contrat de professionnalisation...)	100	456	351	306
<i>dont nombre de salariés titulaires d'un contrat de professionnalisation</i>	<i>100</i>	<i>163</i>	<i>133</i>	<i>135</i>
<i>dont nombre de salariés titulaires d'un contrat d'apprentissage</i>	<i>100</i>	<i>67</i>	<i>48</i>	<i>46</i>

\* Les collaborateurs en CDI de Newen sont consolidés dans les effectifs du groupe TF1 depuis le 3<sup>ème</sup> trimestre 2016.  
 Les collaborateurs en CDI de Bonzai Digital sont consolidés depuis janvier 2017 et Play Two depuis août 2017.  
 Les collaborateurs en CDI de Doctissimo, Aufeminin et Gammed! sont consolidés depuis le 4<sup>ème</sup> trimestre 2018.



## INTERMITTENCE

### POLITIQUE DE RECOURS A L'INTERMITTENCE DU GROUPE TF1

Le groupe TF1 veille à maintenir un taux de recours à l'intermittence modéré. À titre d'exemple, pour la société TF1 SA qui concentre l'essentiel des effectifs, ce taux est inférieur à 5 %, soit bien en deçà des autres sociétés de télévision concurrentes. Aujourd'hui, le recours à l'intermittence dans le Groupe concerne plus particulièrement le secteur de la production via les sociétés TF1 Production et le groupe Newen récemment consolidé ce qui explique l'augmentation du nombre d'ETP des salariés intermittents depuis 2016. Le recours à l'intermittence dans ce secteur où l'activité est par essence aléatoire et erratique est conforme aux pratiques habituelles du marché.

### STATUT DES INTERMITTENTS DANS LE GROUPE TF1

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 offre également la possibilité aux intermittents qui remplissent les conditions d'éligibilité de bénéficier des activités sociales et culturelles proposées par les Comités d'Entreprise du groupe TF1.

TF1 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.

### INDICATEUR : TAUX D'ETP SUR 12 MOIS DES SALAIRES NON-PERMANENTS (TRAVAILLEURS INTERMITTENTS, HORS PIGISTES)

Janv.-Déc. (Périmètre : Monde sans Doctissimo, Aufeminin et Gammed! $\Sigma$ intermittents fin de mois / ( $\Sigma$ intermittents fin de mois + Effectifs en contrat CDI fin année N))	% Couverture/ effectifs	2018	2017	2016
Taux d'ETP	84	23,2 %	25,5 %	9,0 %

## MAIN-D'ŒUVRE EXTERIEURE A LA SOCIETE

### INDICATEUR : ETP SUR 12 MOIS DES TRAVAILLEURS TEMPORAIRES

Janv.-Déc. (Périmètre : France sans Doctissimo, Aufeminin et Gammed!) (travailleurs temporaires) ( $\Sigma$ de jours d'intérim x 7h/1 607h)	% Couverture/ effectifs	2018	2017	2016
	81	4,0	0,3	3,7

Le groupe TF1 inclut dans ses contrats de prestation des clauses concernant la promotion et le respect des stipulations des conventions fondamentales de l'OIT, notamment l'interdiction du travail forcé.

## EMBAUCHES ET DÉPARTS

Le groupe TF1 poursuit sa démarche de maîtrise des effectifs. Le nombre important de démissions en 2017, en particulier dans les filières commerciales et digitales, a diminué en 2018.

### INDICATEURS : EMBAUCHES ET DÉPARTS

#### EMBAUCHES

Janv.-Déc. (Périmètre : Monde sans Doctissimo, Aufeminin et Gammed!, CDI CDD)	% Couverture/ effectifs	2018	2017	2016
Nombre de recrutements en CDI, CDD, contrat d'apprentissage*...	84	673	661	585
dont recrutement CDI France	84	241	252	172

\* Ce calcul comprend les CDD transformés en CDI.  
Pour le reporting Bouygues, le calcul est fait hors CDD transformés en CDI, la valeur est de : 557.

## DEPARTS PAR MOTIF

Janv.-Déc. (Périmètre : France, sans Doctissimo, Aufeminin et Gammed! CDI)	% Couverture/ effectifs	2018	2017	2016
Nombre de démissions	81	104	119	88
Nombre de mises à la retraite	81	1	0	0
Nombre de départs à la retraite	81	4	2	2
Nombre de licenciements	81	117	132	146
Nombre de ruptures conventionnelles	81	65	81	89

## DEPARTS CDD

Janv.-Déc. (Périmètre : France sans Doctissimo, Aufeminin et Gammed!, CDD)	% Couverture/ effectifs	2018	2017	2016
Nombre de départs de CDD	81	310	394	423

## INDICATEUR : TAUX D'INSTABILITE

Janv.-Déc. (Périmètre : France sans Doctissimo, Aufeminin et Gammed! CDI) $(\sum \text{Démission CDI} + \sum \text{Licenciements CDI} + \sum \text{ruptures conventionnelles}) / \text{Effectifs inscrits CDI moyens}$	% Couverture/ effectifs	2018	2017	2016
Taux d'instabilité	81	10,9 %	12,2 %	11,4 %

## 7.1.4 ORGANISATION DU TEMPS DE TRAVAIL

### DURÉE ANNUELLE DE TRAVAIL : SYNTHÈSE DES DIFFÉRENTS ACCORDS D'AMÉNAGEMENT ET DE RÉDUCTION DU TEMPS DE TRAVAIL

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

En vertu de ces accords applicables au sein de TF1, le personnel non-cadre travaille 37 heures par semaine et bénéficie de 14 jours de RTT par an et le personnel cadre, au forfait annuel jours (213 à 216 jours), bénéficie de 12 ou 13 jours de RTT par an. Les accords ARTT négociés permettent ainsi à l'ensemble de ces personnels de travailler sur la base d'une durée annuelle inférieure aux durées légales de référence (1 607 heures et 218 jours).

Le suivi du temps de travail est assuré grâce à un décompte précis des périodes travaillées et non travaillées remis mensuellement aux collaborateurs concernés, lesquels pouvant faire remarquer à leur Direction des Relations Humaines d'éventuelles anomalies.

Le suivi de la charge de travail est réalisé au moins une fois par an, lors d'un entretien entre le *manager* et le collaborateur, et notamment dans le cadre de l'entretien annuel de performance. Sur la base de cet entretien, le supérieur hiérarchique propose, le cas échéant, un plan d'action visant à remédier à tout déséquilibre. Le collaborateur peut demander l'intervention d'un Responsable Relations Humaines en cas de différence d'appréciation sur la charge de travail ou lorsque les mesures correctives ne semblent pas adaptées. À l'issue des derniers entretiens de performance, 26 entretiens et plan d'actions ont été réalisés à ce titre.

Enfin, un accord unanime concernant la refonte du Compte Épargne Temps plafonne l'épargne du nombre de jours à 60 jours pour favoriser la prise des congés et contribuer ainsi à l'équilibre vie professionnelle – vie personnelle.

### PRIMES LIÉES AU TEMPS DE TRAVAIL

Les accords ARTT mis en place au sein du Groupe prévoient également un ensemble de primes venant compenser les sujétions liées aux organisations du travail spécifiques compte tenu des contraintes de l'activité audiovisuelle. Le temps de travail s'apprécie pour les catégories de personnel concernées sur la base d'une antenne en continu. Ainsi, les accords prennent en compte les problématiques de cycles, de prise d'antenne tôt le matin, tard le soir, du nombre de jours travaillés dans la semaine dans chaque cycle, du week-end et/ou du jour férié travaillé.

### PRISE DES JOURS DE REPOS ET DE CONGÉS

L'ensemble des sociétés du groupe TF1 est régi par des accords ARTT qui permettent aux salariés de prendre l'initiative de leur prise de RTT sous la seule réserve de ne pas perturber le bon fonctionnement du service.

De même, afin de permettre à l'ensemble des collaborateurs d'accéder dans le cadre de leur développement personnel (sans lien direct avec leur emploi) à la possibilité d'acquérir de nouvelles compétences, l'entreprise autorise la conversion des jours de RTT en développement personnel. Les jours de RTT peuvent ainsi être utilisés par le collaborateur afin de financer tout ou partie du coût de la formation pédagogique choisie par le collaborateur.



## TELETRAVAIL

Après une période prolongée d'expérimentation de télétravail ciblée sur quelques directions, le groupe TF1 a déployé le télétravail en 2018 en application d'un accord collectif groupe TF1 signé le 20 décembre 2017 par l'ensemble des organisations syndicales. Cet accord permet aux collaborateurs en contrat de travail à durée indéterminée de disposer d'un compte de 24 jours par an qu'ils peuvent mobiliser en journée entière ou en demi-journée, pour travailler, avec l'accord de leur *manager*, depuis leur domicile ou un tiers lieu.

Cet accord répond à un double objectif de performance et d'amélioration de la qualité de vie des salariés (réduction des temps de

trajet, du stress et de la fatigue) en favorisant une meilleure conciliation entre la vie professionnelle et la vie personnelle, tout en maintenant le lien social avec l'entreprise. Près de 40 % des effectifs répondant aux conditions d'éligibilité de l'accord collectif (CDI, 6 mois d'ancienneté, temps de travail contractuel supérieur ou égal à 90 %, hors cadres dirigeants) ont fait au moins une demande de télétravail en 2018. 80 % de ces demandes ont été acceptées. En 2019, le remplacement des ordinateurs fixes par des portables pour les nouvelles directions passant en mode « Flex Office » devrait conduire à une augmentation des demandes.

### INDICATEUR : DUREE ANNUELLE DE TRAVAIL DES PPTA \*

Statut des PPTA* (Périmètre : France, CDI CDD)	Durée annuelle de travail des PPTA* (horaires contractuels et non effectifs)
Non-cadres en horaire constant et en cycle (Employé et Maîtrise)	De 1 569 heures à 1 576 heures
Cadres en cycle	De 1 584 heures à 1 591 heures
Cadres au forfait annuel jours	De 213 jours à 216 jours
Cadres dirigeants	Non concernés

\* *Personnel de Production Technique et Administratif.*

### INDICATEUR : DUREE ANNUELLE DE TRAVAIL DES JOURNALISTES

Statut des journalistes (Périmètre : France, CDI CDD)	Durée annuelle de travail des journalistes (horaires contractuels et non effectifs)
Journalistes au forfait annuel jours	De 208 jours à 215 jours
Cadres dirigeants	Non concernés

## DUREE ANNUELLE DE TRAVAIL : SALARIES A TEMPS PARTIEL

Le temps partiel dans le groupe TF1 résulte, pour la quasi-totalité des cas, d'un choix du salarié.

### INDICATEUR : NOMBRE DE COLLABORATEURS A TEMPS PARTIEL

Moyenne janv.-déc. (Périmètre : France sans Doctissimo, AUFEMININ et GAMNED!, CDI CDD)	% Couverture/ effectifs	2018	2017	2016
Collaborateurs à temps partiel	81	177	211	195
Pourcentage de collaborateurs à temps partiel	81	6,1 %	6,9 %	7,0 %

## HEURES SUPPLEMENTAIRES

### INDICATEUR : NOMBRE ET MONTANT DES HEURES SUPPLEMENTAIRES

Janv-Déc (Périmètre : France sans Doctissimo, AUFEMININ et GAMNED!, CDI CDD, intermittents)	% Couverture/ effectifs	2018	2017	2016
Nombre d'heures supplémentaires	81	149 266	153 768	51 153
Montant ( <i>en euros</i> )	81	4 292 478	3 881 038	1 597 331

## 7.1.5 RÉMUNÉRATION ET ÉPARGNE SALARIALE

Malgré un contexte économique difficile et incertain et une concurrence accrue sur le marché des espaces publicitaires, la Négociation Annuelle Obligatoire 2018 a abouti à ce que les salaires de base des collaborateurs soient augmentés de 1,7 %. Un taux de 3,4 % a été également négocié pour les collaborateurs ayant entre 1 et 4 ans d'ancienneté dont l'attractivité est forte sur le marché du travail.

0,1 % de ces enveloppes a été consacré à la réduction des écarts de rémunération entre les femmes et les hommes.

### FONCTION COMPENSATION & BENEFITS

Les augmentations de salaire, entièrement individualisées, tiennent compte des compétences clés pour l'avenir du Groupe, des résultats obtenus et des valeurs de marché.

Le travail commencé en 2016 sur les *benchmarks* de rémunération s'est poursuivi en 2018 : les enquêtes de rémunération auprès du cabinet Willis Towers Watson<sup>(1)</sup> ont été reconduites, permettant de positionner les packages de rémunération du groupe TF1 par rapport au marché et de faire évoluer, le cas échéant, ses pratiques. Ces benchmarks ont permis au groupe TF1, outre le positionnement marché des rémunérations de chacun de ses salariés, la mise en place d'outils de gestion des rémunérations (bandes de salaire, grilles d'embauche, ciblage des populations sensibles...).

### PARTS VARIABLES

La rémunération des 400 principaux *managers* du groupe TF1 inclut une part variable sur objectifs quantitatifs et qualitatifs dont l'atteinte est évaluée au cours de l'entretien annuel.

## REMUNERATION BRUTE

### INDICATEUR : SALAIRE BRUT ANNUEL MOYEN PAR CATEGORIE PROFESSIONNELLE AU SEIN DU GROUPE

<i>Périmètre : France sans Doctissimo, Aufeminin et Gammed!, CDI hors contrats suspendus (en euros)</i>	% Couverture/ effectif	2018	2017	2016
ETAM	81	40 844	39 610	41 233
Cadres	81	71 665	69 934	70 486
Journalistes	81	74 490	73 611	81 544
Toutes catégories	81	67 434	65 795	67 789

## INTERESSEMENT, PARTICIPATION ET PLAN D'ÉPARGNE SALARIALE

Le plan d'épargne du groupe TF1 est ouvert depuis le 15 décembre 1992.

L'abondement maximum de l'Entreprise est de 3 750 euros bruts par an et par salarié, ce qui représente un montant total brut de 6,31 millions d'euros. L'abondement de 200 % sur les 300 premiers euros versés favorise l'épargne des salariés ayant les rémunérations les moins élevées. Il est ensuite de 100 % jusqu'à un plafond annuel de 3 750 euros.

Afin de permettre aux salariés de se constituer un complément de revenus en vue de leur retraite, le groupe Bouygues a mis en place un PERCO (plan d'épargne retraite collectif). L'abondement de l'Entreprise varie de 20 % à 100 % en fonction de la somme investie par le collaborateur, avec un maximum de 1 290 euros bruts par an et par salarié. Le montant total de l'abondement brut s'élève à 327 876,48 euros.

### INDICATEUR : TAUX D'ADHESION AU PEG ET PERCO

<i>(Périmètre : CDI CDD)</i>	% Couverture/ effectifs	2018	2017	2016
Taux d'adhésion au PEG (%) <i>(Monde sans Doctissimo, Aufeminin et Gammed!)</i>	84	77,2 %	74,5 %	77,2 %
Taux d'adhésion au PERCO (%) <i>(France sans Doctissimo, Aufeminin et Gammed!)</i>	81	18,8 %	17,1 %	16,5 %

(1) 3 enquêtes ont été menées : une enquête dite intersectorielle pour les fonctions supports et transverses, une enquête audiovisuelle, conduite en coordination avec les autres grands acteurs du secteur, pour les fonctions spécifiques au secteur de l'audiovisuel, et enfin, une enquête dédiée aux dirigeants.

**INDICATEUR : MONTANT MOYEN BRUT VERSE PAR SALARIE (PARTICIPATION ET INTERESSEMENT)**

Année de versement <i>(Périmètre : France sans Doctissimo, Aufeminin et Ganned!, ensemble des contrats)</i>	% Couverture/ effectifs	2018	2017	2016
Montant moyen brut par salarié de la participation versée <i>(en euros)</i>	81	986	1 083	2 436
Montant moyen brut par salarié de l'intéressement <i>(en euros)</i>	81	2 238	0	0

Il y avait un accord en 2016 et 2017, mais les résultats n'ont pas permis de dégager un bénéfice.

Il est à noter que 7,2 % (6,7 % en 2017) du capital de TF1 est détenu par les salariés du groupe TF1 via le FCPE TF1 Actions.

## 7.1.6 RELATIONS PROFESSIONNELLES, BILAN DES ACCORDS COLLECTIFS

### PRÉSENTATION DES RELATIONS PROFESSIONNELLES DANS LE GROUPE TF1

L'ensemble des sociétés du Groupe est doté d'instances de représentation du personnel: Délégués du Personnel, Comité d'Entreprise, Délégation Unique du Personnel, Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail et de Délégués syndicaux, représentant un total de 28 instances et de 193 élus au sein du groupe TF1.

Depuis la loi Macron, les élections des Comités Social et Économique se mettent en place à chaque échéance, l'ensemble des instances du groupe TF1 devant en être doté d'ici au 31 décembre 2019.

Par ailleurs, les organisations syndicales disposent de permanents syndicaux (6 au total au sein de TF1 SA).

### BILAN DES ACCORDS COLLECTIFS

Au cours de l'année 2018, plusieurs accords ont été signés avec les organisations syndicales au sein du groupe TF1 et notamment :

- L'avenant n° 2 relatif aux objectifs de l'accord d'intéressement groupe TF1 ;
- L'accord relatif au fonctionnement du Comité Social et Économique ;
- L'accord relatif au vote électronique en vue des élections professionnelles ;
- L'accord sur les moyens syndicaux ;
- L'accord de méthode encadrant les différentes négociations obligatoires à opérer au sein du Groupe TF1.

Dans le cadre des NAO groupe TF1, il a été décidé :

- D'octroyer un taux de 1,7 % au titre de l'augmentation individuelle, applicable aux salaires de base des collaborateurs présents au 1<sup>er</sup> février 2017 et un taux de 3,4 % au titre de l'augmentation individuelle, applicable aux salaires de base des collaborateurs ayant entre 1 à 4 ans d'ancienneté (salariés embauchés entre le 1<sup>er</sup> janvier 2013 et le 1<sup>er</sup> janvier 2017) et dont l'attractivité est forte sur le marché du travail. Il est précisé qu'en cas d'augmentation, celle-ci ne serait pas inférieure à 30 euros ;
- la prise en charge des frais de transport en commun à hauteur de 80,0 % (Pass Navigo & Vélib) ;
- le maintien de salaire (100 %) pour les collaborateurs concernés par la prise totale ou partielle d'un congé paternité ou d'accueil de l'enfant ;
- l'octroi de 4 jours d'absence autorisée payés pour les collaborateurs concernés par un engagement au titre du PACS.

### ACCORD RELATIF AU RÉGIME DE FRAIS DE SANTE

Suite à l'appel d'offre lancé en 2017 relatif à ses régimes de frais de santé/prévoyance, le groupe TF1 a décidé de changer de courtier. Un avenant à l'accord frais de santé a été conclu pour :

- sécuriser les prestations offertes en termes de couverture santé au regard des obligations en matière de contrat Responsable ;
- mettre en place un régime sur-complémentaire collectif et facultatif ;
- améliorer quelques garanties (médecines douces, radiologies, actes de kinésithérapie) ;
- améliorer la prise en charge des actes d'ostéopathie étant précisé qu'un service d'ostéopathe est déjà proposé 2 fois par semaine aux collaborateurs.

### DONNEES CHIFFREES POUR L'ANNEE 2018 POUR L'ENSEMBLE DU GROUPE TF1

<i>(Périmètre : France sans Doctissimo, Aufeminin et Ganned!)</i>	Comité Social Économique	Comité d'Entreprise	Délégués du personnel	Délégation unique	Conseil d'Administration	Instance Regroupée (loi Rebsamen)	Total
CFTC	21	-	4	15	1	5	46
FO	3	-	1	1	-	2	7
CGC	1	-	-	-	-	-	1
CGT	4	-	-	-	-	-	4
CFDT	7	-	2	5	1	1	16
Indépendants	-	2	5	5	-	-	12
<b>TOTAL</b>	<b>36</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>26</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>86</b>



**INDICATEUR : NOMBRE DE REUNIONS ET D'ACCORDS COLLECTIFS (PERIMETRE : FRANCE SANS DOCTISSIMO, AUFEMININ ET GAMNED!)**

Nombre de réunions avec les représentants du personnel (CSE + CE + DP + CHSCT + CA + DUP)	285
Nombre de réunions de négociation avec les délégués syndicaux	33
Nombre d'accords collectifs intervenus pendant l'année considérée	13
Nombre de négociations avec les IRP sur les changements organisationnels	20

**INDICATEUR : TAUX DE PARTICIPATION AUX ELECTIONS DU COMITE D'ENTREPRISE**

(Périmètre : France)	% Couverture CA	2018	2017	2016
Taux de participation aux dernières élections du Comité d'Entreprise	90	72,6 %	76,0 %	79,8 %

**7.1.7 CONDITIONS D'HYGIENE, DE SECURITE ET DE SANTE**

La démarche du Groupe vise à garantir la sécurité de ses salariés, à protéger leur santé et à améliorer leur qualité de vie au travail. La Direction veille à sensibiliser chaque acteur sur la prévention des risques professionnels et sur la mise en place des mesures de sécurité. La mise en œuvre du plan d'action permet de lutter contre l'absentéisme.

**ABSENTEISME ET SES MOTIFS AU SEIN DU GROUPE TFI**

**INDICATEUR : ABSENTEISME**

Janv.-Déc. (Périmètre : France sans Doctissimo, Aufeminin et Gamned! CD)	% Couverture/ effectif	2018	2017	2016
Taux d'absentéisme	81	2,54 %	3,12 %	2,97 %
Total de journées d'absence	81	24 106	26 316	26 590
Nombre de jours d'absence pour maladie	81	23 467	24 784	23 850
Nombre de jours d'absence pour accident de travail	81	447	1 281	1 982
Nombre de jours d'absence pour accident de trajet	81	192	251	621
Nombre de jours d'absence pour maladie professionnelle	81	0	0	137

**INDICATEURS : ACCIDENTS DU TRAVAIL**

(Périmètre : Monde sans Doctissimo, Aufeminin et Gamned! ensemble des contrats hors intermittents*)	% Couverture/ effectif	2018	2017	2016
Nombre d'accidents du travail avec arrêts	84	14	20	20
Nombre d'accidents mortels de travail et de trajet	84	0	0	0
Effectifs formés à la sécurité, l'hygiène et la santé	84	441	131	505
Taux de fréquence des accidents du travail*	84	3	4,5	4,0
Taux de gravité des accidents du travail*	84	0,1	0,3	0,4
Nombre de maladies professionnelles	84	0	0	1

\* La méthode de calcul a évolué en 2018 afin d'exclure les intermittents. Aucun accident de travail avec arrêt n'a été reporté pour les intermittents en 2018.





## LES ACTEURS DE LA DEMARCHE DE SANTE ET DE SECURITE

Le service médical, lieu privilégié d'écoute des salariés, assure des missions quotidiennes de suivi médical des salariés et de prévention des risques professionnels. Le médecin du travail assisté des trois infirmières, conçoit et met en place des mesures collectives et individuelles comme cela a été le cas, par exemple, pour les salariés partant en reportage dans les pays touchés par le virus Ebola.

Les salariés peuvent également s'adresser à l'assistante sociale sur site lorsqu'ils rencontrent des difficultés. Son rôle consiste à évaluer la situation et à accompagner les salariés dans leurs démarches en liaison avec les organismes spécialisés.

Le dialogue social en matière de santé et de sécurité au travail est primordial pour le groupe TF1, soit au travers d'accords signés avec les partenaires sociaux en lien avec la santé et la sécurité des salariés, soit au travers des Comités hygiène sécurité et conditions de travail.

La Direction des Affaires Générales (DAG) intervient régulièrement sur des questions relatives à la santé, la sécurité et les conditions de travail notamment en matière d'aménagement des locaux ou encore d'ergonomie des postes de travail.

## PREVENTION DES RISQUES SANTE ET SECURITE

Le Service Médical organise depuis plusieurs années des campagnes de vaccination contre la grippe et propose également aux collaborateurs partant en reportage, la mise à jour de leurs vaccins et une trousse de secours pour les premiers soins.

Le médecin du travail sensibilise l'ensemble des collaborateurs à une meilleure hygiène de vie et alerte la DRH en cas de risques psychosociaux.

Concernant les risques psychosociaux, une procédure de traitement des actes de harcèlement ou de violence a été rédigée et diffusée aux collaborateurs en septembre 2018 en concertation avec le CHSCT. Cette procédure sera insérée au règlement intérieur. Une formation sur le sujet sera organisée en 2019 pour les responsables des ressources humaines et pour les *managers*.

Les collaborateurs suivent avec assiduité leurs visites médicales périodiques organisées par le Service Médical mis en place au sein de TF1.

La Direction, la commission Santé, Sécurité et Conditions de Travail (CSSCT) et le service de médecine du travail ont élaboré des recommandations régulières sur la conduite des véhicules lors des missions professionnelles, l'usage des appareils de transmission dits AVIWEST ou encore les procédures de sécurité à suivre en cas de reportage dans des zones sensibles.

L'ensemble de ces acteurs veillent à ce que des formations « aux gestes qui sauvent » ou des formations « premiers secours » soient régulièrement réalisées.

Tous les accidents du travail sont analysés en CSSCT et des mesures correctives sont mises en œuvre si nécessaire.

La DAG a également renforcé les dispositifs de sécurité des sites compte tenu de la persistance des menaces sur le territoire national, notamment envers les médias. Le renforcement des actions de sécurité ont permis d'augmenter les effectifs de sécurité aux points d'accès et de mettre en place des périmètres de sécurité adaptés ainsi que la mise en place d'un nouveau système de contrôle des entrées.

Enfin, dans le cadre de la prévention de l'absentéisme et des troubles musculosquelettiques, des consultations d'ostéopathes sont proposées

deux fois par semaine à l'ensemble des collaborateurs adhérents au régime frais de santé.

## FORMATIONS LIEES A LA SECURITE, A L'HYGIENE ET A LA SANTE

Des formations sont régulièrement organisées dans le domaine de la sécurité, de l'hygiène et de la santé afin de maintenir le niveau de compétence des collaborateurs et leur permettre de s'approprier les nouveautés réglementaires.

Une attention particulière est portée aux formations à la santé, notamment avec les ateliers « self coaching : stress – émotions – positivité », accessibles en libre inscription, qui visent à apprendre à gérer ses émotions, mieux *manager* son stress individuellement et retrouver une énergie positive tout en améliorant la collaboration des équipes, ou encore les formations My Osteopratic, conçues et animées par un ostéopathe, adaptées sur mesure aux situations professionnelles rencontrées par les collaborateurs (personnels de reportage, maquilleurs...).

Les formations à la sécurité sont proposées aux collaborateurs concernés : Personnel local de sécurité, sauveteur secouriste du travail, habilitations électriques, CACES... Une sensibilisation à la sécurité a été organisée pour tous les collaborateurs amenés à couvrir sur site la Coupe du Monde de football en Russie. Des modules de formation « sensibilisation zones urbaines et mouvements de foule » ont été créés sur mesure pour les personnels de reportage.

## MESURE ET QUALITE DE VIE AU TRAVAIL

Concernant la mesure de la qualité de vie au travail, depuis 2008, l'Observatoire de la santé et du bien-être est reconduit chaque année. Basé sur le volontariat, ce questionnaire est proposé aux salariés lors de leur visite médicale périodique. Il permet de mesurer les niveaux de stress et d'anxiété et de mettre en œuvre, le cas échéant, des plans d'action.

En 2017, le CHSCT de TF1 SA a diligenté une enquête complémentaire sur quatre filières : la DRH, l'information audiovisuelle, la technique audiovisuelle, et la compta-gestion-finance. Les résultats de cette enquête ont été présentés au CHSCT du 5 décembre 2017. Un plan d'action a été déployé en 2018 dans l'ensemble du groupe et décliné le cas échéant sur les filières concernées pour améliorer la qualité de vie au travail des collaborateurs des directions concernées. Un nouveau questionnaire sera adressé aux collaborateurs au cours de l'année 2019.

Le groupe TF1 reconnaît les vertus du sport sur la santé et s'attache à offrir à ses salariés un cadre de vie agréable en leur mettant à disposition une salle de sport, l'Espace Forme, à des tarifs préférentiels.

## BAROMETRE DE SATISFACTION 2018

Dans l'édition 2018 du baromètre d'opinion du groupe TF1, 46 % des salariés se sont exprimés sur les 10 grands thèmes du questionnaire. Avec 66 % d'opinions positives en moyenne sur l'ensemble du questionnaire, ils ont réaffirmé l'opinion globalement positive qu'ils ont du groupe TF1 et du climat au sein de l'entreprise.

Les résultats généraux montrent que face à un environnement incertain et très concurrentiel, le Groupe se transforme et que sa stratégie devient de plus en plus lisible. L'adhésion des collaborateurs à ces mouvements stratégiques, leur fierté, leur motivation et leur engagement sont forts.

Dans ce contexte de transformation, des questionnements se portent sur l'avenir du Groupe, l'accompagnement des collaborateurs les plus âgés, le fonctionnement, l'organisation et la prise de décision au sein des entités.

## INDICATEUR : POURCENTAGE DE COLLABORATEURS CONCERNÉS PAR UNE ENQUÊTE DE SATISFACTION

(Périmètre : France, CDI hors Doctissimo, Aufeminin, Gammed!)	% Couverture/ effectif	2018	2017	2016
% de collaborateurs ayant répondu à l'enquête	-	46 %	Pas d'enquête	Pas d'enquête
Taux de satisfaction	81%	66 %	-	-

## 7.1.8 LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS, EGALITE DES CHANCES

### DIVERSITE : DE LA CHARTE AU LABEL

Afin de marquer son engagement d'ouverture à tous les publics, le groupe TF1 a signé la Charte de la Diversité le 11 janvier 2010, avant d'être le 1<sup>er</sup> groupe média à se porter candidat au Label Diversité, obtenu le 14 décembre 2010, puis renouvelé en juillet 2017.

À travers cette démarche, le Groupe a choisi une approche volontariste pour déployer sa démarche diversité. En effet, le cahier des charges du label fixe un cadre exigeant qui permet d'entraîner toute l'entreprise dans un processus global d'amélioration continue. Il atteste ainsi de l'engagement constant du Groupe TF1 dans son ouverture à tous les publics, et à la diversité des profils dans l'entreprise.

Toutes les populations ciblées (*managers*, collaborateurs concourant à la fabrication des programmes, service accueil téléspectateurs, RH), soit plus de 2131 personnes depuis 2010, ont été formées sur les thèmes de la diversité et de la lutte contre les discriminations. Exemple d'intitulés :

- La diversité, un enjeu pour le dialogue social ;
- *Manager* la diversité, un enjeu de performance ;
- La diversité dans les JT et les magazines ;

- *Leadership* au féminin ;
- Diversité et handicap, comprendre, intégrer et agir au quotidien ;
- Atelier mixité dans nos JT ;
- Les clés pour mieux refléter la diversité de la société française ;
- Indexer, archiver et documenter les images de la diversité ;
- Communiquer sur la démarche diversité du groupe TF1.

Par ailleurs, une Masterclass a été organisée en mars 2018 afin de permettre aux collaborateurs d'être formés sur le sujet Mixité, égalité professionnelle Femme/Homme : « L'audace, comment oser pour se révéler » suivi de 2 ateliers ouverts aux collaboratrices « Marketing de soi », « de la self-défense au féminin ».

Le groupe TF1 dispose depuis 2014 d'une cellule d'écoute externe et anonyme, « Allodiscrim ». Son objectif est d'informer et conseiller le collaborateur sur les démarches à entreprendre dans le cas où il s'estimerait en situation de discrimination ou d'inégalité de traitement au sein de l'Entreprise.

## INDICATEUR : NOMBRE DE COLLABORATEURS FORMÉS POUR APPREHENDER LA DIVERSITE DANS LEUR VIE PROFESSIONNELLE

(Périmètre : France sans Doctissimo, Aufeminin, Gammed!, CDI)	% Couverture/ effectif	2018	2017	2016
Collaborateurs* formés pour appréhender la diversité dans leur vie professionnelle	81 %	33	124	420
<i>Dont collaborateurs contribuant aux programmes</i>	<i>81 %</i>	<i>0</i>	<i>90</i>	<i>7</i>
Total cumulé depuis 2010	81 %	2 164	2 131	2 007
<i>Dont collaborateurs contribuant aux programmes</i>	<i>81 %</i>	<i>740</i>	<i>740</i>	<i>670</i>

\* L'indicateur concerne le nombre de collaborateurs présents dans les formations, certains collaborateurs peuvent avoir suivi plusieurs formations. En 2017, changement du mode de calcul : Le nombre de collaborateurs formé au travers des Masterclass est désormais exclu de cet indicateur.

### TRAVAILLEURS HANDICAPÉS

Un quatrième accord triennal (2017-2020) relatif à l'intégration et au maintien dans l'emploi des personnes handicapées a été signé le 18 janvier 2017 par l'ensemble des organisations syndicales et agréé par la DIRECCTE le 24 juillet 2017.

Cet accord prévoit un plan d'embauche de 20 personnes handicapées en CDI ou CDD, ainsi que le recrutement de 12 stagiaires école sur 3 ans. Il renouvelle également la mesure consistant à octroyer aux parents d'enfants handicapés des jours supplémentaires de congés fractionnables par demi-journées. Au 31 décembre 2018, 18 collaborateurs en CDI ou CDD ont été recrutés, ainsi que 7 stagiaires écoles.

L'alternance est une voie privilégiée et ce, compte tenu du manque de candidats à des emplois qualifiés. Pour la cinquième année consécutive,

un forum de recrutement a été organisé, en collaboration avec Cap Emploi et ses écoles partenaires handi-accueillantes afin d'intégrer des alternants de tous âges en situation de handicap. Depuis 2016, les filiales du groupe Bouygues sont associées à cette opération.

Pour les personnes handicapées en poste, cette année encore, 100 % des demandes d'adaptation du poste de travail ont pu être satisfaites : cofinancement d'appareillages auditifs, mise en place de conventions de transport, plateforme d'interprétariat en langues des signes pour les personnes atteintes d'une déficience auditive), adaptation de l'environnement de travail, etc.

Des formations spécifiques sont proposées aux collaborateurs susceptibles d'accueillir au sein de leur équipe une personne handicapée.



Afin de faire connaître son ouverture aux personnes en situation de handicap, TF1 contracte des partenariats associatifs (Osons l'égalité, Club être...), participe à des forums de recrutement, notamment ceux de l'ESSEC et de l'ADAPT, et développe des partenariats avec des sociétés de *sourcing* de candidats potentiels ou de prestations réalisées par des travailleurs indépendants handicapés (Hanploi, plateforme TIH Business). De plus, le Groupe poursuit sa communication inclusive, notamment sur les offres d'emploi diffusées sur le site Internet, les réseaux sociaux et l'ensemble des réseaux partenaires.

Par ailleurs, un champ d'information détaillé autour des actions de la mission handicap a été intégré sur la plateforme digitale onboarding dédiée à tout nouveau collaborateur rejoignant l'entreprise.

Le groupe TF1 contribue à engager ses écoles et universités cibles par le biais notamment du versement de sa taxe d'apprentissage. Le groupe TF1 a également répondu à l'invitation du CSA et a signé avec plusieurs écoles de l'audiovisuel et du journalisme une convention

destinée à favoriser la formation et l'accueil en stage d'étudiants en situation de handicap.

La Mission Actions Handicap poursuit ses actions de sensibilisation auprès de l'ensemble des collaborateurs, notamment lors de la Semaine Européenne pour l'emploi des personnes handicapées (ateliers de sensibilisation théâtrale, jeu-concours, communication interne, film sur le handicap invisible, focus sur la RQTH).

Enfin, une plaquette d'information « Faire reconnaître son handicap pour mieux vivre au quotidien », accompagné d'un courrier de la direction des relations humaines a été adressé à l'ensemble des collaborateurs afin de présenter l'importance d'une RQTH (reconnaissance en qualité de travailleur handicapé) afin d'une part, de garantir l'équité de traitement pour tous à travers des aménagements de poste adaptés à chaque type de handicap et permettre ainsi à toutes et tous d'exercer ses fonctions dans les meilleures conditions possibles, dans un réel projet d'inclusion.

## INDICATEUR : NOMBRE DE TRAVAILLEURS HANDICAPES DANS L'ENTREPRISE

(Périmètre : France sans Doctissimo, Aufeminin et Gamed!) % Couverture/ effectif	2018	2017	2016
Nombre de travailleurs handicapés au 31/12 (tous types de contrats)	81	78	67
Salariés handicapés embauchés en cours d'année (en CDD ou en CDI)	81	12	12

## EGALITE PROFESSIONNELLE ENTRE LES HOMMES ET LES FEMMES

TF1 mène une démarche active en faveur de la mixité et de l'équité entre les femmes et les hommes, notamment lors de l'embauche des collaborateurs, au cours de leur parcours professionnel et en termes de politique salariale (cf. article 7.1.5 Rémunération et épargne salariale).

L'accord relatif à l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, conclu en 2012 et renégocié en 2016, met en avant plusieurs indicateurs présentés annuellement aux élus intégrant ces thématiques (nombre de promus par catégorie professionnelle et par sexe, nombre de mobilités par sexe, nombre de personnes recrutées par catégorie professionnelle et par sexe...).

La mixité Femmes/Hommes est naturelle dans le groupe TF1 avec 56 % de femmes y compris parmi les cadres à responsabilité (passage de 37 % de femmes en 2015 à 43,6 % en 2018 parmi les Classifications C5 et +). En revanche, cette mixité présente des disparités en fonction des périmètres métiers avec des directions plus féminines et d'autres plus masculines. Afin d'y remédier, nous veillons à ce que les recrutements permettent de développer la mixité dans chaque métier. Ainsi la cellule recrutement apporte une attention particulière à présenter, dans la mesure du possible, un homme et une femme dans le cadre de chacun des recrutements.

En ce qui concerne la mixité dans les organes de Gouvernance, TF1 poursuit ses engagements en faveur d'une plus grande mixité F/H. Ainsi, la représentativité des femmes au Comité *Management* (150 *managers* du groupe) est passée de 30 % à 36 % en 3 ans.

La rémunération de quatre des membres du Comex dépend d'objectifs liés à l'égalité hommes-femmes : 5 % de leur part variable est indexée sur des critères de diversité (répartition homme/femme et taux de promotion femme/top *management*, recrutement de femmes, féminisation de leur Comité *Management*).

Cette démarche s'inscrit dans le cadre du plan mixité Bouygues qui comprend à horizon 2020 les objectifs de 50 % de femmes et 44 % sur les talents clés. Ces objectifs sont déjà pratiquement atteints pour TF1 en 2018 avec 50,9 % de femmes dans l'ensemble du Groupe et 42,5 % parmi les talents clés.

Afin de faciliter la mixité à tous les niveaux de l'entreprise, la DRH a mis en place des actions d'accompagnement et de développement de la carrière des femmes. 74 femmes ont suivi la formation *Leadership* au féminin depuis 2012.

La mise en place de trois programmes de *mentoring* croisé (accompagnement de collaboratrices juniors de TF1, les *mentees*, en fonction d'objectifs liés à leur développement professionnel, sur une base volontaire, par des professionnelles aguerries de TF1 ou d'une autre entreprise partenaire, les *mentors*) a permis à 18 femmes d'être mentorées sur l'exercice 2017/2018, soit plus de 80 femmes depuis le lancement du *mentoring* en 2015. Plus de 60 mentors, hommes ou femmes ont permis la mise en œuvre de cet accompagnement.

Parallèlement, des mesures concrètes ont été prises afin de favoriser l'équilibre vie professionnelle-vie personnelle telles que le télétravail ou la réduction du temps de travail dans le cadre de la maternité. Le Groupe a signé la charte de la parentalité le 4 avril 2016.

TF1 a mis en place en septembre 2015 un réseau mixte Fifty-Fifty qui comprend près de 200 membres dont 20 % d'hommes. Créé à l'initiative de collaboratrices du groupe, avec l'aide de la Direction des Relations Humaines, son objectif est de mener des actions de sensibilisation autour du thème de la mixité et mettre en avant l'engagement du groupe TF1 en faveur de celle-ci.

Par ses engagements et ses résultats, le groupe TF1 intègre en 2018 le Top 20 mondial des entreprises les plus respectueuses de l'égalité Femmes/Hommes, selon l'enquête d'Equileap. TF1 devient ainsi le

premier groupe Média du palmarès et la cinquième entreprise française du TOP 20.

Répartition des effectifs par sexe au 31/12 (Périmètre : Monde, CDI et CDD)	% Couverture/ effectif	2018	2017	2016
Femmes	100	56 %	52 %	50 %
Hommes	100	44 %	48 %	50 %

#### INDICATEUR : PART DES EFFECTIFS FEMININS PAR STATUT

Au 31/12 (Périmètre : Monde, CDI CDD)	% Couverture/ effectif	2018	2017	2016
% de femmes parmi les ETAM	100	65 %	58 %	55 %
% de femmes parmi les cadres	100	55 %	53 %	52 %
% de femmes parmi les journalistes	100	44 %	43 %	40 %
% de femmes total	100	56 %	52 %	50 %

#### INDICATEUR : PART DES EFFECTIFS FEMININS PAR NIVEAU HIERARCHIQUE

Au 31/12 (Périmètre : France, sans Doctissimo, Aufeminin, Gammed!, CDI CDD)	% Couverture/ effectif	2018	2017	2016
% de femmes dans l'ensemble du <i>management</i> (chefs de service adjoints C4 et +)	81	42,3 %	43,0 %	40,7 %
% femmes dans l'ensemble du <i>management</i> junior (chefs de service adjoints C4)	81	49,4 %	51,6 %	49,1 %
% de femmes dans l'ensemble du <i>management</i> senior (chefs de service C5 et +)	100	43,6 %*	40,9 %	38,1 %
% de femmes dans le top- <i>management</i> (Comité <i>Management</i> )	81	36 %	35,3 %	34,5 %

\* Périmètre Monde.

#### INDICATEUR : NOMBRE D'EMBAUCHES FEMMES-HOMMES

Embauches (Périmètre : Monde sans Doctissimo, Aufeminin, Gammed! CDI CDD)	% Couverture/ effectif	2018	2017	2016
Femmes	84	429	416	332
Hommes	84	244	245	253
<b>TOTAL</b>	<b>84</b>	<b>673</b>	<b>661</b>	<b>585</b>



## INDICATEURS : SALAIRES FEMMES-HOMMES

Salaire brut moyen annuel des jeunes diplômés (en euros)* (Périmètre : France sans Doctissimo, AUFEMININ, Gammed! CDI)	% Couverture/ effectif	ETAM	Cadres	Journalistes
<b>Femmes</b>	<b>81</b>			
2018		32 478	35 815	
2017			35 800	
2016			33 937	36 075
<b>Hommes</b>	<b>81</b>			
2018		26 650	37 050	35 685
2017			33 606	
2016			35 385	31 980

\* Collaborateurs ayant entre 18 et 25 ans et moins d'un an d'ancienneté. À un même niveau de diplôme, les collaborateurs et les collaboratrices sont embauché(e) s au même salaire. L'ensemble des sociétés du périmètre ont répondu. En revanche Newen, Neweb, Bonzai Digital et Play Two, n'ont pas de collaborateurs répondant à ces critères.

## INDICATEUR : TAUX DE PROMOTION PARMIS LES FEMMES ET LES HOMMES

Taux de promotion* (Périmètre : France sans Doctissimo, AUFEMININ et Gammed! CDI)	% Couverture/ effectif	2018	2017	2016
Parmi les femmes	81	9 %	4,1 %	8,8 %
Parmi les hommes	81	8,7 %	4,2 %	6,6 %

\* Avec et sans changement de catégorie professionnelle.

## 7.1.9 DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

### ENTRETIEN DE PERFORMANCE

Véritable outil de développement, cet entretien permet au collaborateur d'être acteur de la démarche d'évaluation et de fixation des objectifs avec son *manager* afin de définir un plan d'action de développement de compétence si besoin. Les collaborateurs sont évalués à partir d'un socle commun de 8 compétences stratégiques s'inscrivant dans la

démarche de transformation du Groupe en complément des compétences métiers qui leur sont propres.

Pour la campagne d'évaluation 2017/2018, 89,8 % des collaborateurs ont bénéficié d'un entretien annuel.

## INDICATEURS : POURCENTAGE DE COLLABORATEURS AYANT BÉNÉFICIÉ D'UN ENTRETIEN ANNUEL

(Périmètre : France sans Doctissimo, AUFEMININ et Gammed! CDI)	% Couverture/ effectif	2018	2017	2016
% de collaborateurs ayant bénéficié d'un entretien annuel	81	89,8 %	90,8 %	84,6 %

### ENTRETIEN DE CARRIÈRE

Au-delà de l'entretien de performance, chaque collaborateur bénéficie tous les deux ans d'un entretien de carrière ; celui-ci consiste en un échange spécifique entre le collaborateur et le *manager* sur le plan de développement du collaborateur et ses souhaits de carrière à moyen terme.

Le collaborateur a ainsi la possibilité d'exprimer ses souhaits relatifs aux leviers qu'il souhaite actionner pour développer ses compétences : formation, bilan de compétences, participation à des groupes de travail,

suivi de conférences... et ses attentes en matière d'accompagnement de la part de son *manager* ou d'experts.

L'entretien de carrière est aussi l'occasion pour le collaborateur de faire part de ses souhaits d'engagement personnel dans un « extra rôle » : tuteur, mentor...

**L'université TF1 propose une offre de formation en lien avec les objectifs de transformation de son modèle et dans le respect de ses engagements et obligations.**

Les moyens déployés visent à déployer une culture « apprenante », de **partage et transmission de compétences** qui se traduit en :

- Proposant des formats d'apprentissages diversifiés, de durées variées : parcours, ateliers, *masterclass*, *afterworks*, plateforme digitale, vidéos, contenus sur *Workplace*... ;
- Associant les collaborateurs à la construction des parcours de formation ;
- Mobilisant et valorisant les expertises internes *via* la formation interne, le *mentoring*, le tutorat ;
- Valorisant les apprentissages par des certifications, qui bénéficient au collaborateur tout au long de son parcours professionnel : Connect – Digital Fabrik – *management* – langues... ;
- Favorisant le co-investissement et bénéficiant de l'accompagnement de l'OPCA, l'AFDAS, pour optimiser les dépenses.

#### Ses enjeux :

- Placer tous les collaborateurs et les *managers* en position d'acteurs du changement, en leur permettant de mieux maîtriser l'écosystème, de comprendre les enjeux et de contribuer au projet de transformation du groupe TF1 ;
- Adapter et développer les compétences, notamment digitales, anticiper l'évolution des métiers et contribuer à l'employabilité des collaborateurs du Groupe pour préparer l'avenir ;
- Inspirer, favoriser la créativité, booster l'expérimentation et découvrir de nouvelles méthodes de travail ;
- Respecter les obligations et engagements sociétaux du Groupe.

#### Tous acteurs du changement à travers :

- La poursuite -et la fin- des Parcours Connect des 4 familles métiers (Contenus, Digital, Info, Business) ouverts à tous les collaborateurs pour bénéficier d'un décryptage de la stratégie du Groupe et de son écosystème, ainsi que d'une ouverture vers l'extérieur dans les domaines d'innovation, de business et de digital. (80 % des collaborateurs auront suivi ce parcours déployé depuis fin 2016) ;
- La mise en œuvre et le pilote d'un nouveau programme certifiant, *via* le CPF, destiné aux *managers* du Groupe, axé sur les nouveaux modes de *leadership*, l'accompagnement du changement et la mise en œuvre de méthodes collaboratives innovantes ;
- Le déploiement d'un important programme de formation au nouvel outil de fabrication de l'information (PNS3) pour 800 stagiaires, porté par 36 formateurs internes de TF1 et LCI, et au nouveau décor du plateau du JT, dans le cadre du projet Info 2020 ;
- La mise en place d'un programme d'excellence avec l'ESSEC, consacré au décryptage des impacts stratégiques, organisationnels et individuels de la transformation des modèles ;
- La réflexion sur la dynamique de carrière destinée prioritairement aux collaborateurs dont le métier est en mutation.

#### Développement des compétences, évolution des métiers et anticipation des parcours professionnels des collaborateurs à travers :

- La mise à disposition en ligne pour tous, *via* l'Académie digitale sur le site de l'Université, d'un programme interactif, accessible tout support, visant au développement des compétences digitales (obtention d'un passeport digital, 300 vidéos dédiées au numérique et aux impacts de la transformation digitale) ;

- La poursuite et la finalisation des parcours certifiants Digital Fabrik pour 200 collaborateurs du Groupe ;
- La formation « Certify One Data » proposée aux 150 membres du COMGT ;
- L'anticipation de l'évolution des métiers comme par exemple la :
  - Formation au métier de Journaliste Reporters d'image pour les techniciens de reportage,
  - Formation aux techniques journalistiques de télévision pour les *producers*,
  - Formation au *community management* pour le service d'accueil aux téléspectateurs ;
- La poursuite des formations liées aux compétences métiers. (ex : droits d'auteurs – Prélèvement à la source – ORAD...);
- Les formations – ateliers (réseaux sociaux – CV...) – bilan de carrières pour accompagner les projets de mobilité ou d'évolution professionnelle des collaborateurs, et ce en lien avec la cellule mobilité ;
- Les ateliers de formation au *mentoring* et au tutorat.

#### Créativité et expérimentation à travers :

- Le déploiement d'une formation à l'intrapreneuriat pour les 10 intrapreneurs retenus du business lab du Groupe TF1 ;
- Un programme Connect+ visant à ancrer dans le quotidien les pratiques innovantes de Connect grâce à des expérimentations au cours d'*afterwork* et de partages de bonnes pratiques *via Workplace* ;
- Des ateliers d'initiation aux nouvelles méthodes de travail, organisés par le *Business lab*, relayés sur le site de l'université et sur *Workplace*.

### LE RESPECT DES OBLIGATIONS ET DES ENGAGEMENTS SOCIÉTAUX DU GROUPE

Une attention particulière est portée aux formations à la santé, notamment avec les ateliers « self coaching : stress – émotions – positivité », accessibles en libre inscription, qui visent à apprendre à gérer ses émotions, mieux *manager* son stress individuellement et retrouver une énergie positive tout en améliorant la collaboration des équipes, ou encore les formations My Osteopratic, conçues et animées par un ostéopathe, adaptées sur mesure aux situations professionnelles rencontrées par les collaborateurs (personnels de reportage, maquilleurs...).

Les formations à la sécurité sont proposées aux collaborateurs concernés : Personnel local de sécurité, sauveteur secouriste du travail, habilitations électriques, CACES. Une sensibilisation à la sécurité a été organisée pour tous les collaborateurs amenés à couvrir sur site la Coupe du Monde de football en Russie. Des modules de formation « sensibilisation zones urbaines et mouvements de foule » ont été créés sur mesure pour les personnels de reportage.

En matière de Diversité :

- 2018 a vu la poursuite de la formation *Leadership* au féminin pour favoriser l'évolution professionnelle de femmes dans l'entreprise ;
- Des actions de sensibilisation au handicap pour les équipes RH – achat – communication interne ont été organisées.





## INDICATEURS : FORMATION CONTINUE

(Périmètre : France sans Doctissimo, Aufeminin, Gammed!, CDI)	% Couverture/ effectif		2018	2017	2016
Nombre et % de collaborateurs CDI ayant bénéficié de formation sans Newweb, Play Two, Bonzaï Digital, Aufeminin, Doctissimo et Gammed!	77	Nombre	1 796	1 266	1 870
	77	%	72,7	54,3	77,2
% de la masse salariale consacrée à la formation	81	%	3,5	3,3	2,9
Volume d'heures de formation tous dispositifs	81	Nombre	60 374	49 283	39 821
<i>dont nombre d'heures en formation interne</i>	81	Nombre	7 852	1 580	9 011
Moyenne d'heures de formation par CDI actif			23,2	21,1	16,4

## INDICATEUR : FORMATION DES NON PERMANENTS

(Périmètre : France sans Doctissimo, Aufeminin, Gammed!, intermittents)	2018	2017	2016
Collaborateurs non permanents formé	76	61	598

## COMMUNICATION INTERNE ET ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS

Afin d'assurer auprès des collaborateurs la diffusion d'informations concernant le groupe TF1 et ses évolutions, la Direction générale adjointe des Relations Humaines et RSE s'appuie sur l'équipe de la Communication Interne et ses différents canaux de diffusion.

Un portail Intranet répond quotidiennement aux besoins d'information des collaborateurs :

- sur le Groupe et les activités et métiers, à travers une cinquantaine de publications par mois (articles, communiqué de presse, interview vidéos exclusives, diaporama) ;
- sur la vie de l'Entreprise (audiences, bourse, météo, bandes annonces, projets transverses, focus équipes et collaborateurs activités, offres, avantages, pratiques...).

Ce portail est aussi relié au portail RH de l'Entreprise destiné à accompagner les collaborateurs et *managers* dans leurs activités et parcours professionnels (formation, congés, entretien de performance...) ainsi qu'au site de l'Université TF1 (parcours de formation et *Masterclass*) et aux réseaux conversationnels des groupes TF1 et Bouygues ainsi qu'au réseau social professionnel *Workplace By Facebook*.

Un canal de diffusion vidéo interne, disponible sur une quarantaine de moniteurs répartis dans les 3 sites (Boulogne et Plaine Saint-Denis) et sur PC, propose chaque jour une boucle vidéo et photo en lien ou complémentaire avec les contenus éditoriaux de l'Intranet.

Enfin, l'organisation ponctuelle de conventions et de séminaires réunissant les collaborateurs d'une filière métier ou d'une filiale, ainsi que la réunion des 150 principaux dirigeants du Groupe à l'issue de

chaque Conseil d'Administration trimestriel, permettent de partager et communiquer sur les évolutions, les enjeux et la stratégie de tout ou partie du Groupe. Un document reprenant les éléments clés de ce Comité *Management* est adressé dès le lendemain à tous ses membres.

Tout en poursuivant les actions de communication autour de l'enjeu *OneTransfo* (informer, expliquer et engager les collaborateurs), la Direction de la communication interne a mis en place des plans autour des nouveaux grands projets qui s'inscrivent dans le cadre de la transformation du Groupe, et notamment autour de l'organisation du travail.

## ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS

Le soutien des collaborateurs aux initiatives solidaires du Groupe est essentiel. Chaque année, 24 *managers* sont mobilisés pour parrainer un jeune de la Fondation d'Entreprise TF1, être à son écoute et le faire bénéficier de son expérience et de son réseau. D'autres *managers* se sont portés volontaires pour *mentorer* de jeunes collaboratrices du Groupe ou d'entreprises partenaires.

Membre fondateur de Stop-illettrisme, une association inter-entreprises qui lutte contre l'illettrisme, le groupe TF1 est engagé sur cette thématique depuis 2013. 41 collaborateurs du Groupe ont accompagné 14 salariés de la société de prestations Samsic.

En 2018 un plan d'engagement des collaborateurs lié à la démarche TF1 Initiatives a été lancé, avec des propositions de tutorat de jeunes de l'association Sport Dans la Ville, de soutien de start-up à impact positif, ou d'opérations solidaires collectives.



## 7.1.10 ATTRACTION ET RETENTION DES TALENTS

### SERVICE RECRUTEMENT AGILE

La création d'un service recrutement centralisé depuis janvier 2016 (4 personnes dédiées aux recrutements et à la mobilité) a permis de mieux identifier, attirer et intégrer les talents en répondant efficacement aux besoins de l'entreprise, et d'introduire de nouvelles pratiques de *sourcing* : réseaux sociaux, recrutement par approche directe. Ce travail stratégique est fait en étroite relation avec les RH métiers, les opérationnels et la marque employeur.

### LA TALENT FACTORY

Par ailleurs, les stagiaires et alternants du Groupe font l'objet d'un suivi particulier par leur tuteur et leur RH au cours et à la fin de mission au sein du groupe.

Les étudiants identifiés comme particulièrement compétents et correspondants aux valeurs et exigences de l'entreprise, font l'objet d'un suivi particulier *via* le dispositif « Talent Factory ». Il s'agit de les suivre après leur sortie de l'entreprise (par leur *manager*, la DDT, LinkedIn...), de leur donner des nouvelles et de les inviter régulièrement à des événements TF1.

### DES PROGRAMMES DEDIES

Dans un objectif de rétention et de *reward* des Talents, le Groupe TF1 a initié pour la première année le programme d'excellence One's à destination de ses HP (Hauts Potentiels). En partenariat avec l'ESSEC ce programme regroupe différents formats comme du présentiel académique, du coaching ou encore du *coworking*. Au-delà de ce programme une revue annuelle des talents permet d'échanger sur l'accompagnement visé pour les populations de *managers* clés.

Concernant les "Key People", le programme *Leadership Connect* visera à les accompagner sur une montée en compétence du point de vue managérial au travers d'une formation certifiante conçue avec l'EM Lyon et WDHB.

Les Experts seront sollicités en tant qu'ambassadeurs, notamment dans le cadre du programme TF1 Campus.

Concernant les HPJ (Hauts Potentiels Juniors), plusieurs formats sont en cours d'étude pour 2019 pour répondre à leurs attentes et leurs enjeux.

### MOBILITE INTERNE

TF1 est un groupe très diversifié de par la nature de ses activités et de ses profils d'emploi, avec plus de 250 métiers dans le Groupe.

TF1 doit par ailleurs doit d'adapter à une forte concurrence notamment dans le domaine digital. Dans ce contexte de transformation, la mobilité est une vraie valeur ajoutée pour le Groupe comme pour les collaborateurs. Elle permet à l'Entreprise de rester réactive, de faire évoluer les organisations, de répondre à l'évolution des métiers et au développement de nouvelles activités. Pour les collaborateurs, la mobilité est source de développement personnel et professionnel, d'élargissement d'horizon et d'enrichissement des compétences dans des parcours carrières diversifiés.

Le Groupe accompagne les collaborateurs dans leur développement professionnel pour leur permettre une mobilité interne en leur donnant les outils nécessaires, grâce notamment à des ateliers de développement professionnel (apprendre à présenter un CV, préparer un entretien ou bien encore se servir efficacement des réseaux professionnels comme LinkedIn).

La mobilité interne est le premier réflexe dans les démarches de recrutement et est encadrée : la charte de la mobilité a été modernisée, elle est en ligne sur l'Intranet du Groupe afin de partager des règles de fonctionnement claires garantissant une égalité de traitement. Les Responsables RH en sont les garants.

### INDICATEUR : TAUX DE MOBILITE INTERNE PARMIS LES RECRUTEMENTS

(Périmètre France sans Doctissimo, AUFEMININ et GANNED!, CDI) (Nombre des 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)	% Couverture CA	2018	2017	2016
Taux de mobilité interne parmi les recrutements (en %)	81	37,9 %	41,6 %	58,4 %



## 7.1.11 RELATION AVEC LES ECOLES, ACCUEIL DES STAGIAIRES ET DES ALTERNANTS

Conformément à la volonté du groupe TF1 d'accompagner les jeunes par le biais de la transmission des savoirs et des expériences, l'alternance et les stages représentent une part importante au sein des organisations, car elle constitue un premier contact avec TF1 avant l'éventuelle embauche d'un collaborateur.

La politique de rémunération des stagiaires alternants est favorable et complétée par des opportunités de postes diversifiées, ce qui permet d'attirer de jeunes talents issus de cursus scolaires reflétant la diversité des métiers du Groupe. Ainsi, la grille de rémunération des stagiaires évolue en fonction du niveau scolaire de l'étudiant et est nettement supérieure au minimum légal. Cette politique ambitieuse tant vis-à-vis des alternants que des stagiaires répond à une volonté de contribuer à la formation des jeunes, d'identifier de nouveaux talents et d'accueillir des jeunes générations au sein de l'Entreprise.

En 2018, le Groupe TF1 est notamment partenaire de la Chaire Média et Digital de l'ESSEC ainsi que du programme Explora de l'EDHEC. Au travers de ces deux partenariats spécifiques le Groupe TF1 vise de

renforcer la proximité avec ces étudiants au travers de projets et de sujets d'étude que partagés et tutorés dans le cadre de leurs cursus.

Par ailleurs, en 2018 le Groupe lance le programme TF1 Campus auprès de l'ensemble des écoles cibles pour l'ensemble des métiers qui génèrent des recrutements. Ce programme permet aux étudiants de bénéficier d'interventions de la part de collaborateurs du Groupe autour de leurs problématiques et enjeux métiers. Ce nouveau format d'interactions avec les étudiants permet de renforcer la marque employeur en délivrant du contenu et permet ainsi de rencontrer les étudiants dans une dynamique positive d'échange et de découverte autour des métiers du Groupe.

Enfin en 2018, le Groupe TF1 obtient pour la seconde année consécutive le Label *Happy Trainees*, signe d'une véritable reconnaissance de la part de la communauté alternants et stagiaires concernant l'expérience positive qu'ils ont vécue au sein du Groupe et envers la marque Employeur.

### INDICATEUR : NOMBRE DE STAGIAIRES CONVENTION ECOLE

(Périmètre : France sans Doctissimo, AUFEMININ et GAMNED! stagiaires)	% Couverture/ effectif	2018	2017	2016
Stagiaires convention école	81	358	206	307

## 7.1.12 CADRE SOCIAL

Le groupe TF1 est attaché à l'équilibre pro-perso de ses collaborateurs. C'est ainsi que la Direction des relations sociales coordonne les services permettant d'accompagner les préoccupations personnelles et familiales de ses collaborateurs.

### ALLOCATION GARDE D'ENFANT ET BERCEAUX

Pour faciliter l'organisation de la garde d'enfant, une subvention de 8 euros par jour est octroyée aux collaborateurs dont les enfants de moins de 4 ans sont gardés en crèche, par une assistante maternelle ou par un emploi à domicile.

Ce montant est limité à 1 830 euros par an. Les Comités d'Entreprise sont en charge de la gestion de l'allocation garde d'enfant.

À partir de 2019, le Groupe s'associe à un groupe de Crèches d'entreprises pour cofinancer des berceaux. Un dispositif de garde occasionnelle et d'urgence sera également déployé pour l'ensemble des collaborateurs ayant un enfant de moins de 3 ans ainsi qu'une plateforme sociale de services à domicile qui permet de trouver une aide pour la garde des enfants temps plein, sortie d'école, garde d'urgence et occasionnelle) et le soutien scolaire.

### L'ACTION LOGEMENT

Le groupe TF1 cotise à l'Action logement dont tous les organismes ont fusionné au 1<sup>er</sup> janvier 2017.

Dans le cadre de ce dispositif, les salariés du groupe TF1 ont bénéficié pour l'année 2018 de différentes aides : 9 salariés ont obtenu un logement. 7 prêts « accession », 3 *Loca-Pass*, 0 *MobiliPass*, 2 *Pass-Assistance* et 3 prêts travaux ont été octroyés. 33 salariés ont pu

bénéficier du dispositif *Mobili-Jeune* et 68 salariés ont été conseillés par les organismes dans le cadre d'un projet immobilier. En 2018, le nombre total de salariés du groupe TF1 concernés par les dispositifs de l'action logement s'élève à 127.

Un représentant des organismes de l'action logement effectue régulièrement une permanence dans les locaux afin d'aider les collaborateurs dans leurs démarches et les conseiller sur le financement de leur projet immobilier. En 2018, 3 permanences ont eu lieu.

En fin d'année, la direction et les membres de la commission logement ont rédigé une Charte organisant les règles d'attribution des logements.

### ESPACE FORME

TF1 s'attache également à offrir à ses salariés un cadre de vie agréable en leur mettant à disposition une salle de sport, l'Espace Forme, à un tarif préférentiel de 20 euros par mois pour un abonnement d'un an.

Les 8 professeurs de sport sont à la disposition des salariés du lundi au vendredi. En plus des 25 cours collectifs, l'Espace Forme dispose d'un parc de 24 postes de cardio-training (tapis, vélos, etc.), 11 postes de travail pour la musculation et de 2 hammams.

### ASSISTANTE SOCIALE

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

Ses domaines d'intervention sont multiples : aide à l'accès et au maintien dans le logement, budget familial, médiation de dettes, éducation, relations familiales (médiation familiale), prévention de risques psychosociaux (médiation professionnelle), santé (dont dépendance et santé mentale), prise en charge lors de maladie longue, invalidité, incapacité de travail, rôle d'alerte sur des difficultés sociales repérées. Tenue au secret professionnel, son rôle est d'apporter des réponses concrètes ou des solutions aux difficultés auxquelles les collaborateurs pourraient avoir à faire face.

### ASSOCIATION SPORTIVE

Dans le cadre de l'association sportive de TF1, l'entreprise propose aux salariés la pratique de sports dans de multiples domaines. En 2017, l'association compte 19 sections avec 350 adhérents. Des tarifs préférentiels pour des abonnements à des clubs de sport (Forest Hill, Club Med Gym) sont également proposés.

### ASSISTANCE FRAIS DE SANTE

Pour conseiller les salariés dans leur démarche à caractère médical ou les aider à percevoir leurs remboursements de complémentaire santé, une permanence est organisée chaque semaine dans l'entreprise par le gestionnaire du régime frais de santé.

En 2018, le groupe TF1 continuera à rechercher les meilleures solutions pour accompagner les salariés dans leur quotidien.

### MON CONSEILLER PERSONNEL

En 2018, une plateforme a été mise en place pour accompagner les aidants familiaux sur les champs suivants :

- Soutien à la famille (Parentalité, solidarité familiale, séparation, disparition d'un proche...);
- Emploi et retraite (Recherche d'emploi, parcours professionnel, passage à la retraite...);

- Santé et soins (couverture santé, accès aux soins, handicap, perte d'autonomie...);
- Budget et démarches (Gestion du budget, logement, transport, vie administrative...);
- Rôle et attendus du conseiller « Accompagnement des parcours de vie » :

La plateforme est une plateforme d'information, d'écoute, de conseils et d'orientation sur toute question à caractère social.

### AIDE AUX AIDANTS

Il s'agit d'un service de mise à disposition d'informations relatives à l'aide aux aidants dans le contexte de la dépendance des personnes âgées, notamment pour accompagner l'entrée en établissement pour personnes âgées.

Sur simple appel téléphonique, un Conseiller est dédié à l'accompagnement tout au long de la réflexion 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 dans le choix de la structure de retraite adaptée.

Le conseiller accompagne ensuite dans la constitution du budget, pour présenter les aides financières existantes, et aider à les mobiliser. Une fois l'ensemble de ces démarches effectué, le conseiller organise les prises de rendez-vous pour visiter les établissements sélectionnés.

In fine, lorsqu'un établissement remplissant les exigences du salarié a été trouvée, le téléconseiller fournit une assistance administrative pour la rédaction et la constitution du dossier administratif pour l'entrée en établissement.

### C'EVIDENTIA

Le groupe TF1 a renouvelé son partenariat et propose, à l'ensemble des collaborateurs, les services d'un opticien au siège de TF1.

## 7.2 INFORMATIONS ENVIRONNEMENTALES

### 7.2.1 DEMARCHE GENERALE

#### PRISE EN COMPTE DES RISQUES ET DEMARCHE ENVIRONNEMENTALE

L'activité de TF1 n'est pas sujette aux risques environnementaux liés au changement climatique y compris en cas de renchérissement brutal de l'énergie ou de taxation du carbone émis. Seule la situation du siège de TF1 en bordure de Seine a nécessité la mise en place d'un plan de prévention des inondations en cas de crue. Ce dispositif est décrit dans la partie Risques Industriels et Environnementaux du chapitre « Facteurs de risques » du présent document. La nature des activités du Groupe dans les sièges sociaux ne fait pas non plus courir de risques à la biodiversité, ni à la qualité de l'eau et des sols.

L'empreinte écologique directe de l'activité des médias est équivalente à celle du secteur tertiaire sous l'angle des émissions de gaz à effet de serre : le secteur est générateur de transports, d'achats de matériels électroniques et de consommations électriques.

Les entreprises du secteur des médias sont par ailleurs redevables à leurs parties prenantes d'une certaine exemplarité. C'est la raison pour laquelle le groupe TF1 s'est doublement engagé : d'une part dans la démarche « Ecoprod », qui s'efforce d'introduire l'écoconception dans les productions audiovisuelles et d'autre part, dans la gestion de ses processus internes.

Le Groupe mène des actions volontaristes dans l'ensemble de son parc immobilier et dans tous les domaines dont il a la maîtrise : les consommations de fluides (particulièrement l'énergie électrique), les matières premières (papier) et la gestion des déchets font l'objet de plans d'actions et d'amélioration continue, toujours menés au-delà des exigences légales. La restauration collective, enjeu environnemental mais aussi de sensibilisation des collaborateurs, fait l'objet d'un plan d'actions mené en étroite collaboration avec le prestataire de restauration. L'externalisation des services généraux réalisée en juin 2017 n'a pas fait fléchir ces exigences, intégrées au cahier des charges de la prestation de Facility Management.

Au Département des Reportages, comme dans les services qui gèrent les installations fixes, les dispositifs techniques intègrent de plus en plus la consommation d'énergie et la gestion des déchets en amont des projets d'ingénierie.

En 2018 le Groupe a pris de nouveaux engagements sur la diminution de ses consommations d'énergies en recevant la certification ISO 50001.

L'impact environnemental d'un groupe média est également indirect : il passe par sa capacité à sensibiliser le public à cet enjeu. Les antennes et sites Internet du Groupe sensibilisent tout au long de l'année les téléspectateurs au respect de l'environnement dans de nombreux programmes : bulletins météorologiques, sujets des journaux télévisés, émissions sur la chaîne thématique Ushuaïa TV, campagnes de sensibilisation à destination des enfants, etc. L'émission « Ushuaïa Nature », d'abord diffusée sur TF1 puis sur Ushuaïa TV a fêté ses trente ans en 2017. En 2018 le Groupe a mis en ligne le podcast « ImpactPositif », réalisé par la journaliste de LCI, Sylvia Amicone qui donne la parole aux acteurs de la transition sociale et écologique.

#### SERVICES INTERNES DE GESTION DE L'ENVIRONNEMENT

La Direction des Affaires Générales et de la Sécurité avec le prestataire Bouygues Énergies et Services a la charge de l'ensemble des plans de maîtrise des consommations et de la gestion des déchets. Un équivalent temps plein est affecté au suivi de l'ensemble des plans d'actions, notamment à la gestion des déchets, à la collecte des indicateurs, à la mise à jour du Système de *Management* de l'Énergie (SME) et à la démarche de labellisation ISO 50 001.

#### DEMARCHES D'EVALUATION OU DE CERTIFICATION EN MATIERE D'ENVIRONNEMENT

##### CERTIFICATION ISO 50001 - OBTENUE LE 17 JUILLET 2018

Après un audit énergétique couvrant l'immeuble de La Tour (85 % de la facture globale du SIRET) terminé le 9 mai 2016, le projet de certification ISO 50001 comprenant un SME impliquant l'ensemble des acteurs du Groupe (Direction des Achats Groupe, Direction des Systèmes d'information, Direction Technique, prestataires de maintenance, d'entretien et de restauration) a été mis en place. Il a permis à la Direction de se doter d'une organisation et d'un outil plus précis pour poursuivre son objectif de réduction d'empreinte environnementale et d'obtenir *in fine* la certification ISO 50 001 de l'organisme AFNOR le 17 juillet 2018. Un comité de coordination a été mis en place afin d'assurer le suivi obligatoire exigé par la certification.

#### AUTRES THEMES

Au-delà des obligations légales, TF1 fait expertiser la qualité de l'air (empoussièrement, hygrométrie) et de l'eau (machines à café, fontaines à eau) 5 ou 6 fois par an. TF1 fait effectuer par Socotec des contrôles sur l'ensemble de ses installations (tours aéro-réfrigérantes notamment).

TF1, et désormais son prestataire Bouygues Énergies et Services, travaillent sur les thèmes environnementaux avec des prestataires certifiés (ISO 9001 et/ou 14001 pour la gestion des déchets, la maintenance du système électrique, l'achat du mobilier, etc.). De plus, dans le cadre de la mise en place de sa prestation de Facility Management, Bouygues Énergies & Services a renégocié l'ensemble des contrats de prestation en valorisant, lors des appels d'offres, les démarches RSE de chacun des prestataires.

#### ACTIONS DE FORMATION ET D'INFORMATION DES SALARIES

Les collaborateurs sont régulièrement sensibilisés au sujet du développement durable par des rubriques sur le site Intranet et lors d'événements dédiés. Des animations sur les éco gestes ont été organisées à l'occasion de la labellisation ISO 50 001 et de la mise place du tri sélectif des déchets. Des ateliers « La Fresque du Climat » ont été proposés aux collaborateurs, ils permettent de comprendre les liens de cause à effet entre les différents phénomènes liés au changement climatique.

Chaque année, deux *managers* de TF1 suivent le séminaire « IMB – Responsabilité Sociale et Environnementale » organisé par le groupe Bouygues et régulièrement enrichi de nouvelles visions sur le développement durable et la stratégie du Groupe.

### DEPENSES ENGAGEES POUR PREVENIR LES CONSÉQUENCES DE L'ACTIVITÉ SUR L'ENVIRONNEMENT – EMPREINTE ECOLOGIQUE DES PRODUCTIONS

Le secteur audiovisuel émet environ 1 million de tonnes équivalent CO<sub>2</sub> dans l'atmosphère chaque année, dont environ le quart est directement lié aux tournages, selon l'étude sur les chiffres clés de la filière réalisée en France en 2011 et disponible sur [www.ecoprod.com](http://www.ecoprod.com) <sup>(1)</sup>. Pour réduire cette empreinte, TF1 a lancé en 2009 la démarche Ecoprod, avec l'ADEME, AUDIENS, la Commission du Film d'Île-de-France, le Centre National du Cinéma et de l'image animée, le pôle Médias du Grand Paris et France Télévisions.

Le collectif Ecoprod a créé un centre de ressources à consulter sur [www.ecoprod.com](http://www.ecoprod.com). Les outils sont mis gracieusement à disposition des professionnels du secteur et régulièrement présentés par le biais d'événements ou de partenariats avec les médias spécialisés. Le site comprend des fiches de bonnes pratiques par métier, un calculateur d'empreinte carbone dédié aux productions audiovisuelles (Carbon'Clap), un guide de l'éco production et des témoignages à

destination des producteurs et des autres professionnels du secteur. La contribution de TF1 se monte à 5000 euros par an.

Les activités de TF1 ne donnent pas lieu à l'établissement de provisions liées à la réduction des risques pour l'environnement ou à la mise en place d'une organisation pour faire face aux accidents de pollution au-delà des établissements de la société.

### MESURES PRISES POUR ASSURER LA CONFORMITÉ DE L'ACTIVITÉ AUX DISPOSITIONS LEGISLATIVES

TF1 poursuit sa veille réglementaire au niveau de ses installations techniques, classées ICPE (Installations Classées pour la Protection de l'Environnement).

Les installations relevant de cette réglementation sont définies dans une nomenclature qui, en fonction de l'activité produite, de son importance et du niveau de gravité des dangers ou nuisances qu'elles présentent, sont soumises soit à autorisation soit à déclaration. TF1 possède plusieurs installations soumises à la réglementation ICPE, notamment les groupes électrogènes, les unités de production de froid et les tours de refroidissement. Toutes ces installations sont en conformité avec la réglementation des ICPE et ne génèrent aucune nuisance. Un contrôle drastique est opéré par les équipes de maintenance de TF1. Les contrôles sanitaires obligatoires font l'objet d'un rapport annuel soumis aux autorités préfectorales.

## 7.2.2 PARAMÈTRES DU REPORTING ENVIRONNEMENTAL

**Période considérée :** 01/10/2017 au 30/09/2018

**Périmètre des indicateurs :**

- Sociétés hébergées dans les immeubles du Siège « Tour » et « Atrium » de Boulogne-Billancourt soit 77,6 % des collaborateurs du Groupe et 85 % du chiffre d'affaires du groupe au 30 septembre 2018 ;
- La filiale TMC, à Monaco, met en place une démarche environnementale à partir de fin 2018. Un premier indicateur sur la consommation électrique est fourni dans ce rapport. TMC représente 1 % des effectifs et 6,3 % du CA.

Les autres activités du Groupe dont Téléshopping, Aufeminin et Newen sont dans des bureaux d'immeubles partagés, avec de faibles surfaces pour lesquelles la Direction des Affaires Générale n'a aujourd'hui ni données, ni moyens d'action significatifs.

### MÉTHODE DE RELEVÉ DES INDICATEURS

Les mesures et les objectifs définis s'appliquent à l'intérieur du périmètre défini ci-dessus et selon les modalités suivantes :

- les données de consommation d'eau et de vapeur sont issues du relevé des compteurs ;

- les données de consommation d'électricité sont issues des factures et corroborées par la lecture des télé-relevés obtenus sur le site Internet de EDF au travers d'un contrat de suivi des courbes de charges (TCC) ;
- les déchets tels qu'encombrants (bennes), papiers compactés, déchets alimentaires, déchets d'emballage humides, verre, huiles usagées, piles ou accumulateurs, consommables d'impression, déchets électroniques, sont pesés par l'entreprise à laquelle le Groupe a confié la prestation de gestion et suivi des déchets (TRIO 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. La facturation est effectuée au poids ;
- les fluides frigorigènes sont mesurés à partir des bilans des prestataires en charge de la maintenance de la climatisation ;
- les consommations de fuel pour les groupes électrogènes sont calculées par delta entre la quantité de fuel présente dans les deux cuves au début de la période et à la fin de la période, en tenant compte des éventuels remplissages intermédiaires ;
- les carburants consommés sont issus des relevés fournis par la société Total et liés à utilisation de la carte professionnelle pour les pleins d'essence.

(1) Périmètre de l'étude : activités de production de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision, enregistrements sonores et édition musicale, programmations de télévision et télédiffusion, soient les entreprises de codes de nomenclature d'activités française 59 et 60.



## 7.2.3 POLLUTIONS ET NUISANCES

### PREVENTION ET REPARATION DES REJETS

TF1, du fait de l'activité de ses sièges sociaux ne rejette pas d'effluents dans l'eau ou le sol.

Dans les cahiers des charges rédigés pour les prestataires d'entretien, le Groupe demande de faire état de la politique de réduction de l'utilisation de produits nocifs pour l'environnement.

Le partenaire d'entretien ONET a mis en œuvre une solution de fabrication d'un produit détergeant et d'un désinfectant pour le nettoyage des surfaces à partir d'eau douce et de sel en utilisant le procédé d'électrolyse de l'eau.

Conformément à la réglementation, les eaux usées des restaurants sont filtrées par un bac à graisses vidé régulièrement par la société PFD. De même, les eaux de ruissellement des parkings sont dirigées vers un bac de rétention des eaux chargées d'hydrocarbures, vidé par la société PFD.

### PRISE EN COMPTE DES NUISANCES SONORES ET DE TOUTE AUTRE FORME DE POLLUTION SPECIFIQUE A L'ACTIVITE

#### NUISANCES SONORES ET OLFACTIVES

Les fournisseurs (de groupe froid, de tours aéro-réfrigérantes, de centrales de traitement d'air, de groupes électrogènes) sont évalués sur les performances de leurs produits en termes de nuisances sonores. Un acousticien est sollicité occasionnellement pour confirmer la qualité de ces produits. Afin de mesurer les nuisances potentielles sonores sur ses collaborateurs, le Groupe fait également intervenir un cabinet d'acoustique lors de travaux dans ses locaux. Les résultats sont présentés aux CHSCT.

Dans le cadre de la rénovation des groupes électrogènes du siège, un système (Venturi) a été installé sur les échappements des groupes pour améliorer le mélange de l'air et ainsi diminuer l'impact olfactif des gaz d'échappement.

#### EFFET DES ONDES SUR LA SANTE

Concernant les antennes d'émission sur le toit du bâtiment principal de TF1 à Boulogne-Billancourt, les mesures effectuées en 2007 et communiquées au CHSCT ont montré qu'il n'y a pas de dépassement des limites autorisées dans le périmètre de circulation prévu autour de l'Antenne. Cette circulation est réservée à un petit nombre de

techniciens et respecte une zone de sécurité balisée, à l'intérieur de laquelle la circulation est interdite. Les consignes concernant les matériels de réception/diffusion qui équipent les cars SNG (*Satellite News Gathering*) sont remises à jour régulièrement.

Concernant les antennes mobiles (véhicules émetteurs antennes aérotransportables), des mesures ont également été réalisées par APAVE, laboratoire agréé, qui n'a décelé aucune anomalie. L'usage de ces émetteurs comprend des mesures de sécurité pendant leur installation par l'opérateur et le balisage d'un périmètre de sécurité de 1,5 mètre autour des appareils posés au sol.

Concernant le dispositif de transmission 4G utilisé lors des opérations de reportage, les mesures faites par le laboratoire EMITECH montrent que les Débits d'Absorption Spécifique ou DAS sont largement respectés. Le DAS maximum pour la tête et le tronc ne doit pas dépasser 2 W/kg et le DAS mesuré par le laboratoire EMITECH est de 0,795 W/kg. Les consignes d'utilisation sont affichées à la logistique reportage et fournies au service Reportage.

Le service médical reste très vigilant et étudie chaque système émetteur des ondes qui entre en exploitation.

Chaque nouvelle installation, comme ce fut le cas lors du déploiement d'un réseau WIFI, fait l'objet de mesures par APAVE. En 2015, une série de vérifications des puissances rayonnées par les équipements WIFI a été effectuée dans les espaces occupés par les équipes de e-TF1, les résultats ont été transmis au CHSCT.

En 2017, le matériel de transmission mobile AVIWEST DMNG PRO utilisé de plus en plus fréquemment par les équipes de reportage a fait l'objet de nouvelles mesures des champs électromagnétiques émis. Les mesures faites dans les conditions réelles de travail montrent des niveaux de champs inférieurs aux valeurs limites d'expositions (VLE) de référence et les risques pour les travailleurs dus aux champs électromagnétiques sont faibles. Le rapport a été présenté au CHSCT de TF1 et LCI, il est disponible au service de santé et peut être consulté. II. Aucune autre installation n'a été réalisée en 2018.

TF1 contrôle les colis et plis reçus au moyen d'un appareil à rayon X, conformément à la réglementation cet équipement a été soumis à l'autorisation de l'Autorité de Sûreté Nucléaire, deux responsables ont été formés et nommés en tant que Personnes Compétentes en Radioprotection, afin de vérifier et faire maintenir l'équipement en conformité avec la réglementation applicable. Un rapport annuel est présenté au CHSCT.

## 7.2.4 ECONOMIE CIRCULAIRE

### MESURES DE PREVENTION, DE RECYCLAGE, D'AUTRES FORMES DE VALORISATION ET D'ELIMINATION DES DECHETS

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

Un vaste plan de réaménagement des locaux a démarré en août 2017, pour passer d'installations classiques vers le Flex office. De ce fait de

très nombreux déménagements et travaux ont eu lieu. Une action de revalorisation de l'ancien mobilier avec le prestataire VALDELIA (éco-organisme en charge de l'organisation de la filière de recyclage du mobilier professionnel) a été de nouveau planifiée à l'été 2018. Néanmoins ces matériaux ne sont recyclés qu'à hauteur de 50 % ce qui explique la baisse du taux de recyclage global en 2017 et 2018. Exemple de mesures de prévention :

- Les prestataires de TF1 sont sensibilisés au problème des déchets par l'introduction de critères dans les appels d'offres et les contrats et par des actions communes menées dans le cadre de la prestation. Ils n'utilisent pas de lingettes pour le ménage, ni de produits non biodégradables ;

- Pour les déménagements l'utilisation de cartons jetables a été abandonnée et remplacée par l'utilisation de boîtes de déménagements réutilisables 30 fois, réduisant ainsi les déchets cartons (10 000 cartons achetés et jetés annuellement remplacés par 1 000 boîtes réutilisables) ;
- Pour la réduction des déchets de papier de nombreuses mesures ont été mises en place : dématérialisation des supports (notes de frais, entretien individuel annuel) ; impression en couleur avec un code pin, impression par défaut recto verso, mise en place d'un outil d'analyse des impressions (Watch doc), diminution importante des imprimantes « locales », grammage du papier réduit à 70 g par feuille. Le papier utilisé porte l'Écolabel européen ;
- Opération de vidage et nettoyage des bureaux systématisée lors de chaque déménagement de collaborateur ;
- Handicap Prévention : récupération des bouchons en plastiques afin de financer des fauteuils pour les handicapés ;

- Recyclages des huiles des RIE en bioéthanol via la société « Allo les huiles » ;
- Mise en place début décembre 2018 de réemploi des piles : mise à disposition des collaborateurs dans des conteneurs, de piles partiellement utilisées lors des tournages techniques mais encore utilisables ;
- Mise en place fin décembre 2018 du Tri sélectif avec apports volontaires dans l'ensemble des étages.

Depuis janvier 2018, le groupe TF1 a confié la gestion des déchets à l'entreprise TRIO via Bouygues Énergies et Services. Chaque déchet fait l'objet d'un bordereau de suivi des déchets (BSD) conformément à la réglementation en place (article R. 5 41-43 du Code de l'Environnement). TRIO assure l'organisation du ramassage avec chacune des entreprises collectrices, qui lui remettent les poids et pourcentage de recyclages. Les déchets sont triés et recyclés ou valorisés par incinération (avec récupération d'énergie) pour les autres. Un responsable interne de ce suivi a été nommé.

## INDICATEUR : QUANTITE DE DECHETS COLLECTES

Site	% Couverture CA	Du 01/10/2017 au 30/09/2018	Du 01/10/2016 au 30/09/2017	Du 01/10/2015 au 30/09/2016
<b>TOTAL DES DÉCHETS (EN TONNES)</b>	<b>85 %</b>	<b>830</b>	<b>796</b>	<b>785</b>
<i>Total des déchets recyclés (en tonnes)</i>	<b>85 %</b>	<b>467 (56 %)</b>	<b>458 (58 %)</b>	<b>514 (65 %)</b>

## ACTIONS CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Les plats sont grammés contractuellement par le prestataire de Restauration (SODEXO) la deuxième portion de pain est payante, réduisant ainsi naturellement le gaspillage. Mise en place à la dépose plateau de corbeilles de récupération de condiments en sachets non utilisés pour leur recyclage.

Chaque année est organisée une journée de sensibilisation des consommateurs sur le gaspillage alimentaire.

## UTILISATION DURABLE DES RESSOURCES

### CONSOMMATION DE RESSOURCES EN EAU

L'eau est essentiellement utilisée dans le circuit de climatisation, les sanitaires et les cuisines. L'aspersion des tours aéro-réfrigérantes représente 40 % de la consommation totale d'eau de l'immeuble de la Tour.

## INDICATEUR : CONSOMMATION DE RESSOURCES EN EAU (EN METRES CUBES)

Site	% Couverture CA	Du 01/10/2017 au 30/09/2018	Du 01/10/2016 au 30/09/2017	Du 01/10/2015 au 30/09/2016
<b>TF1 – TOUR/TRIUM</b>	<b>85 %</b>	<b>47 169</b>	<b>48 561</b>	<b>48 228</b>

Actions engagées depuis 2015 :

- Remplacement de tous les flexibles d'eau glacées défectueux dans les zones Process Techniques ;
- Sensibilisation des prestataires à la maîtrise des consommations ;
- Campagnes régulières de détection des fuites ;
- Indicateurs de consommation spécifiques à la restauration collective ont mis en place dans le contrat 2015-2017 (eau froide adoucit et eau chaude sanitaire) ;
- Remplacement progressif des tours aéro réfrigérantes par des tours beaucoup plus efficaces et moins consommatrices ;

- Des compteurs d'eau à chaque étage de l'immeuble « La Tour », seront mis en place courant 2019 afin de mieux suivre les dérives de consommations potentielles.

### CONSOMMATION DE MATIERES PREMIERES

La baisse de la consommation de papier se poursuit en 2018. Outre les mesures détaillées au paragraphe 7.2.4, les nouveaux aménagements « Nextdoor » en « Flex Office » en cours de déploiement dans les bâtiments de TF1 impliquent une réduction forte de la consommation de papier avec la réduction de mobilier à un rangement par personne.



## INDICATEUR : CONSOMMATION PAPIER (EN TONNES)

Site	% Couverture CA	Du 01/10/2017 au 30/09/2018	Du 01/10/2016 au 30/09/2017	Du 01/10/2015 au 30/09/2016
<b>TF1 – TOUR/ATRIUM</b>	<b>85 %</b>	<b>30</b>	<b>34</b>	<b>45</b>

Pour la restauration, TF1 et Bouygues Énergies et Services demandent, par garantie contractuelle avec le prestataire, de privilégier l'achat de proximité, le Bio et les légumes de saison. Depuis 2018 un repas complet BIO complet est proposé tous les jours dans les 2 restaurants d'entreprise.

## CONSOMMATION D'ÉNERGIE

### Electricité

Le groupe TF1 utilise l'électricité pour l'activité courante de l'entreprise, équipements de cuisine, alimentation et climatisation des équipements techniques liés à la fabrication et à la diffusion des programmes (éclairage des studios, salles techniques et informatiques, régies, etc.). L'électricité est aussi utilisée pour l'éclairage et l'alimentation des postes bureautiques.

La baisse des consommations continue depuis 2010 (moins 3,3 % en 2018 par rapport à 2017) est le fruit d'une meilleure conduite des installations au travers de l'outil de gestion technique du bâtiment, d'une meilleure efficacité de la boucle fermée d'eau du système de climatisation, et de la coupure des centrales de traitement d'air sur les studios désormais corrélée à leur planning d'utilisation. La mise en place fin 2017 d'une solution de supervision de la répartition par zone et par usage des consommations d'énergie a permis de mieux maîtriser les consommations dans la durée (solution Smart Impulse).

De nouveaux objectifs de baisse de 25 à 30 % d'ici à 2025 par rapport à l'année de référence, 2011, ont été pris dans le cadre de la certification ISO 50 001.

## INDICATEUR : CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ (EN MEGAWATTHEURE)

	% Couverture CA	Du 01/10/2017 au 30/09/2018	Du 01/10/2016 au 30/09/2017	Du 01/10/2015 au 30/09/2016
<b>TF1 – TOUR/ATRIUM</b>	<b>85 %</b>	<b>20 098</b>	<b>20 796</b>	<b>22 060</b>
<b>TMC (MONACO)</b>	<b>6,3 %</b>	<b>1 043</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

### Fuel

Le fuel est utilisé dans les groupes électrogènes (GE) des sites de production. Ces groupes constituent le secours du réseau EDF en cas de coupure d'énergie pour assurer la continuité de l'Antenne et des autres processus clés. Les hausses et baisses d'une année sur l'autre découlent des opérations de maintenance menée sur les postes à haute

tension, notamment en 2017) et des exercices de simulation de risques mises en œuvre pour la continuité des processus clé.

Le carburant pour les véhicules utilisés pour les activités de reportage de TF1 et LCI (motos, voitures, camions Vidéomobile) est du Gazole Premier et Excellium, Super 98 ou 95 sans plomb.

## INDICATEUR : CONSOMMATION DE FUEL (EN LITRES) REPORTAGE

	% Couverture CA	Du 01/10/2017 au 30/09/2018	Du 01/10/2016 au 30/09/2017	Du 01/10/2015 au 30/09/2016
<b>FUEL GE TF1 TOUR/ATRIUM</b>	<b>85 %</b>	<b>13 674</b>	<b>22 001</b>	<b>10 465</b>
<b>FUEL TOUS VÉHICULES (REPORTAGE – VOITURES DE FONCTION)</b>	<b>85 %</b>	<b>214 775</b>	<b>204 641</b>	<b>226 056</b>

## MESURES PRISES POUR AMÉLIORER L'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

### DANS LA GESTION DES BÂTIMENTS

- à partir de 2014 un programme de renouvellement des tours aéro-réfrigérantes de l'IGH a été entrepris pour mettre en place des tours plus efficaces et moins énergivores ;
- en 2016 un programme de réhabilitation de l'immeuble a été engagé pour le renouvellement de l'éclairage par des luminaires à LED et celui des pompes à chaleur d'allèges (Climatisation) moins énergivores.

En 2018 :

- Poursuite du remplacement des pompes à chaleur d'allèges (Climatisation) moins énergivores et qui permettent une optimisation de la régulation des températures ;
- Changement des armoires électriques qui permettent désormais la supervision et le comptage par type de réseau (électrique, éclairage et bureautique) ;
- Remplacement des ascenseurs triplex de l'Aile Sud, triplex de l'aile Nord, monte-charge et quadruplex IGH avec la mise en place de la prédestination (moins énergivore) sur ce dernier. Deux autres monte-charge seront remplacés en 2019 ;



- Remplacement des éclairages par la technologie LED avec détecteurs de présences et variateurs dans les zones de bureaux et de salles de réunions ;
- Remplacement des éclairages par la technologie LED avec détecteurs dans les parkings - 2 et - 3 de l'IGH en décembre 2018 ;
- 4 Tours aérorefrigérantes ont été changées et 2 autres nouvelles TAR seront installées en 2019.

### DANS LES PROCESSUS DE FABRICATION (STUDIOS/REPORTAGE/DIFFUSION)

En 2016, la chaîne LCI a conçu ses studios avec un éclairage composé uniquement de LED, de longévité plus importante, qui consomment moins et ne chauffent pas. Cet équipement permet de limiter la consommation totale du plateau (éclairage et climatisation) à 7 kW en moyenne, soit dix fois moins qu'un studio équipé d'un éclairage conventionnel.

En 2018, le plateau du JT de TF1 a également rénové son plateau avec un éclairage composé uniquement de LED, y compris les nombreux écrans composant son nouveau décor.

Les trois cars de la Vidéomobile, complètement autonomes, plus légers et plus modernes, sont aussi moins gourmands en énergie grâce à la mise en place de batteries qui se rechargent en roulant. Les cars de la Vidéomobile sont à la norme « Euro 4 ». Ils sont équipés d'une boîte 6 vitesses pour limiter la consommation. Un petit groupe électrogène, couplé au système Vitron, gère l'énergie en fonction des besoins. Les équipements sont allumés sélectivement et seulement en fonction des besoins de la mission.

### DANS LE DOMAINE INFORMATIQUE

Prise en compte de « l'urbanisation » des salles et espaces techniques, qui hébergent les matériels des régies de production, de stockage et/ou de process. Plusieurs objectifs sont identifiés :

- Optimiser les espaces utilisés pour héberger les équipements (libération de m<sup>2</sup> et concentration des efforts sur des zones plus petites) ;
- Améliorer la sécurité (à plusieurs niveaux : système audiovisuel et informatique – accès – incendie – supervision...);

- Simplifier le déploiement de nouvelles infrastructures (standardisation des méthodes, sensibilisation à la prise en compte dans les projets) ;

- Réduire les consommations énergétiques (Réduction du nombre de machine et amélioration dans la production et la distribution du froid).

Sur l'ensemble de ces items l'expérience des *data centers* est prise comme exemple notamment pour :

- La notion « d'allées chaudes » (refroidir uniquement les baies qui hébergent les équipements plutôt que des salles entières) ;
- La densification à l'intérieur de chacune des baies et un meilleur ordonnancement des câblages pour optimiser les circulations d'air ;
- Le choix d'équipements qui s'adaptent à la charge en temps réel, voire qui savent « apprendre » pour anticiper plutôt que subir (conditions météo – charge des machines en fonction de l'horaires) ;
- La virtualisation de plusieurs machines sur une seule, l'usage du cloud (privé, public ou hybride) pour le quotidien ou la gestion des débordements de « charges » permettent également de limiter les consommations ;
- Des « guidelines » existent pour de la bonne urbanisation. L'adaptation aux usages de TF1 est en cours. Il vise à aider les chefs de projets et mettre en évidence le retour sur investissement de cette démarche transversale ;
- Postes utilisateurs : lorsque cela est possible, regroupement des logiciels sur une même machine pour en limiter le nombre.

### RECOURS AUX ENERGIES RENOUVELABLES

Le groupe TF1 a souscrit auprès d'EDF pour les années 2017 et 2018 un contrat pour la fourniture d'électricité labélisée « kWh Équilibre ». Chaque kWh consommé par TF1 engage EDF à produire la même quantité à partir d'installations utilisant des sources d'énergie renouvelables. En 2018 et pour une mise en application en 2019, TF1 a passé avec EDF un « contrat expert » avec une option « énergie renouvelable » qui engage EDF de la même façon. Le contrat passé avec EDF couvre 95,5 % de la consommation relative aux deux immeubles du Siège social de TF1 à Boulogne-Billancourt, « Tour » et « Atrium ». TF1 a contractualisé avec le fournisseur Enercoop, qui fournit exclusivement de l'électricité d'origine renouvelable, pour l'alimentation en basse tension à l'aile Sud et pour les parkings (4,5 % de la consommation globale) de ce Siège.

## 7.2.5 CHANGEMENT CLIMATIQUE

### MESURE DES EMISSIONS DE GAZ A EFFET DE SERRE (GES)

L'évaluation des émissions de GES a été réalisée sur le périmètre du SME grâce à la méthode du bilan carbone®. Pour l'analyse chiffrée qui suit, le calcul s'est concentré sur les scopes 1,2 et 3A.

Les scopes 1 et 2 ont été mis à jour avec les données d'activité du 01/10/2017 au 30/09/2018 et calculés avec la version 7 du bilan carbone®. Le scope 3A est mis à jour partiellement chaque année (déchets générés, déplacements professionnels hors véhicules reportage et voitures de fonction). Le reste du scope 3A (achats), sera mis à jour en 2019.

Le scope 3B (usage des produits, soit le visionnage des programmes des chaînes du Groupe) est potentiellement la plus importante source d'émission mais n'est pas considérée comme mesurable. Le recueil de

ces données nécessiterait en effet de comptabiliser la consommation électrique de l'ensemble des postes de télévision, ordinateurs, tablettes et téléphones portables en France, au prorata des contenus de TF1 qui y sont visionnés. Le groupe TF1 n'a pas, par ailleurs, de moyen d'action sur cette consommation.

Le poste le plus significatif en termes d'émissions de GES est ensuite constitué des produits achetés (scope 3A) parmi lesquels environ 60 % sont des achats de programmes diffusés sur les chaînes du groupe.

- Concernant ces achats de programme, l'outil Carbon'Clap, développé par le collectif Ecoprod dont TF1 est partenaire fondateur, est utilisé pour la mesure des émissions de CO<sub>2</sub> liés aux tournages. Il a permis de mettre en évidence les chiffres clés par typologie de production à partir des programmes fabriqués en interne par la chaîne (heure moyenne de programme de flux : 8 tonnes ; fiction





tournée en Île-de-France : 25 tonnes ; fiction tournée en Europe : 45 tonnes ; événement exceptionnel tel que la Coupe du Monde de Football : 1 550 tonnes). Ces chiffres clé ont été ensuite appliqués aux achats de programmes, des lors qu'ils sont tournés spécifiquement pour TF1, diffusés dans l'année, et comptabilisés une seule fois (hors rediffusion) ;

- L'essentiel des autres achats font l'objet d'une estimation à partir d'un facteur financier.

Viennent ensuite les déplacements (professionnels, domicile-travail), les déchets et les immobilisations. Les biens immobilisés (équipements informatiques) ne sont plus comptabilisés dans le bilan de TF1, à la suite de l'externalisation fin 2017 de la prestation informatique.

## INDICATEUR : EMISSIONS DE GAZ A EFFET DE SERRE

Émissions par source du bilan carbone® (en t <sub>éq</sub> CO <sub>2</sub> V.7 du bilan carbone®)	Du 01/10/2017 au 30/09/2018	Du 01/10/2016 au 30/09/2017	Du 01/10/2015 au 30/09/2016
Scope 1 : Émissions directes des sources fixes (Fuel GE)	37	60	29
Scope 1 : Émissions directes des sources mobiles de combustion (Véhicules Reportage et voitures de fonction)	604	607	607
Scope 1 : Émissions directes fugitives (gaz frigorigènes)	248 <sup>(1)</sup>	487	410
Scope 2 : Émissions indirectes liées à la consommation d'électricité	1 216	1 258	1 334
Scope 2 : Émissions indirectes liées à la consommation de vapeur	373	368	352
Scope 3 : Émissions liées à une activité énergétique non incluse dans les émissions directes ou indirectes d'énergie	486	504	520
Scope 3 : Produits achetés	83 216	83 283	83 338
Scope 3 : Biens immobilisés	- <sup>(2)</sup>	748	1 188
Scope 3 : Déchets générés	85	84	219
Scope 3 : Déplacements professionnels (hors véhicules reportage et voitures de fonction)	3 316	3 764	3 735
Scope 3 : Déplacements des employés	1 329	1 329	1 290
<b>TOTAL (HORS UTILISATION DES PRODUITS)</b>	<b>90 909</b>	<b>92 492</b>	<b>93 021</b>

(1) La baisse importante est liée à l'arrêt de l'utilisation du gaz R22, très émetteur.

(2) Suite à l'externalisation de la prestation informatique, la source « immobilisation », liée à l'achat du matériel est désormais comptabilisée par le prestataire dans ses propres activités.

Émissions par Scope du GreenhouseGas (GHG) Protocole en t <sub>éq</sub> CO <sub>2</sub>	Incertitude	Du 01/10/2017 au 30/09/2018	Du 01/10/2016 au 30/09/2017	Du 01/10/2015 au 30/09/2016
Scope 1	23 %	889	1 154	1 046
Scope 2	10 %	1 589	1 626	1 686
Ratio en T de CO <sub>2</sub> scope 1+2 par collaborateur		1,04	0,90	0,95
Ratio en T de CO <sub>2</sub> scope 1+2 par millions d'euros de CA		1,30	1,32	1,32
Ratio en T de CO <sub>2</sub> scope 1+2 par mètre carré		39	44	43
Scope 3 A (hors utilisation des produits)	50 %	88 432	89 712	90 289
<b>TOTAL SCOPES 1, 2, 3A (HORS UTILISATION DES PRODUITS)</b>		<b>90 909</b>	<b>92 492</b>	<b>93 021</b>

Ces chiffres ont été consolidés avec ceux du groupe Bouygues, dans le cadre de la comptabilité carbone du Groupe.

## PLAN CONCERNANT LA REDUCTION DES EMISSIONS DE GES

- Plan de réduction des consommations électriques avec un objectif de - 25 à 30 % en 2025 par rapport à 2011 (démarche ISO 50 001) ;
- Démarche d'achat et d'amortissement intégrant les critères écologiques pour le matériel informatique et les achats *broadcast* ;

- Déplacements des collaborateurs (Plan de Déplacement d'Entreprise depuis 2010) :

- Parc de voitures de fonction : plafonnement pour les véhicules de fonction à 160 g/km de CO<sub>2</sub> pour les modèles essence et 150 g/km de CO<sub>2</sub> pour les diesels. Démarche en faveur du choix des modèles hybrides (10 % du parc),
- Incitation à l'usage des transports en commun par le remboursement du Pass Navigo à 80 %,



- Mise en place d'un service de partage de véhicules électriques offert aux collaborateurs pour leurs déplacements professionnels, en remplacement des taxis. Ce parc a été complété en 2017 par des vélos électriques en libre-service,
- Mise en place de place de parking pour les véhicules électriques des collaborateurs : + 120 % (création de 17 places en 2017 pour un total de 31 places de parking). 30 places de parking devraient être ajoutées pour les voitures électriques en 2019.

### AUTRES GAZ

Pour respecter la réglementation sur l'élimination progressive des gaz nocifs pour la couche d'ozone (règlement CE N° 2037/2000 Parlement européen et du Conseil du 29 juin 2000, TF1 a remplacé les équipements de climatisation concernés (environ 1 600 pompes à chaleur et armoires de climatisation et cinq groupes de production d'eau glacée). Les gaz employés dans les installations frigorifiques font partie des fluides préconisés dans la réglementation en vigueur, toutes les précautions lors de la vidange des équipements vétustes sont prises avant leur mise au rebut.



## 7.3 INFORMATIONS SOCIÉTALES

### 7.3.1 DÉMARCHE GÉNÉRALE

Parce que cet enjeu sociétal est au cœur de sa responsabilité sectorielle, le groupe TF1 s'engage à s'assurer de la conformité de ses programmes aux engagements éthiques et déontologiques pris envers la collectivité<sup>(1)</sup> et, notamment, de la qualité de l'information diffusée sur les antennes du Groupe.

Concernant l'éthique des affaires, TF1 a mis en œuvre en 2014, sous la responsabilité de son Secrétaire général, également Responsable Éthique du Groupe, une démarche structurée de *Compliance* avec une organisation dédiée. Le groupe TF1 s'est doté de son propre Code d'Éthique, ainsi que de Programmes de Conformité et de plans de formation.

Le groupe TF1 a fait de la lutte contre le piratage une priorité ; elle s'exerce à la fois par une démarche de fermeté à l'encontre de toutes pratiques visant à la captation irrégulière des contenus du Groupe mais également par une politique active de protection des contenus. La protection des données personnelles est apparue comme un enjeu croissant pour le Groupe au fil des dernières années.

(Pour ces thèmes : Conformité des programmes aux engagements éthiques et déontologiques ; éthique des affaires ; lutte contre le piratage ; gestion des données personnelles, voir le chapitre 2.1 « Facteurs de Risques »).

La diversité des programmes et des représentations proposés, leur caractère inclusif et non-discriminant, la promotion de la solidarité et du lien social, sont également des enjeux essentiels de responsabilité d'un groupe média *leader*, que TF1 a inscrits au cœur de son engagement sociétal. La Fondation d'entreprise de TF1, centrée sur l'intégration professionnelle des jeunes issus de quartiers sensibles, est un acteur majeur de la démarche vers la diversité portée par le Groupe. Pour donner plus de cohérence et de visibilité à cet engagement sociétal, impliquant Antennes, Entreprise et Fondation, Gilles Pélisson a souhaité créer une organisation et une marque (TF1 INITIATIVES) chapeautant l'ensemble des actions autour de 3 axes essentiels : la solidarité, la diversité et la société durable. Plus de 100 actions relevant de TF1 INITIATIVES ont été réalisées et partagées en interne comme en externe en 2018.

La Direction des Achats centralisée a mis en place une démarche « Achats Responsables » dès sa création en 2008 et a renouvelé en 2018 son label Relations Fournisseur Responsables.

Le groupe TF1 encourage un dialogue respectueux et constructif avec l'ensemble de ses parties prenantes. Le développement de la proximité avec les publics, qui doit permettre à chacun s'il le souhaite de dialoguer avec le Groupe, est un élément clef de sa communication.

### 7.3.2 PARAMÈTRES DU REPORTING SOCIÉTAL

#### Périmètre :

- Tout le Groupe (hors Aufeminin, Newen, Play Two et Bonzaï Digital).

#### Période considérée :

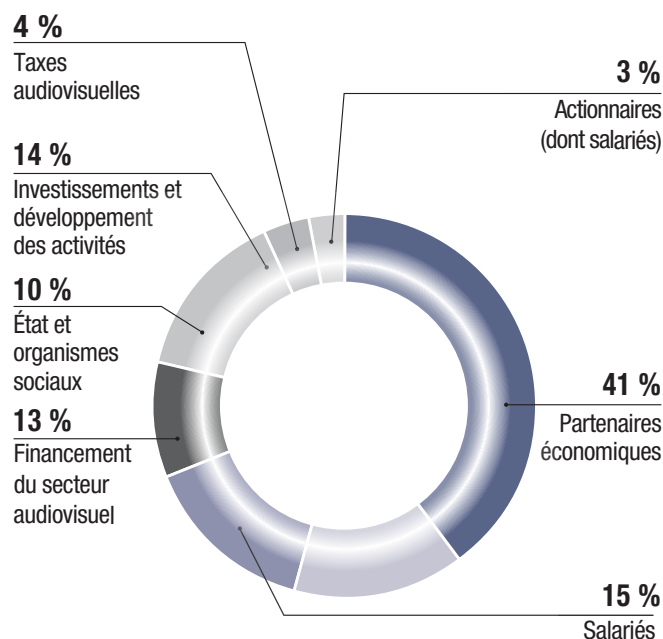
Le *reporting* sur le volet sociétal se fait sur la période 01/10/2017 au 30/09/2018, hormis les exceptions suivantes :

- sous-titrage des chaînes, calculé sur l'ensemble de l'année 2018 par les systèmes d'information de TF1 ;
- mécénat, calculé par les systèmes d'information sur l'ensemble de l'année 2018.

(1) Conseil Supérieur de l'Audiovisuel – Convention de TF1 : [http://www.csa.fr/infos/textes/textes\\_detail.php?id=8169](http://www.csa.fr/infos/textes/textes_detail.php?id=8169).

### 7.3.3 IMPACT TERRITORIAL, ECONOMIQUE ET SOCIAL

#### CONTRIBUTION ECONOMIQUE DE L'ENTREPRISE EN 2018 (EN MILLIONS D'EUROS ET % DU CHIFFRE D'AFFAIRES)



Le schéma ci-dessus présente la distribution du chiffre d'affaires 2018 du groupe TF1 (2 288 millions d'euros) entre ses principales parties prenantes.

Ce graphique permet d'apprécier la contribution du groupe TF1 notamment au secteur audiovisuel, par l'intermédiaire des taxes versées et le soutien qu'il apporte à ce secteur *via* ses obligations de production et la redevance payée aux sociétés d'auteurs :

- Taxes audiovisuelles = Centre National de la Cinématographie (CNC) + taxes France Télévisions + taxe pour les radios et la presse associatives ;
- État et organismes sociaux = Impôts sur les sociétés + cotisation sur la valeur ajoutée (CVAE) + Organismes sociaux + Charges sociales ;

- Financement du secteur audiovisuel = obligation d'investissement dans la fiction française (12,5 % du chiffre d'affaires publicitaire de l'exercice précédent) et dans le cinéma (3,2 % du chiffre d'affaires publicitaire de l'exercice précédent) + droits d'auteurs ;
- Actionnaires (dont salariés) = dividendes versés en 2018 au titre de l'année 2017 + rachats d'actions.

#### ACTIONS DE LA FONDATION D'ENTREPRISE

Centrée sur la diversité et l'insertion professionnelle, la Fondation d'entreprise de TF1 qui a fêté ses 10 ans en 2017 recrute chaque année une promotion de jeunes âgés de 18 à 30 ans habitant dans les quartiers populaires. Les candidats sont sélectionnés par un jury de professionnels et se voient proposer une insertion de deux ans dans le groupe TF1 en contrat d'alternance, avec l'accompagnement d'un tuteur et d'un parrain qui apporteront à la fois un développement du réseau, mais aussi un apprentissage des codes de l'entreprise et une formation reconnue dans le milieu professionnel. Le dispositif concerne plus de 25 métiers, liés au journalisme, à la production audiovisuelle et aux métiers du tertiaire de l'entreprise. La 11<sup>ème</sup> promotion a été accueillie en septembre 2018 avec 9 candidats sélectionnés.

Au fil des ans, la Fondation inscrit une mixité réelle et naturelle parmi les candidats qui postulent aujourd'hui à TF1. Elle permet aussi à des jeunes sans qualifications de retrouver confiance et de se réinsérer dans le marché du travail.

La Fondation d'entreprise TF1 est à l'initiative de la création de l'association « Tous en stage » un réseau de plus de 60 entreprises, collectivités, associations et institutions, qui permet aux collégiens des quartiers REP et REP+ (politique de la ville) d'effectuer un stage de découverte collectif et alterné en partenariat avec le Ministère de l'Éducation nationale et de la Politique de la Ville. Ce dispositif favorise la découverte des métiers pour des élèves de 3<sup>ème</sup> issus des quartiers populaires. 15 classes représentant 300 élèves ont été accueillies en 2018 à TF1.

La Fondation d'entreprise TF1 organise chaque année des rencontres avec les lycéens et accompagne des démarches pédagogiques innovantes.

La Fondation d'entreprise TF1 est à l'initiative d'un projet numérique « Le Coding Bus » avec un groupement d'entreprises et institutionnels. Ce projet permet l'apprentissage du code informatique à des élèves de primaires et collèges.

#### INDICATEURS : ACTIONS DE LA FONDATION D'ENTREPRISE

Au 31/12	2018	2017	2016
Jeunes issus de quartiers sensibles accueillis par la Fondation d'entreprise TF1 (lauréats du concours annuel)	10	12	13
Lycées visités (élèves concernés)	20 (2 500)	17 (1 900)	16 (1 800)
Nombre de classes accueillies à TF1 pour les stages de 3 <sup>ème</sup>	15	14	6
Participation à des Forum des métiers	15	15	10
Entreprises en création soutenues avec l'association CREO	20	26	26
Visites de plateaux	25	14	14

## 7.3.4 RELATIONS AVEC LE PUBLIC

### LE SERVICE RELATIONS TÉLÉSPECTATEURS (SRT)

La proximité et la qualité de la relation entretenue avec le public sont des priorités pour le groupe TF1.

Le déploiement du dispositif d'écoute et de dialogue est un élément fort de la démarche de proximité que TF1 a engagée pour être un média accessible qui favorise l'interactivité avec ses publics et propose des programmes diversifiés à ses téléspectateurs.

Le SRT a été créé avec l'ambition de multiplier les initiatives pour nouer des relations permanentes avec le public pour mieux connaître la chaîne et partager ses valeurs avec celles et ceux qui la regardent et la commentent. Grâce aux outils de communication mis en place tels que la rubrique TF1&Vous accessible depuis [www.tf1.fr](http://www.tf1.fr) et une large présence de TF1 sur les réseaux sociaux, courrier ou téléphone, le public peut à tout moment interagir autour des programmes et des animateurs.

### LES RÉSEAUX SOCIAUX, LA RENCONTRE DES PUBLICS SUR LE TERRAIN

La présence de TF1 sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, TikTok...) participe de cet élan de proximité, en

proposant aux publics un lieu d'échange et d'interaction unique. En 2018, les *community managers* de TF1 ont échangé avec des fans, représentant plus de 72 millions d'abonnements aux comptes/pages programmes, animateurs de la chaîne et de la communication *corporate* du groupe TF1. Ces abonnés reçoivent des informations exclusives sur les émissions ou encore des offres de fidélisation (invitations, goodies, avant-premières, etc.). Ils peuvent dans le même temps donner leur opinion sur les programmes et services. Sur les réseaux sociaux, le groupe TF1 est présent à travers ses animateurs qui sont nombreux à engager le dialogue avec leurs abonnés.

Le dialogue entretenu par la social team avec le public représente aujourd'hui un enjeu capital de promotion des contenus, de proximité et de relai de trafic vers les différents écrans. Concours, bandes-annonces, opérations spéciales... les responsables « social media » rédigent les posts et contenus qui génèrent l'engagement d'une communauté extrêmement large.

Pour générer un maximum d'impacts et de « like », la social team organise très régulièrement des Facebook live. Des figures de l'Antenne ou des artistes en lien avec les activités des filiales du Groupe (chanteurs TF1 Musique, comédiens des coproductions TF1 Studio) interviennent aussi pour participer à ces interviews originales relayées en direct.

### INDICATEURS : RELATIONS AVEC LE PUBLIC

	Du 01/10/2017 au 30/09/2018	Du 01/10/2016 au 30/09/2017	Du 01/10/2015 au 30/09/2016
Réponses à des contacts privés par mails, appels auprès du SRT*	49 377	56 350	45 000
Cumul du nombre d'abonnements sur l'ensemble des réseaux sociaux et comptes rattachés au groupe TF1 ( <i>filiales, programmes, animateurs...</i> )	73 millions	64 millions	56 millions

\* SRT : Service des Relations Téléspectateurs.

### LE MEDIATEUR DE L'INFORMATION

La médiatrice, Françoise-Marie Morel, reçoit les avis, demandes d'explications et plaintes du public *via* le Service Relations Téléspectateurs (sur [tf1.fr](http://tf1.fr)). Les remarques concernent les présentateurs ou la façon dont l'information a été traitée ou non traitée. La médiatrice répond sur sa page Web : <http://www.lci.fr/la-mediatrice-vous-repond/>.

Elle donne des explications concernant la façon dont le Journal Télévisé est fabriqué et selon quelles règles. Elle peut aussi répondre de façon individuelle à certaines personnes. Elle fait également remonter les alertes à la Rédaction lorsque de nombreuses réactions vont dans le même sens.

### LUTTE CONTRE LA CYBERVIOLENCE : PARTENARIAT TF1 - RESPECT ZONE

Le site de la médiatrice de l'information, comme tous les sites et comptes du groupe TF1, contient désormais un lien vers la charte de l'association « Respect Zone », association avec laquelle le Groupe a passé un partenariat. L'objectif de Respect Zone est de promouvoir le respect sur Internet, en proposant un label éthique simple d'usage et d'affichage et une charte invitant, au-delà du respect, à la modération des contenus et des espaces numériques.

## 7.3.5 ACTIONS DE PARTENARIAT ET DE MÉCÉNAT

L'ensemble des actions d'engagement sociétal du Groupe porté à partir de fin 2017 par la même marque ombrelle « TF1 Initiatives » est réorganisé en trois piliers, solidarité, diversité et société durable, au service du Vivre ensemble en France. L'ensemble est piloté par la Directrice RSE, qui anime plusieurs groupes de travail, dont le « comité TF1 Initiatives » qui rassemble chaque trimestre tous les contributeurs.

Les associations sont des partenaires incontournables de l'engagement sociétal de TF1. Les actions de mécénat envers elles peuvent être portées par les antennes, TF1 Publicité, l'Entreprise ou la Fondation d'entreprise. Un groupe de travail rassemble notamment les collaborateurs en charge des espaces gracieux à TF1 Publicité, des opérations de l'Antenne, et des réseaux sociaux, afin d'offrir un « guichet unique » aux associations qui veulent solliciter les antennes de TF1 et de répondre de manière équitable aux associations.

TF1 Publicité et l'antenne de TF1 offrent aux associations à la fois une aide directe et une forte mise en visibilité de leurs actions : opérations spéciales en *prime time*, fabrication de spots et diffusion gratuite, ou reversement des gains des jeux. Les temps d'antenne sont offerts à des associations et à des causes très variées. Néanmoins le Groupe apporte particulièrement son soutien aux associations agissant sur l'ensemble du territoire français, au service des plus fragiles et de la recherche médicale. Les Pièces Jaunes, Les Restos du Cœur, le Sidaction, ELA (lutte contre la leucodystrophie) et désormais l'association Laurette Fugain, sont des opérations récurrentes très importantes.

L'Entreprise a dédié un budget « TF1 Initiatives » aux actions de mécénat. Il permet de faire des dons à des associations partenaires, qui sont choisies dans les champs de la promotion de la diversité et du vivre-ensemble dont La Chance aux Concours, qui aide les jeunes boursiers à entrer dans les écoles de journalisme, Sport Dans la Ville, pour l'insertion des jeunes par le sport, Fraternité Générale, pour la création et la labélisation d'événements festifs et culturels, Le Projet Moteur ! qui donne la parole aux jeunes via la réalisation de courtes vidéos ou Respect Zone, qui fait la promotion du respect dans la communication sur les réseaux sociaux et dont les sites de TF1 portent désormais le logo et affichent la Charte.

### INDICATEURS SOLIDARITÉ : NOMBRE D'ASSOCIATIONS CONCERNEES, NATURE ET MONTANT DES DONNS

	2018	2017	2016
Nombre d'associations ayant bénéficié des dons	137	125	121
Dons en espèces aux associations (en milliers d'euros)	2 669	2 468	3 817
Dons en nature (valorisation en milliers d'euros) *	34 845	34 794	31 539
Frais de structure mécénat et contributions vers des Fondations (en milliers d'euros)	950	1 464	1 961
<b>MONTANT TOTAL DES ACTIONS SOLIDAIRES (EN MILLIERS D'EUROS)</b>	<b>38 465</b>	<b>38 727</b>	<b>37 317</b>

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

### 7.3.6 INNOVATION ET ÉCOSYSTEME DES START-UP, INTRAPREUNEURIAT

Arrivé début 2018 au sein du campus de start-up Station F, le groupe TF1 y a déployé son programme d'accélération pour porter la thématique Média aux côtés d'acteurs internationaux de la Tech et de groupes français *leaders* de leur secteur : nouveaux formats, nouveaux contenus, réalité virtuelle, intelligence artificielle, solutions d'automatisation, nouveaux modes de diffusion, recommandation de contenus etc. :

- Le programme d'accélération lancé en janvier 2018 a déjà accueilli 10 start-ups et généré des collaborations concrètes portées par des collaborateurs sponsors (notamment sur les sujets suivants : accessibilité des sites, nouvelles expériences de replay, diffusion des contenus via les plateformes de messagerie, intelligence artificielle au service de l'info...);
- Après Wibbitz (plateforme de création « text-to-video » présente chez 150 éditeurs dans le monde) et Lucette (plateforme de recommandation de produits de beauté), le groupe TF1, via son fonds d'investissement « One innovation » annonce son entrée minoritaire dans le capital de la start-up Synchronized, une plateforme de « Smart Video » qui permet de transformer tout programme audiovisuel en expérience enrichie et personnalisée, accélérée dans la première saison à Station F.

Au-delà de son programme d'accélération et du fonds « One inno », les équipes innovation travaillent sur plusieurs autres axes stratégiques :

- Le programme d'intrapreneuriat « Business Lab » poursuit son parcours avec des collaborateurs engagés dans des projets permettant de tester et faire émerger de nouvelles opportunités pour le groupe ;
- La découverte de nouveaux écosystèmes : le groupe TF1 investit le terrain des interfaces vocales. Aujourd'hui, trois applications (appelées « skills »), conçues par le Groupe sont disponibles pour Alexa, l'assistant vocal d'Amazon (Téléfoot, Marmiton, LCI). Ainsi, pour accéder à l'essentiel de l'info de LCI, il suffit de dire « Alexa, donne-moi les news ». LCI, Téléfoot et Marmiton sont également disponibles sur Google Home ;
- À cela s'ajoutent une cellule de conception et de développement de prototypes ainsi qu'un showroom dédié à l'innovation. Au cœur de cette démarche, l'équipe Open innovation et Nouveaux business dispose des moyens nécessaires pour identifier les axes prioritaires de développement, prototyper les projets et étudier leur potentiel ainsi que leur pertinence pour le groupe TF1.

### 7.3.7 DEMARCHE ACHATS RESPONSABLES

#### TPOLOGIES DES ACHATS

Les achats de droits, qui représentent sur la période une part de 47 % des achats du Groupe, sont réalisés au travers du GIE Achats. Le principal risque concernant ce type d'achat étant un risque de conformité (non-respect de la convention signée avec le CSA), il est suivi par l'Antenne, la Direction juridique et l'Audit Interne (cf. chapitre 2.2).

La Direction des Achats centralisée, hors droits, (DAC) porte l'essentiel de la démarche des achats responsables qui sera décrite ci-dessous. Elle représente 20 % des achats.

TF1 Games et Téléshopping réalisent des également des achats de marchandises, mais qui ne sont pas couverts par la Direction des Achats centralisés.



## **DEMARCHE ACHATS RESPONSABLES DE LA DIRECTION CENTRALE DES ACHATS (HORS DROITS)**

Afin que la démarche RSE de TF1 soit étendue aux prestataires et fournisseurs du Groupe, TF1 déploie depuis 2008 une démarche Achats Responsables sur le périmètre dit « Achats hors Droits ».

Le groupe TF1 est signataire de la Charte « Relations Fournisseur Responsables » composée de 10 engagements participant à la construction d'une relation équilibrée et durable entre les grandes entreprises signataires et leurs fournisseurs. En signant cette charte, TF1 manifeste sa volonté d'appliquer les bonnes pratiques décrites et d'instaurer un cadre de confiance réciproque avec ses fournisseurs.

Le Label Relation Fournisseurs et Achats responsables, qui vise à distinguer les organisations ayant fait preuve de relations durables et équilibrées avec leurs fournisseurs, attribué une première fois à TF1 en 2014, lui a été renouvelé le 28 mars 2018 par Afnor Certification et le Comité d'attribution du label.

Ce label est la reconnaissance d'une démarche d'amélioration continue dans laquelle TF1 et la Direction des Achats se sont inscrits de longue date.

La mise en œuvre de ces engagements concerne tous les acheteurs de la Direction.

Un Responsable Achats dédié anime et pilote opérationnellement cette démarche. Le Comité Achats Responsables réunit les acheteurs pour faire chaque année un point sur le déploiement et l'intégration de la démarche.

## **PRINCIPALES ACTIONS MENEES**

La Direction des Achats de TF1 s'engage au travers de sa démarche Achats Responsables à déployer plusieurs axes en accord avec la politique RSE du groupe Bouygues et notamment la promotion de relations durables avec ses fournisseurs, l'intégration de critères de responsabilité sociétale dans ses achats, le développement du recours au secteur protégé, la prévention de la corruption et la professionnalisation de ses acheteurs.

Dans cette optique de pérennisation d'une relation durable et équilibrée, de concrétisation de cet engagement et afin d'assurer son indépendance avec ses fournisseurs, un médiateur interne été nommé en novembre 2017 en la personne d'Arnaud BOSOM, Directeur général adjoint Relations Humaines et RSE. Le rôle du médiateur est de chercher à régler à l'amiable tout litige potentiel qui lui serait soumis, dans le cadre d'une compréhension active de la situation du fournisseur et dans l'intérêt réciproque des parties prenantes. Le médiateur peut être contacté directement à l'adresse : [mediateur@tf1.fr](mailto:mediateur@tf1.fr)

Une cartographie des risques bruts portant sur les enjeux critiques sur les 57 familles de la nomenclature des achats Hors Droits a été initiée en 2015 en se basant sur les normes ISO 26000 et 31000. Une synthèse des risques potentiels (environnement, droit du travail, hygiène santé sécurité) a été réalisée ainsi qu'un répertoire des mesures en place. Ces dernières ont été complétées par un plan d'amélioration. L'ensemble a contribué au plan d'action global « vigilance des sociétés mères » mené par Bouygues en 2017.

## **PROMOTION DE RELATIONS DURABLES ET EQUILIBREES**

L'engagement de la Direction des Achats du groupe TF1 en matière de relations durables et équilibrées avec ses fournisseurs et partenaires, reste un objectif majeur.

TF1 privilégie la mise en place de contrats cadre avec ses fournisseurs ainsi que des contrats pluriannuels, dans le cas de prestations ou fournitures nécessitant des mises en place et des investissements importants. Le groupe TF1 s'est doté depuis plusieurs années d'un cadre contractuel équilibré et respectueux de la législation et a revu début 2015 ses Conditions Générales d'Achat.

Une étude menée en 2017 a montré que 27 % des factures dues par TF1 étaient payées en retard. TF1 s'est engagé à améliorer ses délais de règlements fournisseurs et partenaires avec un objectif de réduire de moitié d'ici 2021 ce taux de factures payées en retard par rapport au délai figurant dans les conditions d'achats. Un responsable du processus *Purchase to Pay* a été nommé en septembre 2018, il devra mettre en place une analyse des causes principales et proposer un plan d'action.

## **EVALUATION DES FOURNISSEURS AVEC ECOVADIS ET LE QUESTIONNAIRE RSE**

Un des axes de la démarche Achats Responsables repose depuis 2008 sur l'évaluation RSE des fournisseurs hors droits. Ces évaluations réalisées par Ecovadis reposent sur 4 thématiques : l'Environnement, le Social, l'Éthique des Affaires et la politique Achats. L'évaluation donne lieu à un rapport attribuant une note par thème, une note globale, les points faibles, les forces et opportunités de la société évaluée, ainsi qu'un *benchmark*, une information 360°.

Les entreprises sont évaluées en deux occasions particulièrement :

- en cas d'appels d'offres ou renégociations, dont les enjeux sont supérieurs à 500 k€ et ce afin d'intégrer le critère RSE dans le choix final ;
- sur la base d'un fichier établi à partir de la cartographie des risques achats, croisé avec le fichier de fournisseurs dont le CA fait avec TF1 dépasse 70k€.

À fin septembre 2018, 184 fournisseurs ont fait l'objet d'une évaluation Ecovadis dans les trois dernières années.

Parmi les entreprises évaluées, 31 % emploient entre 101 et 1000 personnes ; 46 % emploient entre 26 et 101 personnes et 23 % moins de 25 personnes.

La moyenne des scores du portefeuille fournisseurs sollicités et évalués est de 48.2/100 (Moyenne globale Ecovadis 42/100). L'origine du pays du siège social de ces fournisseurs est à 93 % française. La note du groupe TF1 lui-même est de 70.

L'analyse de ces fiches est un outil complémentaire à la bonne maîtrise de la relation fournisseurs et permet de mettre en place avec les prestataires un plan d'actions correctives pour ceux identifiés à risque (note globale ou sur une des thématiques Ecovadis).

En complément des évaluations Ecovadis, la Direction des Achats a élaboré un « Questionnaire RSE », comme un outil complémentaire de connaissance du fournisseur. Ce questionnaire couvre tous les aspects de la RSE, de l'environnement à la sécurité et permet grâce à une analyse rapide et efficace d'identifier l'enjeu sociétal que le fournisseur souhaite mettre en exergue et de vérifier sa pertinence au sein du projet achats. Ce questionnaire est intégré à la totalité des consultations et permet également de sensibiliser très en amont les opérationnels.



## FORMATION ET IMPLICATION DES ACHETEURS

À date, 80 % des acheteurs de la Direction des Achats Hors Droits ont été formés aux Achats Responsables et RSE depuis 2015.

Par ailleurs, 15 % de la rémunération variable collective de la Direction des Achats et des acheteurs de la Direction des Achats du groupe TF1 dépend de leurs actions RSE Achats : intégration de critères RSE dans les choix d'achats, suivi du plan de pilotage, promotion du recours au secteur protégé, déploiement des évaluations RSE (type Ecovadis ou questionnaire RSE).

## RECOURS AU SECTEUR PROTEGE/ADAPTE

La Direction des Achats propose un référencement d'établissements du secteur adapté et protégé pour différentes typologies de prestations (travaux d'impression, traiteur, conditionnement et mise sous pli, création et communication, entretien d'espaces verts, recyclage de cassettes, etc.).

## INTEGRATION DE CRITERES ET CLAUSES DE RESPONSABILITE SOCIALE DANS LES APPELS D'OFFRES

Une clause « éthique et conformité » évoquant le Code d'Éthique du Groupe, est incluse dans les contrats ainsi que dans les Conditions Générales d'Achat, rappelant également que TF1 et les sociétés du groupe TF1 adhèrent au Pacte Mondial de l'ONU.

Les entités du Groupe se sont ainsi engagées auprès d'autres entreprises françaises et internationales à respecter et promouvoir les dix principes du Pacte, dans le domaine des Droits de l'Homme, des droits du travail, de l'environnement et de la lutte contre la corruption, ainsi qu'à adopter des pratiques d'achats responsables. Le contractant s'engage donc à respecter les principes définis dans le Pacte, disponibles sur Internet et veille à ce que les sous-traitants fassent de même. Outre la résiliation du contrat, le contractant est informé que le non-respect desdits principes serait de nature à porter gravement atteinte à l'image du groupe TF1.

## ACTIONS RESPONSABLES EN DEHORS DE LA DIRECTION CENTRALE DES ACHATS

### Achats de droits

La problématique éthique liée aux achats de droits (dont l'éventuelle corruption entre des ayants droit et des diffuseurs) est rare car l'attribution de ces droits se fait par le biais d'appels d'offre particulièrement encadrés (cahier des charges de consultation, envoi des offres sécurisées, ouverture des plis en présence de commission, etc.).

TF1 veille à faire figurer dans ses offres des clauses de « compliance », dispositif qui est généralement repris – ou qui s'inspire de ces principes – dans les contrats d'achat de droits.

S'agissant du processus interne de TF1, la fixation du prix des offres est réalisée par un Comité restreint de Direction générale, voire pour les droits majeurs (Coupe du Monde Football ou de Rugby par exemple) via un Comité *Ad Hoc* du Conseil d'Administration. La Direction juridique est systématiquement associée à l'élaboration des offres.

### Téléshopping

L'importation des produits de Téléshopping représente 38 % des achats globaux. Ces 38 % sont répartis en :

- 48 % en provenance directe d'usines chinoises (encadrés par un contrat import Asie) ;

- 52 % via les fournisseurs Euroshopping (encadrés par un contrat Cadre ESH – Infomercial) (Fournisseurs américains et/ou européens de produits associés à des films de démonstration).

Pour les importations directes de Chine, le service qualité de Téléshopping établi un cahier des charges que les agents d'achat (les sociétés AKA Outspring ; Innomega ; DAG Import) se chargent de faire respecter. Ils visitent les usines pour le compte de Téléshopping, coordonnent le travail avec les laboratoires de tests et de vérification agréés sur place (TUV SUD – SGS). En complément, la direction Achats de Téléshopping (3 personnes) se rend 1 à 2 fois par an en Chine pour visiter les usines prestataires, accompagnés de l'agent d'achat sur place.

Le reste des achats en France et Europe est encadré par un troisième contrat spécifique (CCF Type TSH : Fournisseurs français et européens).

Chacun des trois contrats types comprend une clause « Respect de la réglementation du travail/éthique et conformité ». Le fournisseur s'engage notamment à respecter les dispositions des conventions internationales du travail et plus particulièrement celles relatives au travail forcé et des enfants et s'interdit expressément d'employer des enfants mineurs pour la fabrication des Produits objet du Contrat ou pour toute autre tâche s'y rapportant.

Les contrats mentionnent également que la signature du Global Compact par TF1 oblige le fournisseur à respecter les mêmes engagements, ceci constituant une condition essentielle du Contrat. Les contrats mentionnent également que Les sociétés du Groupe TF1 s'engagent également à adopter des pratiques d'achats responsables (Charte Relations Fournisseur Responsables consultable sur le site <http://www.relations-fournisseur-responsables.fr/charte-relations-fournisseur-responsables/> ) dont le fournisseur reconnaît avoir pris connaissance.

### TF1 Games

TF1 Games et Dujardin éditent et distribuent des jeux pour enfants qui sont vendus aux distributeurs en France, et via des partenaires distributeurs en Europe et dans le monde entier pour certains des produits.

Les achats peuvent être de deux ordres :

- Importation de produits finis achetés à des fournisseurs européens ou mondiaux ;
- Développement interne.

Dans ce deuxième cas l'équipe de TF1 Games, à partir d'une idée de l'équipe ou de l'acquisition d'un concept via un auteur, rédige les spécifications et transfère la fabrication à un fournisseur sous le contrôle d'un chef de fabrication de TF1 Games. Pour la fabrication TF1 Games travaille avec 10 fournisseurs récurrents donc 4 en Chine notamment pour tous les jeux qui contiennent de l'électronique. Les jeux de cartes sont majoritairement fabriqués en Europe. Les achats en Asie (Chine) représentent 82 % du total des achats.

Le cahier des charges impose un haut niveau de sécurité sur le produit et aucune non-conformité n'est tolérée. Les tests de conformité sont réalisés à Hong Kong par le laboratoire français INTERTEK sous notre responsabilité.

Les conditions d'achats contiennent la clause contractuelle « Éthique et conformité » en adéquation avec la Charte Achats responsable du groupe TF1. L'équipe Achat de TF1 Games se rend chaque année en Chine au siège social de ses fournisseurs avec une visite des usines une année sur deux.



## RECAPITULATIF DES ACTIONS POUR LES STRUCTURES IMPLIQUÉES DANS LA DEMARCHE

	Direction des Achats Centralisés	Direction des Achats de droits	Téléshopping	TF1 Games
Publication de la politique Achats Responsables	Oui	-	-	-
Formation des acheteurs à la démarche achats responsables	Oui	Oui	Oui	-
Introduction de critères RSE dans les appel d'offres	Oui	Oui	Oui	-
Évaluation EcoVadis	Oui	Non	Non	Non
Envoi du questionnaire RSE lors des appels d'offres	Oui	Non	Non	Non
Intégration dans la cartographie des risques RSE	Oui	Oui	Oui	Oui

## INDICATEURS ACHATS RESPONSABLES

	Du 01/10/2017 au 30/09/2018	Du 01/10/2016 au 30/09/2017	Du 01/10/2015 au 30/09/2016
Périmètre total métier (en millions d'euros)	1 353,7	1 247,4	1 321,8
Dépenses adressables avec des critères RSE (en millions d'euros) <sup>(1)</sup>	1 353,7	1 247,4	1 321,8
Part des dépenses adressées/dépenses adressables (en %)	100 %	100 % <sup>(2)</sup>	95 %
Nombre de fournisseurs évalués par Ecovadis ou en cours d'évaluation	183	174	160
Chiffre d'affaires couvert par une évaluation Ecovadis ou en cours d'évaluation (en millions d'euros)	91,1	97,7 <sup>(3)</sup>	396,2
Chiffre d'affaires réalisé avec le secteur adapté et protégé (en milliers d'euros)	261,1	417,7	402,6
% d'acheteurs de la DAC formés aux Achats Responsables	80 % <sup>(4)</sup>	100 %	100 %

(1) Dépenses sous couvert d'une démarche « achats responsables » ou de procédures d'achats intégrant des critères RSE (ex : contrats intégrant une clause RSE/DDD).

(2) Au terme de la démarche menée en 2015 sur l'intégration de la clause RSE/Diversité dans les contrats, 100 % des contrats comprennent désormais des clauses de cette nature. Seuls les achats hors contrats (estimés à 5 % des montants des achats) ne sont pas systématiquement adressés.

(3) La nette diminution du montant couvert par les évaluations Ecovadis tient à l'arrêt des tests d'évaluation Ecovadis des fournisseurs de droits, qui s'est révélée peu pertinente au regard de l'activité.

(4) 1 acheteur de la DAC arrivé dans le service fin 2017 n'a pas encore été formé fin 2018.

## 7.3.8 ACCESSIBILITÉ DES PROGRAMMES

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

### SOUS-TITRAGE

Depuis septembre 2010, 100 % des programmes de TF1 sont sous-titrés, conformément à la loi de février 2005. Pour les programmes d'information, un dispositif particulier a été mis en place pour allier la

réactivité à une bonne qualité dans la transcription des commentaires des sujets ou de la voix du journaliste en plateau. Il repose sur une équipe de 3 personnes et nécessite un logiciel de reconnaissance vocale. TF1 a signé le 12 décembre 2011 la charte relative à la qualité du sous-titrage proposée par le CSA.

Les chaînes thématiques du Groupe sous-titrent toutes leurs antennes au-delà de leurs obligations.

**INDICATEUR : RESPECT DES OBLIGATIONS EN MATIERE DE SOUS-TITRAGE SUR LES CHAINES DU GROUPE**

Antenne	Obligation 2018	Réalisation 2018	Réalisation 2017
TF1	100 %	100 %	100 %
TMC	100 %	100 %	100 %
TFX	60 %	75 %	79 %
TF1 Séries Films	40 %	89 %	88 %
Ushuaïa TV	10 %	22 %	28 %
Histoire	10 %	27 %	31 %
TV Breizh	20 %	78 %	77 %
LCI	3 JT sous-titrés/jr entre 14h et 20h	1 029 JT sous-titrés entre 14h et 20h	840 diffusions entre 14h et 20h

**EN MATIERE DE LANGUE DES SIGNES FRANÇAISE**

Antenne	Obligation 2018	Réalisation 2018	Réalisation 2017
LCI	1 JT/jr en LSF à 20h	1 JT/jr en LSF à 20h	350 JT en LSF à 20h.

Même si ces obligations ne s'appliquent pas aux écrans publicitaires, en réponse à la demande de certains annonceurs la chaîne diffuse leurs spots avec un sous-titrage adapté aux personnes atteintes d'une déficience auditive.

**AUDIO-DESCRIPTION**

Le handicap visuel, dont sont atteints 1 million de français, est pris en compte en proposant des programmes en audiodescription, technique permettant de « voir » un film grâce à une description sonore appropriée de l'action et de l'environnement mise au point par l'AVH (Association Valentin Haüy).

**INDICATEUR : RESPECT DES OBLIGATIONS EN MATIERE D'AUDIO-DESCRIPTION**

Antenne	Obligation 2018	Réalisation 2018	Réalisation 2017
TF1	100 programmes audiodécrits dont au moins 55 inédits en audiodescription sur TF1	195 programmes audiodécrits dont 67 inédits en audiodescription sur TF1	134 programmes audiodécrits dont 69 inédits en audiodescription sur TF1
TMC	Au moins 22 inédits en audiodescription sur TMC	26 programmes inédits en audiodescription sur TMC	29 programmes inédits en audiodescription sur TMC
TF1 Séries Films	Au moins 12 inédits en audiodescription sur HD1	26 programmes inédits en audiodescription sur TF1 Séries Films	30 programmes inédits en audiodescription sur HD1
LCI	1 programme d'actualité audiodécrit par semaine	1 programme d'actualité audiodécrit par semaine	1 programme d'actualité audiodécrit par semaine



## 7.3.9 PROTECTION DU JEUNE PUBLIC

### SIGNALETIQUE JEUNESSE ET PROGRAMMES JEUNESSE

Depuis 2002, obligation est faite aux chaînes de télévision hertzienne d'apposer une signalétique sur l'ensemble des programmes hors publicité, dès lors qu'ils ne sont pas recommandés pour tous les publics. La responsabilité de la mise en place de cette signalétique incombe à chaque chaîne qui informe le CSA de sa composition, mais est seule responsable de ses décisions de classification. La signalétique délivre des recommandations pratiques en termes d'âge pour chacune des cinq catégories existantes (tous publics, - 10, - 12, - 16, - 18). La chaîne TF1 ne diffuse pas de programmes classifiés - 18.

Le Comité de Visionnage mis en place à TF1 rassemble les responsables de l'Antenne, de la programmation, de la conformité des programmes, des acquisitions et des programmes jeunesse.

## 7.3.10 PROMOTION DE LA DIVERSITE

La lutte contre les stéréotypes et la banalisation de la représentation des diversités de la société civile est un travail que mène l'Entreprise TF1 autant que l'Antenne, avec l'ensemble des acteurs impliqués sur ces questions et en dehors de tout esprit de compétition. Pour attester et faire connaître cet engagement, le groupe TF1 a postulé au renouvellement de son label diversité en mars 2017 et l'a obtenu en juillet 2017.

La Directrice RSE travaille en coordination avec le pôle Diversité et les représentants des différentes unités de programmes pour articuler les actions et les initiatives du groupe TF1 en matière de diversité et relayer cette démarche auprès des institutions, des *leaders* d'opinion et de la société civile, en lien avec les Directions de la communication.

Le groupe TF1 s'attache à refléter sur ses antennes et sites Internet, toute la diversité de la société, sans stéréotypes ni zones d'ombre. Des engagements chiffrés sont transmis chaque année au régulateur. Un courrier est envoyé chaque année aux producteurs d'émissions de magazines, jeux, divertissements et télé-réalité de l'antenne de TF1 afin de les sensibiliser sur la thématique de la diversité au sein des programmes qu'ils fabriquent pour la chaîne. Tous les personnels en charge de la fabrication des programmes suivent une formation dédiée à la prise en compte de la diversité sous tous ses aspects.

Une étude menée avec la Direction de l'Information en 2016 avait mis en avant une carence particulière dans la représentation des femmes dans les journaux télévisés (seulement 34 % des personnes prenant la parole dans les journaux télévisés étaient des femmes, dont seulement 22 % parmi les experts). Le plan d'action été mis en place en 2017, comprenait :

- Un plan de formation pour les contributeurs à l'information (120 journalistes, documentalistes et monteurs) ;
- Un partenariat avec l'association Vox Femina et le concours « Femmes en vue » pour faire accéder davantage de femmes expertes aux plateaux télévisés. Le groupe TF1 offre une journée de média-training aux 24 gagnantes ;
- Une journée annuelle consacrée aux femmes expertes, comprenant des ateliers et des rencontres avec la Rédaction.

La deuxième édition de l'étude menée début 2018 a montré un progrès de 5 points sur les deux chiffres clé (39 % des personnes prenant la parole sont des femmes, dont 27 % parmi les experts « non TF1 »). Le

Pour accéder à l'ensemble des engagements relatifs à la protection de l'enfance appliqués par TF1, se reporter aux conditions d'application de la signalétique jeunesse du CSA : [http://www.csa.fr/infos/controle/television\\_signalétique\\_C.php](http://www.csa.fr/infos/controle/television_signalétique_C.php).

### UNE PSYCHOLOGUE POUR LES PROGRAMMES JEUNESSE DE TFOU

Depuis dix ans, une psychologue pour enfants visionne toutes les séries jeunesse achetées et travaille en amont, en étroite collaboration avec l'équipe artistique pour les séries coproduites par la chaîne. Elle suggère des coupes ou parfois qualifie des épisodes comme étant non diffusables, lorsqu'elle juge les images inadaptées pour les enfants. Ces recommandations sont alors systématiquement suivies.

Le groupe TF1 a poursuivi son engagement en 2018 au travers de la seconde édition d'Expertes à la Une, réunissant le 15 octobre plus de 170 personnes. Pour lever les barrières qui réduisent aujourd'hui la place des femmes dans les médias, Expertes à la Une a concentré ses efforts sur deux axes :

- Le coaching et l'accompagnement des femmes dans leurs prises de parole : pour cette seconde édition, 75 expertes ont bénéficié d'une formation adaptée pour apprendre à structurer leur discours, gérer leur image mais aussi légitimer leur savoir-faire et leur statut ;
- La sensibilisation des rédactions aux questions de parité : cette seconde édition permet notamment aux journalistes de bénéficier d'une liste d'expertes dans différents domaines (économie, innovation, politique, justice, société, sport, culture...).

L'Unité « fictions française » a conçu des programmes de qualité, propres à faire évoluer le regard des téléspectateurs vers une plus grande acceptation de la différence : la série « Les Bracelets Rouges », qui évoque le cancer de l'enfant, les unitaires « Jacqueline Sauvage », autour de la violence faite aux femmes ou « Le jour où j'ai brûlé mon cœur » sur le harcèlement en milieu scolaire ont recueilli un très beau succès d'audience autant que l'aval des associations concernées.

Chaque année l'Unité Jeunesse conçoit avec la SACD<sup>(1)</sup> un concours auprès des jeunes étudiants des écoles d'animation, sur un thème sociétal. Le thème du concours 2018 est « Haut les mots, bas les mains », pour inviter les jeunes spectateurs de 6 à 10 ans à dialoguer et refuser la violence. La production du film de l'équipe gagnante, désignée en décembre 2018, débutera en janvier 2019 et sera financée, à hauteur de 15 000 euros, conjointement par le groupe TF1 et la SACD.

Le groupe TF1 contribue au travers de ses programmes et en interne à faire évoluer le regard porté sur l'autre, ainsi qu'à promouvoir tous les talents.

TF1 et LCI ont choisi de s'engager pour la Journée nationale de sensibilisation DUODAY, initiée par le Secrétariat d'État chargé des personnes handicapées. Engagé dans la promotion de la diversité avec la démarche TF1 Initiatives, les chaînes TF1 et LCI ont décidé de s'associer à cette opération en proposant à des personnes en situation de handicap de coprésenter trois rendez-vous phare, aux côtés des présentateurs.

(1) SACD : société des Auteurs Compositeurs Dramatiques.

Pour déjouer les idées reçues et changer les regards, TF1 a lancé, samedi 21 juillet dernier, le magazine « C'est quoi cette question ? » qui donne la parole à ceux qui sont trop souvent victimes de préjugés du fait de leur différence.

Cette conviction, le groupe TF1 la véhicule également en interne, en prônant des relations ouvertes et respectueuses entre les collaborateurs

et en rejetant toute idée ou pratique de discrimination. (Voir volet social 7.1.8 Lutte contre les discriminations, égalité des chances).

À l'extérieur de ses murs, le Groupe encourage des projets éducatifs, l'insertion professionnelle des jeunes et de nombreuses actions innovantes grâce aux actions de la Fondation de TF1 ou en soutenant des partenaires associatifs.

### 7.3.11 ENJEUX DES MÉDIAS DIGITAUX

#### REGLEMENTATION DES SERVICES DE COMMUNICATION AU PUBLIC EN LIGNE

Le groupe TF1 est soumis, pour ses services audiovisuels digitaux (notamment sites et applications MYTF1), à la réglementation sur les services audiovisuels à la demande (cf. ci-dessous « Réglementation audiovisuelle appliquée aux SMAD ») et, à ce titre, soumis à la régulation du CSA. Quand les services ne répondent pas à la définition légale des services audiovisuels à la demande (par exemple MYTF1), le Groupe est soumis principalement à la loi du 21 juin 2004 dite « loi pour la confiance dans l'économie numérique » et à l'ensemble des dispositions du Code de la Consommation. Dans tous les cas, le Groupe est également tenu de respecter la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse (notamment prohibition des propos diffamatoires, injurieux, apologie/négation de crimes contre l'humanité, etc.) mais également, sur tous les supports, la réglementation « Informatique et Libertés » du 6 janvier 1978 ainsi que la délibération du 5 décembre 2013 relative aux cookies et traceurs, sous la régulation de la CNIL. La réglementation relative aux cookies a pour objectif d'assurer la transparence auprès des usagers quant aux nombres et aux buts des cookies déposés sur les terminaux des utilisateurs, elle permet notamment de s'opposer aux publicités dites « ciblées ».

#### REGLEMENTATION AUDIOVISUELLE APPLIQUÉE AUX SMAD

Depuis la loi du 5 mars 2009, la promulgation des décrets d'application du 2 juillet 2010 et du 12 novembre 2010 et la délibération du CSA du 14 décembre 2010, le groupe TF1 est tenu de respecter la réglementation relative aux SMAD sur l'ensemble de ses services non-linéaires répondant à la définition légale correspondante quels qu'en soient les supports de consultation : PC, TV, *smartphones*, tablettes, consoles de jeux, etc., mais également l'ensemble des déclinaisons non-linéaires (services de télévision de rattrapage) de l'ensemble des chaînes du Groupe. Cette réglementation entraîne des obligations en termes (i) de contribution à la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles européennes et d'expression originale française (par exemple financement de Web-séries), (ii) d'exposition des œuvres cinématographiques et audiovisuelles européennes et d'expression originale française, (iii) de publicité et de parrainage et (iv) de la protection du jeune public (signalétique CSA sur l'ensemble des programmes concernés et zone de confiance répertoriant des programmes tous publics et (v) de déontologie).



## 7.4 RAPPORT D'ASSURANCE MODÉRÉE DU VÉRIFICATEUR INDÉPENDANT SUR UNE SÉLECTION D'INFORMATIONS EXTRA-FINANCIÈRES

Exercice clos le 31 décembre 2018

À la Direction générale,

À la suite de la demande qui nous a été faite, et en notre qualité de vérificateur indépendant, membre du réseau de l'un des Commissaires aux Comptes de l'entité Télévision Française 1 (TF1) (ci-après « entité »), nous vous présentons notre rapport sur une sélection d'informations extra-financières relatives à l'exercice clos le 31 décembre 2018 détaillées en Annexe 1 (ci-après les « Informations »), que l'entité a choisi d'établir et de présenter dans son rapport de gestion.

### RESPONSABILITÉ DE L'ENTITÉ

Dans le cadre de cette démarche volontaire, il appartient à l'entité d'établir les Informations, conformément aux deux protocoles de *reporting* extra-financiers utilisés par l'entité, concernant les thèmes sociaux d'une part, et les thèmes environnementaux et sociétaux d'autre part (ci-après les « Référentiels »), disponibles sur demande au siège de l'entité et dont un résumé figure dans le rapport de gestion.

### INDÉPENDANCE ET CONTRÔLE QUALITÉ

Notre indépendance est définie par 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 la conformité avec les règles déontologiques, les normes professionnelles et les textes légaux et réglementaires applicables.

### RESPONSABILITÉ DU VÉRIFICATEUR INDÉPENDANT

Il nous appartient en réponse à la demande de l'entité, sur la base de nos travaux, d'exprimer une conclusion d'assurance modérée sur le fait que les Informations ont été établies, dans tous leurs aspects significatifs, conformément aux Référentiels.

Il ne nous appartient pas en revanche de nous prononcer sur l'ensemble du rapport de gestion relatif à l'exercice clos le 31 décembre 2018, et notamment sur le respect par l'entité des dispositions légales et réglementaires applicables.

### NATURE ET ÉTENDUE DES TRAVAUX

Nos travaux ont mobilisé les compétences de cinq personnes et se sont déroulés entre octobre 2018 et février 2019.

Nous avons conduit les travaux décrits ci-après conformément à la norme ISAE 3000 (International Standard on Assurance Engagements) et aux normes professionnelles applicables en France.

- Nous avons apprécié le caractère approprié des Référentiels au regard de leur pertinence, leur exhaustivité, leur fiabilité, leur neutralité et leur caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- Nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour corroborer les informations qualitatives présentées en Annexe 1 ;
- Nous avons mis en œuvre sur les informations quantitatives :
  - des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions,
  - des tests de détail sur la base de sondages, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés sur les activités du siège de TF1 qui couvrent 67 % des effectifs consolidés de l'entité.

Nous estimons que les travaux que nous avons menés en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.



## CONCLUSION

Sur la base de nos travaux, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que les Informations ont été établies, dans tous leurs aspects significatifs, conformément aux Référentiels.

Paris-La Défense, le 14 février 2019

Eric Mugnier  
Associé développement durable

Le Vérificateur Indépendant  
ERNST & YOUNG et Associés

Jean-François Bélorgey  
Associé

## ANNEXE 1 : INFORMATIONS VÉRIFIÉES

Informations sociales	
Informations quantitatives	Informations qualitatives
Le total des effectifs CDI et CDD	La lutte contre les discriminations et l'égalité des chances
La répartition des effectifs par sexe	La lutte contre les discriminations au travers des rémunérations
Le pourcentage de femmes parmi les cadres	Le dialogue social et les nouvelles formes d'organisation du travail
Les accidents du travail des salariés hors intermittents	La formation en vue de l'adaptation des compétences aux transformations digitales
(nombre d'accidents du travail avec arrêts, taux de fréquence des accidents du travail, taux de gravité des accidents du travail)	
Informations sociétales	
Informations quantitatives	Informations qualitatives
Le nombre d'interventions du CSA	La conformité des programmes d'information aux engagements éthiques et déontologiques en particulier les informations relatives à la Charte d'Éthique professionnelle des journalistes et le Comité Honnêteté, Indépendance et Pluralisme
Le montant total des actions solidaires comprenant le montant des dons en nature	Les mesures prises en lien avec le règlement général sur la protection des données
La part de femmes prenant la parole dans les journaux télévisés	Les mesures prises en matière de publicité comportementale
La part de femmes expertes prenant la parole dans les journaux télévisés	

