



2022
DÉCLARATION
DE PERFORMANCE
EXTRA-FINANCIÈRE

groupe
Télégramme

Année
2022



DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE



© Alexis Courcoux / La Solitaire du Figaro

Sommaire

P4	Préambule
P5	Favoriser la vie en société
P6	Présentation du Groupe et des modèles d'affaires
P7	Groupe Télégramme : indépendant et innovant
P8	Gouvernance
P8	Les chiffres du Groupe Télégramme
P9	Les métiers
P13	La branche Médias & Communication
P14	Modèle d'affaires de la branche Médias & Communication
P17	La branche Emploi, Recrutement & Formation
P18	Modèle d'affaires de la branche Emploi, Recrutement & Formation
P21	La branche Sports & Culture
P22	Modèle d'affaires de la branche Sports & Culture
P24	Les principaux enjeux extra-financiers et objectifs à long terme
P32	LES PRINCIPAUX ENJEUX SOCIÉTAUX
P33	L'engagement dans la vie des territoires Contexte / Actions menées / Indicateurs de performance
P39	L'innovation dans les offres et satisfaction client Contexte / Actions menées / Indicateurs de performance
P43	Respect des règles de déontologie de l'information Contexte / Actions menées / Indicateurs de performance
P45	Actions visant à promouvoir la pratique d'activités physiques et sportives Contexte / Actions menées
P48	LES PRINCIPAUX ENJEUX SOCIAUX
P49	La qualité des relations sociales et accords liés Contexte / Actions menées / Indicateurs de performance
P52	Les conditions de travail et santé sécurité au travail Contexte / Actions menées / Indicateurs de performance
P54	Le respect de l'égalité des chances, lutte contre les discriminations et promotion de la diversité Contexte / Actions menées / Indicateurs de performance
P56	La gestion des compétences et des parcours des salariés pour répondre à la transformation de l'entreprise Contexte / Actions menées / Indicateurs de performance
P58	LES PRINCIPAUX ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX
P59	La lutte contre le changement climatique Contexte / Actions menées / Indicateurs de performance
P62	La maîtrise des impacts environnementaux des activités Contexte / Actions menées / Indicateurs de performance
P65	Conclusion

PRÉAMBULE

Vous trouverez dans cette déclaration la présentation des activités du Groupe Télégramme et des actions que mène le Groupe pour améliorer :

- les conditions de travail de ses salariés,
- les impacts environnementaux que peuvent avoir ses activités,
- les effets positifs qu'engendre ce travail quotidien sur son territoire

Un certain nombre de champs d'action ne sont pas applicables au Groupe Télégramme :

- les actions de lutte contre le gaspillage alimentaire,
- le respect du bien-être animal,
- l'alimentation responsable, équitable et durable,
- la précarité alimentaire.

Le périmètre du Groupe présenté ici prend en compte les entités faisant l'objet d'un contrôle exclusif ou conjoint, sauf les entités acquises au cours de l'exercice et certaines non significatives même si détenues à plus de 50 % par le Groupe Le Télégramme. Les données dérogeant à ce périmètre sont précisées directement dans le texte.

Les pictogrammes utilisés dans ce document proviennent des objectifs de développement durable de l'ONU et permettent de situer le Groupe Télégramme au coeur du projet environnemental et sociétal mondial.



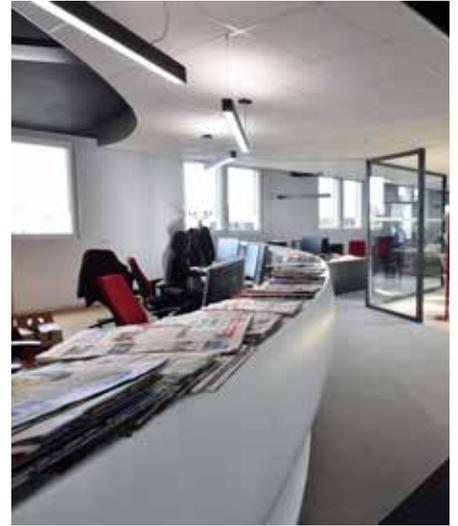
FAVORISER LA VIE EN SOCIÉTÉ

« Les activités du Groupe Télégramme touchent la vie quotidienne des citoyens ; information et communication, emploi, sports, loisirs et culture. C'est pourquoi il s'attache à exercer ses missions dans le respect de principes éthiques favorisant la vie en société et le lien social.

Vous trouverez dans ce rapport de Responsabilité Sociétale d'Entreprise 2022 l'ensemble des indicateurs de performance du Groupe Télégramme répondant aux enjeux sociaux, environnementaux, et sociétaux qui rappellent ses engagements en tant qu'entreprise ainsi que de nombreuses illustrations de la volonté de ses équipes à imaginer des solutions toujours plus innovantes et adaptées en matière de responsabilité sociétale. »

Édouard Coudurier

01



PRÉSENTATION DU GROUPE ET DES MODÈLES D'AFFAIRES

8 TRAVAIL DÉCENT
ET CROISSANCE
ÉCONOMIQUE



9 INDUSTRIE,
INNOVATION ET
INFRASTRUCTURE



LE GROUPE TÉLÉGRAMME : INDÉPENDANT ET INNOVANT

Indépendant, le Groupe Télégramme s'appuie sur le quotidien Le Télégramme créé en 1944, 3^e quotidien régional français en termes de diffusion (source : ACPM).

Au lendemain de la seconde guerre mondiale, le titre a construit son histoire avec les infrastructures industrielles de la Dépêche de Brest et de l'Ouest. Le journal brestois avait déménagé son imprimerie à Morlaix peu de temps avant la destruction de Brest sous les bombardements. À la libération, sous le nom «Le Télégramme de Brest et de l'Ouest», la nouvelle équipe, dirigée par Marcel Coudurier, a choisi de maintenir ses centres de décision à Morlaix, solution favorable à l'emploi et à l'économie locale. Depuis 1947, le journal est détenu par un ensemble d'actionnaires stable et fidèle, tous personnes physiques, ce qui lui confère stabilité et indépendance. Le Télégramme touche aujourd'hui plus de 926 000 lecteurs et internautes chaque jour (619 000 par le journal papier, 320 000 sur le web) et touche quotidiennement sur son territoire 30% de la population. Il contribue activement au débat démocratique en Bretagne et à la vitalité de la région, grâce à ses 19 éditions locales et son flux continu d'informations sur le web.

Les missions du Groupe sont, selon ses trois secteurs clés :

- Délivrer au quotidien une information de qualité, assurée par des professionnels de terrain, proche des préoccupations des citoyens
- Accompagner les actifs dans leur vie professionnelle (nouvel emploi, projet de formation ou de mobilité) et les recruteurs, employeurs, formateurs sur leurs enjeux RH, de recrutement et de formation.
- Imaginer et développer des expériences sportives et culturelles uniques, tout en conduisant le changement vers un avenir moins carbonné.

Dans son ensemble et de manière transversale à ses différents métiers, le Groupe a pour objectif de contribuer au vivre ensemble et au dialogue au sein de la société.

Le Groupe met en œuvre une stratégie sur ses différentes activités qui repose sur les piliers suivants :

- Innover dans un environnement en forte évolution,
- Diversifier les activités du Groupe et activer de nouveaux relais de croissance,
- Continuer à développer la culture d'entreprise qui est marquée par un fort sentiment d'appartenance avec l'ambition de promouvoir la réussite collective et individuelle dans les secteurs où le groupe intervient.

GOUVERNANCE

Le conseil d'administration et le conseil de surveillance de Groupe Télégramme fixent les stratégies des branches. Celles-ci sont mises en œuvre par le président et les dirigeants du groupe par le biais des comités stratégiques et des organes de gouvernance des branches.

Les dirigeants du Groupe interviennent dans des conseils de surveillance & comités exécutifs. Des groupes de travail transversaux ad hoc réunissent les diverses compétences et expertises au sein du Groupe Télégramme.

Cette gouvernance s'est étoffée en 2022, avec :

- La nomination d'un Responsable RSE Groupe, assurant un rôle de coordination des initiatives entre les 3 branches d'activités, mais aussi chargé d'établir les chantiers prioritaires pour définir une feuille de route RSE pour les années à venir.
- La création d'un comité Impact RSE Groupe constitué de représentants des 3 branches d'activités. Ce comité a pour objectif de partager et faire remonter les avancées de chacune des branches, ainsi que de mettre en place des chantiers communs.

LES CHIFFRES DU GROUPE TÉLÉGRAMME



1200
collaborateurs



Une présence
à l'international



+ 200 millions
d'euros de chiffre
d'affaires consolidé

LES MÉTIERS

Le Groupe Télégramme est articulé autour de 3 branches d'activités. Chacune de ces branches est représentée par une infographie présentant son modèle d'affaires. Pour chacun, se trouve au centre du schéma, la présentation synthétique de l'activité de la branche. La colonne de gauche détaille les tendances de fond, les ressources avec lesquelles la branche doit composer et présente les impacts qui résultent de cette activité.



Médias & Communication



Emploi, Recrutement & Formation



Sports & Culture



MÉDIAS & COMMUNICATION

Presse, internet, télévision, régie publicitaire

Une activité indépendante et innovante au service de l'information des lecteurs, des internautes et des téléspectateurs

RIVA.COM COMMUNICATION ALTERNATIVE viamédia régie
Le Télégramme

3 BRANCHES D'ACTIVITÉS



1 MILLION

de lecteurs par jour

2 MAGAZINES ET PUBLICATIONS

400.000 ex vendus/parution, toutes publications confondues

1 QUOTIDIEN PAYANT

19 éditions dans 3 départements

2 CHÂÎNES DE TÉLÉVISION

544.000 téléspectateurs au global

1 AGENCE

de communication

1 RÉGIE

publicitaire

EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION

Groupe Hellowork

Acteur digital n° 1 de l'emploi,
du recrutement et de la formation
en France

hellowork
group



4 500

candidats recrutés par jour

+ DE 2 MILLIONS

d'offres d'emploi diffusées chaque année

+ DE 77 000

recruteurs inscrits

+ DE 1 500 FORMATIONS

en ligne dans des domaines variés tels que la bureautique,
la comptabilité, le marketing ou encore la communication

8 MILLIONS

de visiteurs uniques sur ses sites web

500 COLLABORATEURS

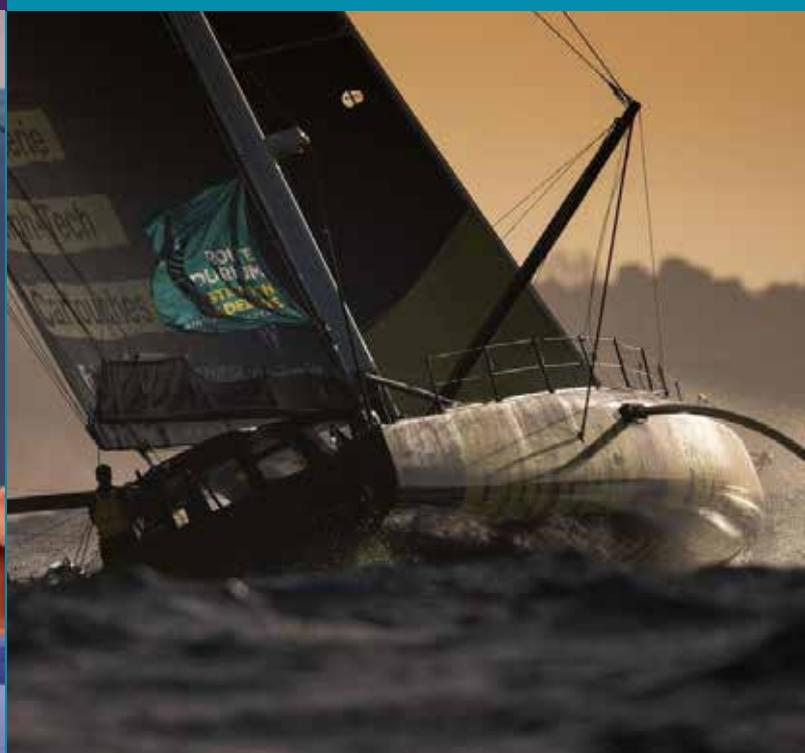
dans 12 entités dédiées à l'emploi,
au recrutement et à la formation

SPORTS & CULTURE

Sports et festival

Acteur de référence dans le monde de
l'événementiel sportif (voile et sports
outdoor) en France et à l'international et
organisateur de festivals musicaux

OC SPORT
C2G



220 JOURS

de compétition

PRÈS DE 330

concerts et événements sportifs chaque année

PRÈS DE 420 MILLIONS

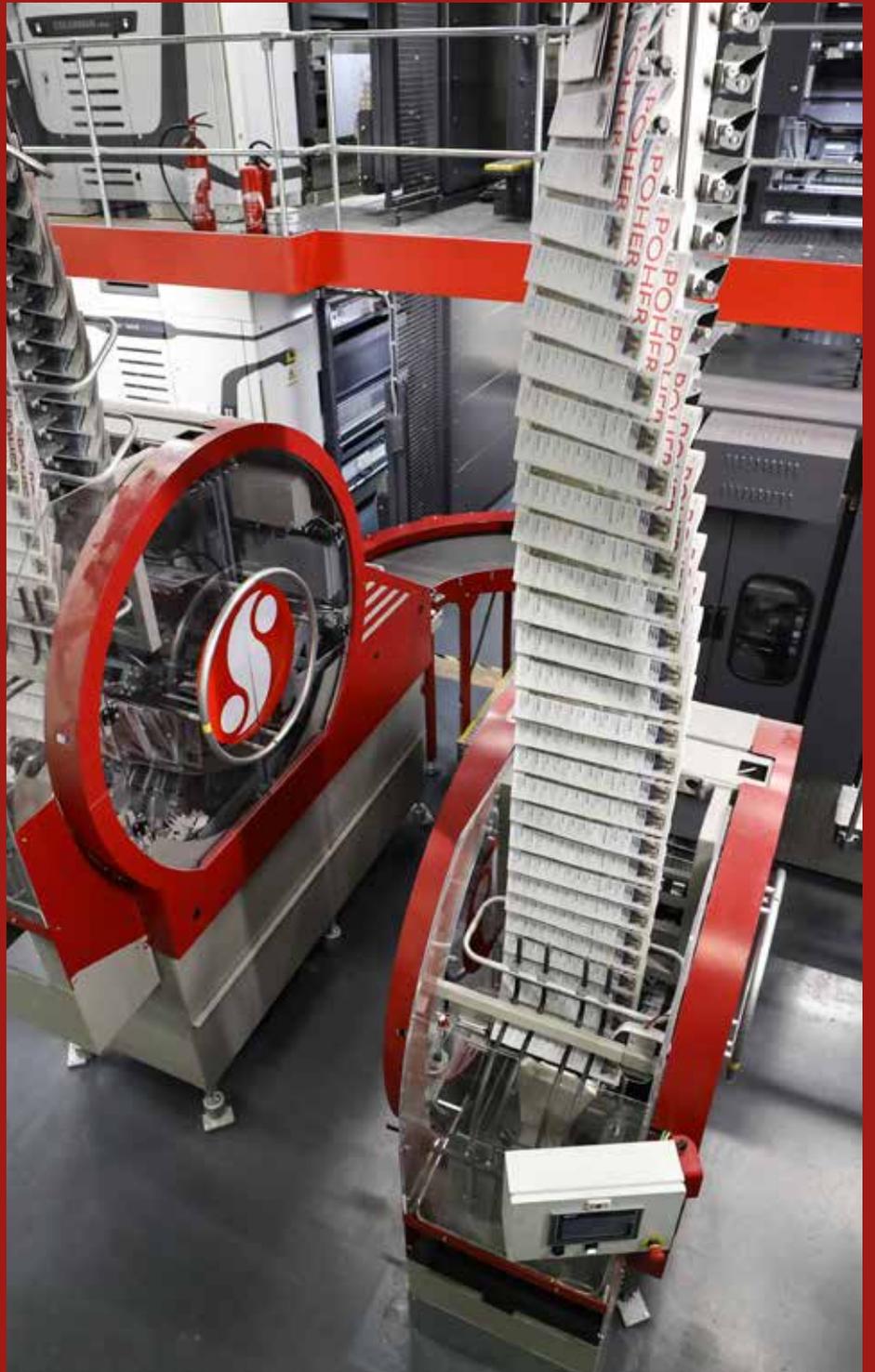
de personnes dans le monde suivent
les événements sportifs

PRÈS DE 32 000 SPORTIFS

cyclisme, triathlon ou encore golf

450 000 SPECTATEURS

par an sur les événements culturels



01. LA BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

La branche Médias & Communication du Groupe Télégramme, dont le siège social se trouve à Morlaix, compte le quotidien imprimé Le Télégramme (19 éditions sur 3 départements bretons), ainsi que deux magazines mensuels et bi-mestriels et diverses publications.

Le Groupe est également présent dans l'audiovisuel via les chaînes de TV TNT Tébéo et Tébésud. Celles-ci ont rassemblé un public global de 544 400 téléspectateurs en 2022. Par l'intermédiaire de la régie Viamédia, la gestion des espaces publicitaires avec

les annonceurs est internalisée.

Le secteur de la presse connaît une forte mutation. Le Télégramme s'est transformé progressivement en entreprise d'information multimédia en développant ses offres web et mobile. Letélégramme.fr affiche près de 45 millions de pages vues par mois en 2022.

Courant 2022, les activités du Groupe RIVACOM - agence de contenu, digitale et événementielle - ont intégré le Groupe Télégramme.



Modèle d'affaires de la branche Médias & Communication

TENDANCES

Enjeux environnementaux

- Baisse des émissions carbone
- Recyclage de la matière première et gestion des déchets
- Optimisation des consommations énergétiques tertiaires et industrielles

Enjeux sociétaux

- Bouleversement des modes de consommation de l'information
- Multiplication et digitalisation des canaux de diffusion d'information
- Marché publicitaire chahuté et capté par les plateformes / GAFAM

Risques

- Inflation sur le marché des matières premières
- Accélération de la fragmentation des moyens de s'informer



RESSOURCES

Capital humain

- 640** ETP salariés
- 265** journalistes
- 40 %+** des salariés bénéficiant de formations chaque année

Capital financier

- Gouvernance stable et familiale
- Structure financière solide avec peu d'endettement

Capital intellectuel

- Connaissance du territoire et des parties prenantes au niveau local
- Investissement dans le développement numérique du groupe

Notre
stratégie



IMPACTS

Capital humain

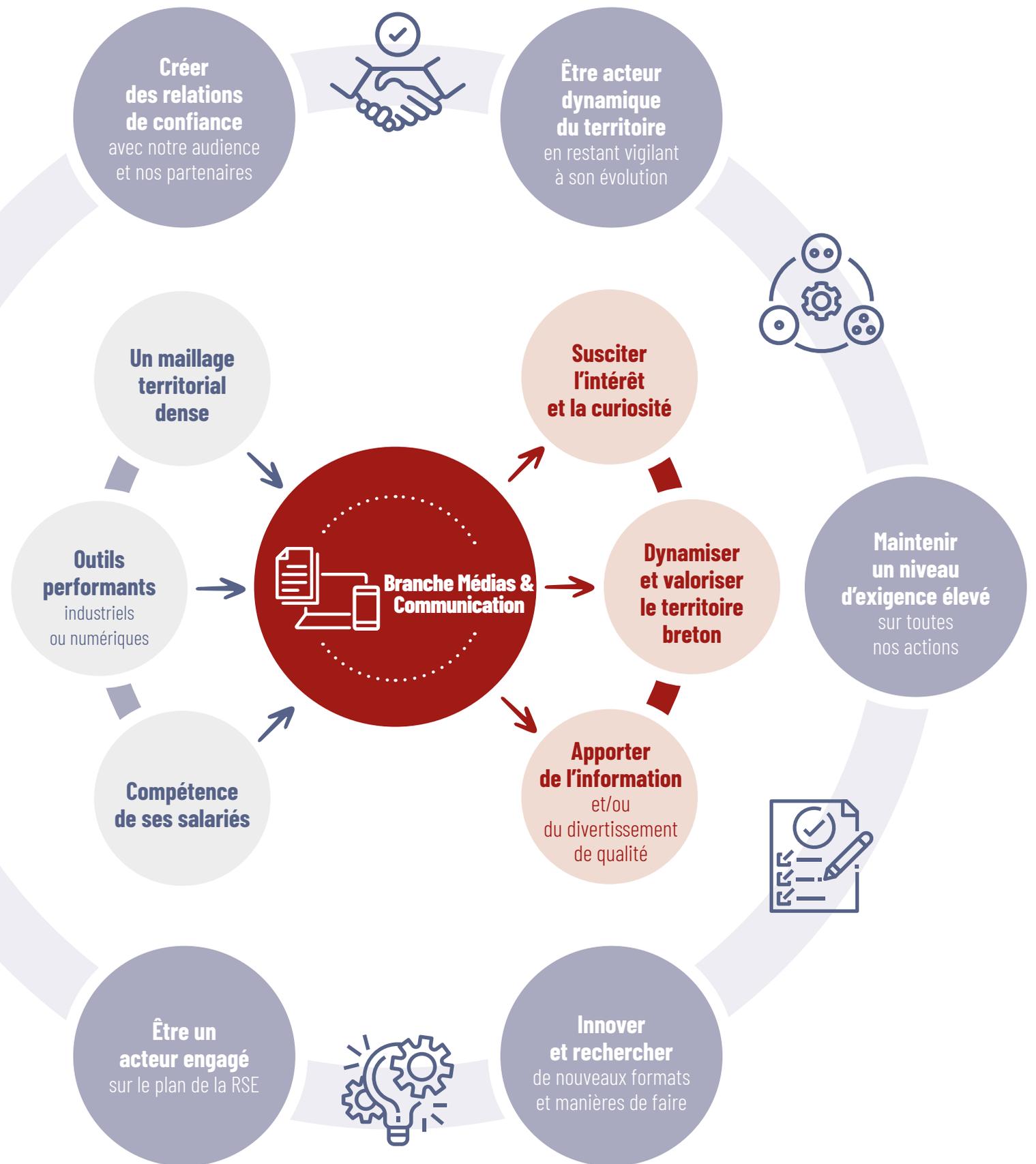
- Fidélisation forte des salariés
- Forte implication concernant la qualité et santé au travail
- Démarche proactive QHSE

Capital financier

- Réinvestissements réguliers dans les actifs permettant de soutenir la stratégie de la branche (ex : rotative en 2022)

Capital intellectuel

- Connaissance terrain et lectorat affinée d'année en année





02

02. LA BRANCHE EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION

Les activités de la branche Emploi, Recrutement & Formation sont représentées par la société HelloWork détenue à 100 % par le Groupe Télégramme.

Hellowork et ses différents métiers proposent à la fois des services BtoB aux entreprises pour recruter de nouveaux collaborateurs et aux écoles et organismes de formation pour recruter des futurs étudiants et stagiaires, ainsi que des services BtoC à destination des actifs pour les accompagner tout au long de leur parcours professionnel.

Ces services sont proposés à travers plusieurs plateformes et logiciels :

- **de recrutement** : Hellowork.com , SiteCarriere, Seekube, ou Basile (racheté en 2022) ;
- **dédié à la formation initiale ou continue** : MaFormation et Diplomeo ;
- **médias** : BDM et Helloworkplace.

Hellowork opère sur le marché français, un marché concurrentiel tiré par l'innovation et la puissance des marques dont les principaux acteurs sont internationaux comme LinkedIn, Indeed ou Leboncoin. L'activité est également impactée par des régulations légales ainsi que par les fluctuations macroéconomiques et leurs conséquences sur le marché de l'emploi.

L'offre de Hellowork se développe également à travers une suite d'outils et de solutions technologiques en mode SAAS (Software As A Service) dédiées aux recruteurs : CVCatcher / Site carrière, SeeKube et Basile qui mettent à disposition de chaque entreprise les dernières avancées technologiques pour optimiser et faciliter leurs processus de recrutements. Enfin, HelloWork propose une solution digitale en marque blanche à destination des collectivités et organisateurs de salon via le service SmartForum.

Modèle d'affaires de la branche Emploi, Recrutement & Formation

TENDANCES

Enjeux environnementaux

- Baisse des émissions carbone
- Démarche «Green IT», optimisation de la durée de vie des matériels informatiques, réflexion sur les usages et dimensionnement infrastructures.

Enjeux sociétaux

- Multiplication des expériences durant une même carrière professionnelle
- Turn-over croissant dans les organisations
- Dynamique forte de la formation

Risques

- Conjoncture économique. Les activités emplois/formations sont fortement couplées aux cycles macro-économiques
- Contraintes légales / politiques autour de la formation
- Concurrence accrue des acteurs internationaux (Indeed, LinkedIn)

RESSOURCES

Capital humain

445+ ETP salariés dans toute la France

Capital financier

- Structure financière solide avec peu d'endettement
- Autofinancement de l'innovation et des investissements

Capital intellectuel

- Digitalisation croissante de l'activité avec plus de 100 ressources dédiées dans le développement numérique du groupe

IMPACTS

Capital humain

- Modes de travail agiles pour tous
- Conditions de travail et modèle social attractif
- Participation des salariés au résultat de HW

Capital financier

- Croissance autofinancée
- Agilité et performance de la structure

Capital sociétal et environnemental

- Stratégie RSE déployée en 2022 avec objectifs de réduction du carbone fixés.
- Augmentation des efforts sur le plan sociétal avec un soutien accru à des acteurs locaux et de l'ESS.

Capital intellectuel

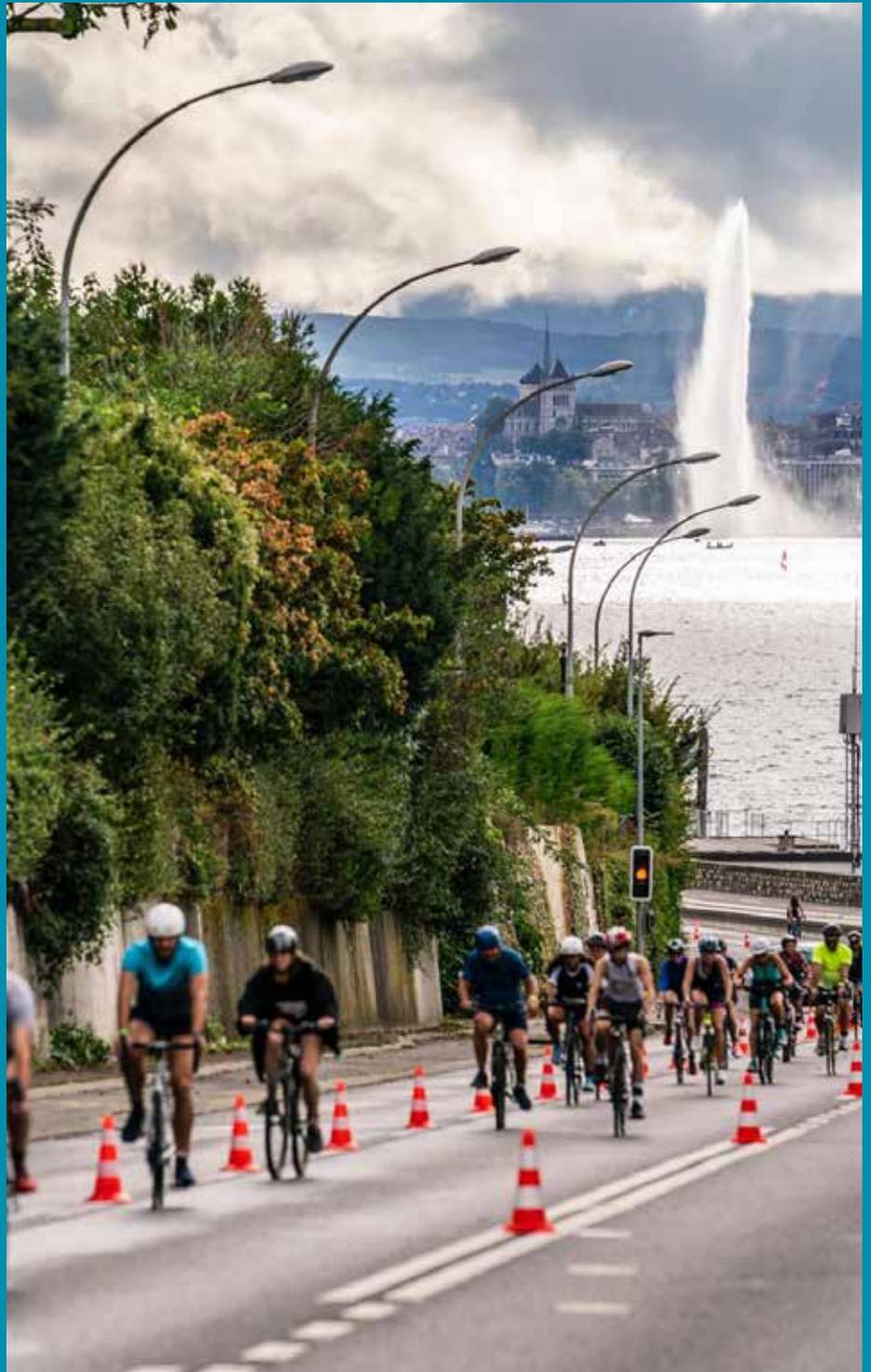
1^{er} Acteur digital français de la mise en relation dans les domaines de l'emploi, du recrutement et de la formation



Notre stratégie







03. LA BRANCHE SPORTS & CULTURE

Le Groupe Télégramme s'est développé dans la création et l'organisation d'événements sportifs au travers de l'acquisition des sociétés :

- Pen Duick (entrée dans le groupe en 2004),
- OC Sport (en 2014), acteur international qui opère dans la voile et dans les courses outdoor,
- Sport Ouest Organisation, société organisatrice d'événements sportifs dans la région nantaise.

Le Groupe a également une activité de gestion de licences de marque avec la marque Pen Duick.

Les principaux événements organisés par ces sociétés sont :

- Les courses nautiques (La Route du Rhum, la Solitaire du Figaro, The Transat...),
- Les événements de masses en running et multisport autour du Lac Léman avec (l'organisation du Triathlon de Genève, du Marathon de Genève,...) ainsi que dans les Pays de la Loire (Marathon de Nantes, La Duchesse, Foulées des géants).

Ces événements attirent chaque année des dizaines de milliers de participants en France et en Suisse. La dynamique du secteur sportif entraîne le Groupe à se développer en France et à l'international à travers de nouveaux projets de développement.

A ces événements sportifs, s'ajoutent des activités d'événementiel culturel avec la présence du Groupe au capital du Groupe C2G - organisateur d'événements phares en France tels que les Francofolies de la Rochelle et le Printemps de Bourges.

Modèle d'affaires de la branche Sports & Culture

TENDANCES

Enjeux environnementaux

- Baisse des émissions carbone
- Eco-conception des événements et de réduction des déchets

Enjeux sociétaux

- Favoriser l'accessibilité à tous des activités sportives
- Lutte contre la sédentarité

Risques

- Contraintes légales : sécurité, politique sanitaire pour les événements de masse
- Retournement de la conjoncture remettant en cause dépenses de loisirs



RESSOURCES

Capital humain

32 ETP salariés dans 2 pays

Capital financier

- Gouvernance stable et familiale
- Structure financière solide avec peu d'endettement
- Visibilité financière sur événements

Capital intellectuel

- Expérience sur des centaines d'événements sportifs

Capital sociétal et environnemental

- Démarche RSE spécifique à l'événementiel sportif, avec des actions menées pour chaque événement
- Bilan carbone systématique sur les événements



IMPACTS

Capital humain

- Modes de travail agiles
- Accès rapide à responsabilités

Capital financier

- Événements qui autofinancent le développement de l'activité

Capital sociétal et environnemental

- Objectifs de réduction de nos GES sur la base des bilans carbone réalisés
- Relations renforcées avec plusieurs fondations, dons, et sensibilisations sur villages d'événements



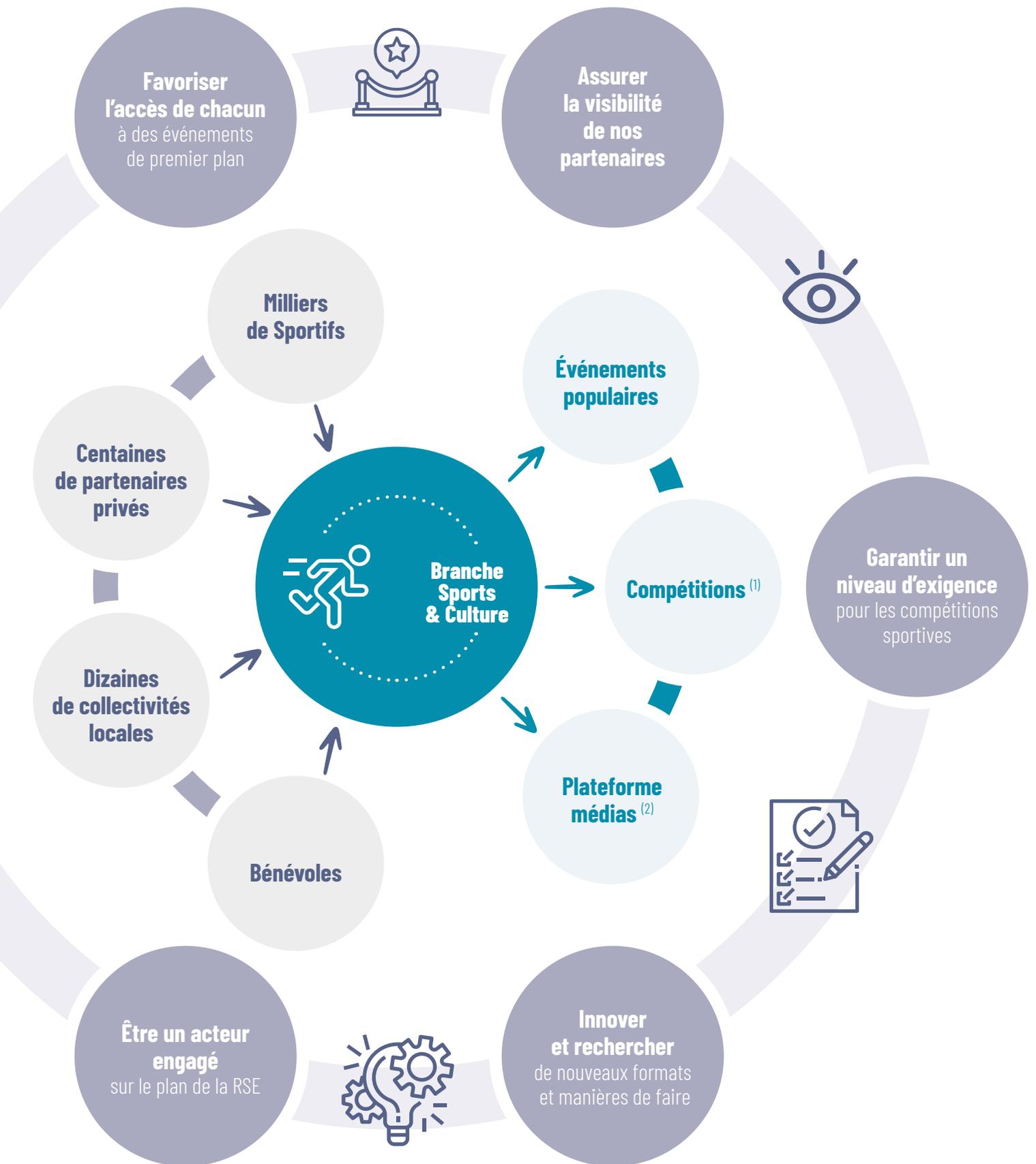
(1) Concertations classes/participants

Organisation des parcours

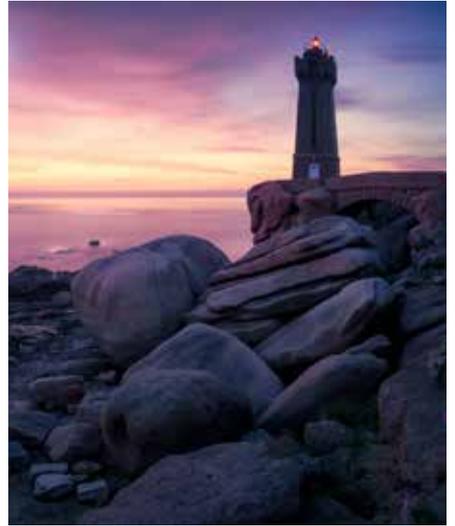
Organisation épreuves

(2) Assurer la visibilité des partenaires

(Figaro, Toyota, RTS en Suisse, etc.)



02



LES PRINCIPAUX
ENJEUX
EXTRA-
FINANCIERS
ET
OBJECTIFS
À LONG TERME



En application de l'ordonnance n° 2017-1180 du 19 juillet 2017 modifiant le cadre législatif en matière de publication de l'information extra-financière, le Groupe Télégramme a procédé à un exercice d'identification des principaux risques extra-financiers s'appliquant à ses activités.

Les risques ont été identifiés sur la base des cartographies des risques du Groupe existantes ainsi que de référentiels et benchmark sectoriels. Une révision annuelle de cette cartographie est réalisée pour chacune des branches.

Tout au long de ce processus de détection, de hiérarchisation et de cotation des risques, la gouvernance du Groupe a eu un rôle primordial de soutien et d'intérêt. Ce processus a été communiqué par la gouvernance du Groupe, lors de comités internes, afin de pouvoir y intégrer les hommes et femmes clés.

L'ensemble des dirigeants des trois branches d'activités du Groupe : Médias & Communication, Emploi, Recrutement & Formation, Sports & Culture ont été interviewés et rencontrés afin de pouvoir échanger sur les risques et thèmes clés de la stratégie du Groupe dans sa globalité.

Une cartographie des risques spécifiques extra-financiers par activité a donc été construite avec les acteurs clés du Groupe.

Pour chaque risque identifié, ces acteurs ont veillé à établir une cotation homogène par activité et selon trois facteurs clés :

- Gravité du risque
- Fréquence du risque
- Maîtrise de ce risque

La cotation de maîtrise a été jugée en fonction des outils internes existants, des outils informatiques et techniques, mais aussi des procédures écrites, de contrôle interne financier ou qualité permettant de faire face à ces risques.

Cette cotation a aussi été effectuée en prenant en compte les divers impacts de chaque risque tels que :

- les impacts opérationnels,
- la réputation pour le Groupe Télégramme,
- les enjeux environnementaux et humains,
- les impacts juridiques.

Ces différents facteurs susceptibles d'impacter le groupe ont été analysés. Sur la base des résultats de la cotation, neuf risques sont ressortis comme prioritaires.

PRINCIPAUX ENJEUX ET RISQUES EXTRA-FINANCIERS IDENTIFIÉS

Enjeux sociétaux

ENGAGEMENT DANS LA VIE DES TERRITOIRES

Risque : réduire notre soutien et perdre notre sensibilité au territoire breton

Impacts

- Perte de lien avec notre audience
- Perte de notre savoir faire
- Impact réputation du Groupe

Politique / Programme pour prévenir les risques et limiter les impacts

- Visibilité donnée aux acteurs locaux dans nos médias
- Dynamisme du territoire via la création d'emplois
- Investissements dans des start-up
- Organisation des événements sportifs et culturels dans la région
- Diverses opérations de mécénat sur le territoire
- Défense de l'économie locale (label J'achète Breton)

ADAPTATION DE L'OFFRE ET SATISFACTION CLIENT

Risque : ne pas réussir à répondre aux exigences du marché

Impacts

- Diminution de l'activité
- Impact réputation du Groupe
- Risque sur la pérenité du Groupe

Politique / Programme pour prévenir les risques et limiter les impacts

- Politique de publication « web first »
- Enquêtes de satisfaction pour abonnés / partenaires
- Développement de nouvelles offres et de nouveaux produits

Branche emploi, recrutement & formation

- Méthodes agiles pour favoriser l'amélioration des produits et des pratiques
- Ajout des critères de télétravail et de salaire pour coller aux attentes des candidats
- Mise en place d'une équipe de Customer Success Manager pour suivre nos clients

RESPECT DES RÈGLES DE DÉONTOLOGIE DANS L'INFORMATION

Risque : non respect des règles et notamment journalistiques

Impacts

- Impact crédibilité de la branche médias
- Impact sur notre organisation
- Poursuites juridiques

Politique / Programme pour prévenir les risques et limiter les impacts

- Charte éditoriale
- Charte de l'usage des réseaux sociaux
- Échanges proactifs rédaction / société des journalistes

Réalisation 2022

- 90 % minimum de nos collaborateurs sont en CDI au 31/12/22

Objectif 2023 :

- Maintenir un niveau de salariés en CDI supérieur à 90%

Opportunité

- Renforce l'image du groupe
- Augmente le rayonnement régional
- Développer et mettre en valeur les relations et les projets avec les acteurs du territoire

Réalisation 2022

- Evènements sportifs de masse recommandés à 95% par les participants
- Enquêtes et dossiers webs sur le territoire Breton
- Développement de la vidéo à l'instar de l'émission Ravito
- + de 40 millions de mises en relation candidats/recruteurs
- + de 800 000 mises en relation pour la formation

Objectif 2023 :

- + 50 % du nombre de pages vues sur le site letlg.fr
- + 30 % du nombre de mises en relation professionnelles
- Événements recommandés à plus de 90 %

Opportunité

- Consolider la relation client
- Perfectionner nos compétences en interne
- Renforcer l'image du groupe

Réalisation 2022

- Nombre d'intervention du CSA (partie TV) : 0
- Nombre d'intervention du médiateur : 0

Objectif 2023 :

- 0 intervention du CSA (partie TV)
- 0 intervention du médiateur

Opportunité

- Consolider la relation client
- Perfectionner nos compétences en interne
- Renforcer l'image du groupe

Enjeux sociaux

QUALITÉ DES RELATIONS SOCIALES ET ACCORDS COLLECTIFS

Risque : mauvaise gestion des relations sociales

Impacts

- Dégradation du lien social
- Baisse du sentiment d'appartenance au groupe
- Situations de blocages ou de conflits
- Impact sur la qualité de vie au travail

Politique / Programme pour prévenir les risques et limiter les impacts

- Échanges réguliers et proactifs avec les salariés
- Transformation du Perco en Percol permet aux salariés de bénéficier des avantages de la Loi Pacte
- Deux chartes réalisées et distribuées pour améliorer la communication avec des pratiques communes
- Recours accru à l'intranet pour une meilleure communication interne

RESPECT DE L'ÉGALITÉ DES CHANCES, LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS ET PROMOTION D

Risque : différence de traitements discriminatoires entre les salariés

Impacts

- Fragilise les interactions et la cohésion au sein du groupe
- Impact moral sur les collaborateurs
- Impact sur l'image du groupe et son attractivité

Politique / Programme pour prévenir les risques et limiter les impacts

- Mixité sur toutes les activités et tous les niveaux hiérarchiques
- Convention d'action avec l'AGEFIPH signée
- Trois collaboratrices sont formées SAMETH
- Primes de victoires équivalentes (H/F) chez OC Sport

CONDITIONS DE TRAVAIL ET SANTÉ SÉCURITÉ AU TRAVAIL

Risque : mise en danger physique et/ou moral des collaborateurs

Impacts

- Impact sur la qualité de vie au travail
- Impact sur l'image du groupe et son attractivité
- Impact sur le turn-over

Politique / Programme pour prévenir les risques et limiter les impacts

- Encourage la flexibilité du travail et le télétravail
- Postes aménagés selon les besoins des collaborateurs
- « Pauses web » pour sensibiliser les collaborateurs
- Formation spécifique des CDD sur des postes à risques
- Membre du Club Sécurité Routière Entreprises du Finistère
- Salles de pause + locaux spacieux et modulables.
- Formation « gestion de crise avec enjeux sécuritaires et management humain »

GESTION DES COMPÉTENCES DES SALARIÉS POUR REpondre A LA TRANSFORMATION DE L'EN

Risque : inadéquation offre client / compétences salariés

Impacts

- Impact moral sur les collaborateurs
- Baisse capacité à innover et s'adapter à la demande du marché
- Difficulté mise en place transformation organisation

Politique / Programme pour prévenir les risques et limiter les impacts

- Accompagner les collaborateurs dans leur parcours professionnel
- Développer les compétences des collaborateurs
- Suivi individualisé des parcours professionnels
- Plan d'action pour anticiper le besoin en recrutements
- Relations et partenariats avec des écoles et Universités
- Entretiens individuels et échanges entre équipes pour détecter les compétences en continu
- Cartographie des compétences du Groupe permettant d'anticiper les évolutions

Réalisation 2022

- 15 accords collectifs passés dans l'année

Objectif 2023 :

- Maintenir ce degré d'interaction avec les salariés et les institutions représentatives du personnel.

Opportunité

- Renforcer le lien de confiance avec les collaborateurs
- Anticipation des éventuels sujets

DIVERSITÉ

Réalisation 2022

- 49 % des collaborateurs recrutés en CDI en moyenne, sont des femmes dans le Groupe

Objectif 2023 :

- Répartition H/F recrutements entre 40 et 60 %

Opportunité

- Affirmer les valeurs du Groupe
- Favoriser un climat de confiance
- Contribuer au rayonnement de la marque employeur

Réalisation 2022

- Taux de gravité Arrêt de Travail du Groupe : 0,18
- Jours d'absence par salariés pour des raisons d'accidents et ou de déplacements: 325 jours

Objectif 2023 :

- Taux de gravité arrêts de travail inférieur à 0,4

Opportunité

- Meilleure motivation et productivité des salariés
- Amélioration de l'image du Groupe et de son attractivité
- Contribuer au rayonnement de la marque employeur

ENTREPRISE

Branche Emploi, Recrutement & Formation

- Lancement de l'Academy, système de formation interne et aux profils non-commerciaux
- Mise en place d'un système de mentoring dans les équipes techniques (profils expérimentés vers juniors)

Objectif 2023 :

- Taux de formation de l'effectif supérieur à 50 %

Opportunité

- Agilité des l'organisation et de ses salariés
- Offrir la meilleure expérience métier à nos collaborateurs
- Contribuer au rayonnement de la marque employeur

Enjeux environnementaux

LUTTE CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

Risque : ne pas adapter nos pratiques et notre organisation au changement climatique

Impacts

- Augmentation de l'empreinte carbone
- Bouleversement dans le modèle d'affaire du groupe
- Impact sur l'image du Groupe

Politique / Programme pour prévenir les risques et limiter les impacts

- Sensibiliser les salariés, les parties prenantes et les spectateurs des événements
- Réflexions sur les transports professionnels et trajets domicile-travail
- Remplacement d'une chaudière au fioul par une chaudière au bois
- Travaux d'isolation de certains bâtiments
- Sensibilisation des collaborateurs aux écogestes
- Déterminer nos empreintes carbone pour avoir des axes de travail prioritaires

MAÎTRISE DES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DE NOS ACTIVITÉS ET ÉCONOMIES CIRCULAIRE

Risque : mauvaise maîtrise des impacts environnementaux des activités

Impacts

- Augmentation de l'empreinte carbone
- Bouleversement économique
- Bouleversement dans le modèle d'affaire du groupe
- Impact l'image du Groupe

Politique / Programme pour prévenir les risques et limiter les impacts

- Réduction de consommation et le recyclage du papier
- Journal est fabriqué avec du papier recyclé à 70 %
- Certification PEFC & CITEO
- Analyse fine des prévisions de ventes (pour limiter le gaspillage)
- Gobelets jetables ont été supprimés dans les locaux

Branche Sports & Culture

- Consommation d'eau du robinet sur événements
- Partenariats pour sensibiliser les spectateurs

Compte tenu des activités du Groupe, les sujets suivants : la lutte contre l'évasion fiscale, lutte contre la précarité alimentaire, respect du bien-être animal, alimentation responsable, équitable et durable ne sont pas intégrés dans notre cartographie des risques car non applicables à nos activités.

Réalisation 2022

Branche Sports & Culture

- Bilan de chaque évènement sportif réalisé dans l'année

Branche Emploi, Recrutement & Formation

- Baisse de 15 % de la consommation énergétique (KwH) par rapport à 2021
- Enquête mobilité avec taux de réponse de 65%

Branche Médias & Communication

- Bilan carbone et groupes de travail lancés en interne
- Plus de 50% des collaborateurs ont répondu à l'enquête mobilité interne sur les déplacements "Domicile-Travail"
- Labellisation RSE Positive WorkPlace (PWP) pour la société Le Télégramme SAS

Objectif 2023:

- Entre + 5 % et - 5 % consommation énergétique (KwH) sur l'année N-1

Opportunité

- Meilleure résilience de l'organisation
- Contribuer à la décarbonation de l'économie
- Améliorer l'image du groupe
- Contribuer au rayonnement de la marque employeur

Réalisation 2022

Branche Médias & Communication

- 70+ % de papier recyclé
- Plus de 1 600 tonnes de journaux recyclés en isolant

Branche Sports & Culture

- Mise en place de gobelets réutilisables sur évènements voile (Moyenne de 4 réutilisations par gobelets)

Objectif :

- Taux de papier recyclé pour le journal ≥ 70 %

Opportunité

- Consolider la relation client
- Perfectionner nos compétences en interne
- Renforcer l'image du groupe

03



3 BONNE SANTÉ
ET BIEN-ÊTRE



LES PRINCIPAUX ENJEUX SOCIÉTAUX



8 TRAVAIL DÉCENT
ET CROISSANCE
ÉCONOMIQUE



16 PAIX, JUSTICE
ET INSTITUTIONS
EFFICACES



11 VILLES ET
COMMUNAUTÉS
DURABLES



17 PARTENARIATS
POUR
LA RÉALISATION
DES OBJECTIFS



L'ENGAGEMENT DANS LA VIE DES TERRITOIRES

Le contexte

L'engagement dans la vie des territoires est au cœur de l'ADN du Groupe et de ses trois branches d'activités. Le Journal a toujours considéré que, dans le prolongement de sa mission d'information au cœur des territoires, il est aussi un acteur de leur cohésion et de leur développement. Les activités du Groupe contribuent au tissu socio-éco-

nomique local notamment au travers de l'emploi créé (Millions de personnes mis en relations au travers de nos plateformes emplois, Fournisseurs locaux, salariés du groupe), le soutien aux associations (visibilité, mécénat, opérations terrain,..) et les partenariats (dans les Médias ou dans les événements sportifs notamment).

Actions menées

Parmi les actions de l'année, nous avons retenu quelques exemples phares.

BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

Victoires de la Bretagne



L'infomobile

L'infomobile est un véhicule original, une caravane « dépliable », aménagée en studio vidéo mobile, que Le Télégramme a fait construire pour aller à la rencontre de ses lecteurs dans les secteurs où les journalistes sont parfois peu visibles, à l'occasion notamment des élections locales.

Ce véhicule a aussi vocation à porter les actions du Télégramme en matière d'éducation-média, en allant à la rencontre des collégiens et lycéens. L'objectif demeure de sensibiliser ce public sur les problématiques liées à l'information, préalablement travaillées avec leurs enseignants : infox, rumeur, déontologie, réseaux sociaux, etc. Au cours des étés 2020, 2021 et 2022, ce véhicule a aussi été mis à profit pour une tournée des stations balnéaires bretonnes, le « Télé-gramTour ».



Panorama de la Bretagne

Le « Panorama de la Bretagne », mis en vente jusqu'à l'été 2021, est la première édition d'un document de référence sur la Bretagne, présentant les principales données sociétales, économiques, culturelles et politiques de la région. Résolument destiné à un public le plus large possible, ce document de 150 pages dresse un « état » sans équivalent de la Bretagne associant rigueur des données et facilité de lecture, les textes étant illustrés de nombreuses cartes et infographies. Ce travail collaboratif a mobilisé une trentaine de journalistes de la rédaction et une vingtaine de contributeurs extérieurs experts dans leur domaine. Notre ambition est que ce document s'installe dans la durée, et qu'il constitue grâce à sa version numérique une base de connaissances dynamique où chacun puisse trouver à la fois un éclairage sur les grandes thématiques régionales et des éléments de réflexion prospective.



Relation avec le lecteur

Le Télégramme conserve une relation étroite avec son lectorat grâce à une multitude d'actions telles que :

- Club abonnés (Le Télégramme fait bénéficier à ses abonnés de nombreux avantages événementiels : rencontres personnalités, concerts, événements sportifs ou culturels.);
- Clemi : Semaine de la presse à l'école ;
- Formation professeurs sur la presse (20 personnes par an) pour transmettre aux élèves les bonnes pratiques pour éviter d'être victime des fake news ;
- Mise à disposition des journaux gratuits disponibles dans les lycées et les universités ;
- Accords avec une trentaine d'établissements (Lycées et IUT) de Bretagne, afin de former leurs étudiants aux techniques de vente.

En plus de ces différentes démarches, le Groupe a continué de s'investir :

- Défense de l'économie locale (création du label J'achète Breton) ;
- Incubateurs et fonds start-up bretons et nationaux (Ikubator, West Web Valley, Village By CA) ;
- Soutien des associations en leur apportant des espaces de communication et de promotion dans ses colonnes, avec des associations sportives et culturelles (plusieurs centaines de partenariats en 2021) ;
- Soutien de plusieurs grandes causes participant à la lutte contre le cancer ou à la lutte contre la mucoviscidose ;
- Diverses opérations de mécénat en nature (SNSM par exemple), fonds de dotation du CHU de Brest pour la recherche médicale.

BRANCHE EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION



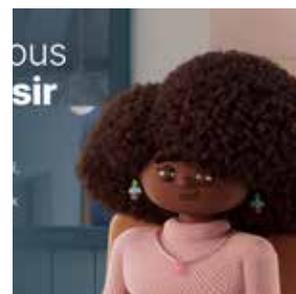
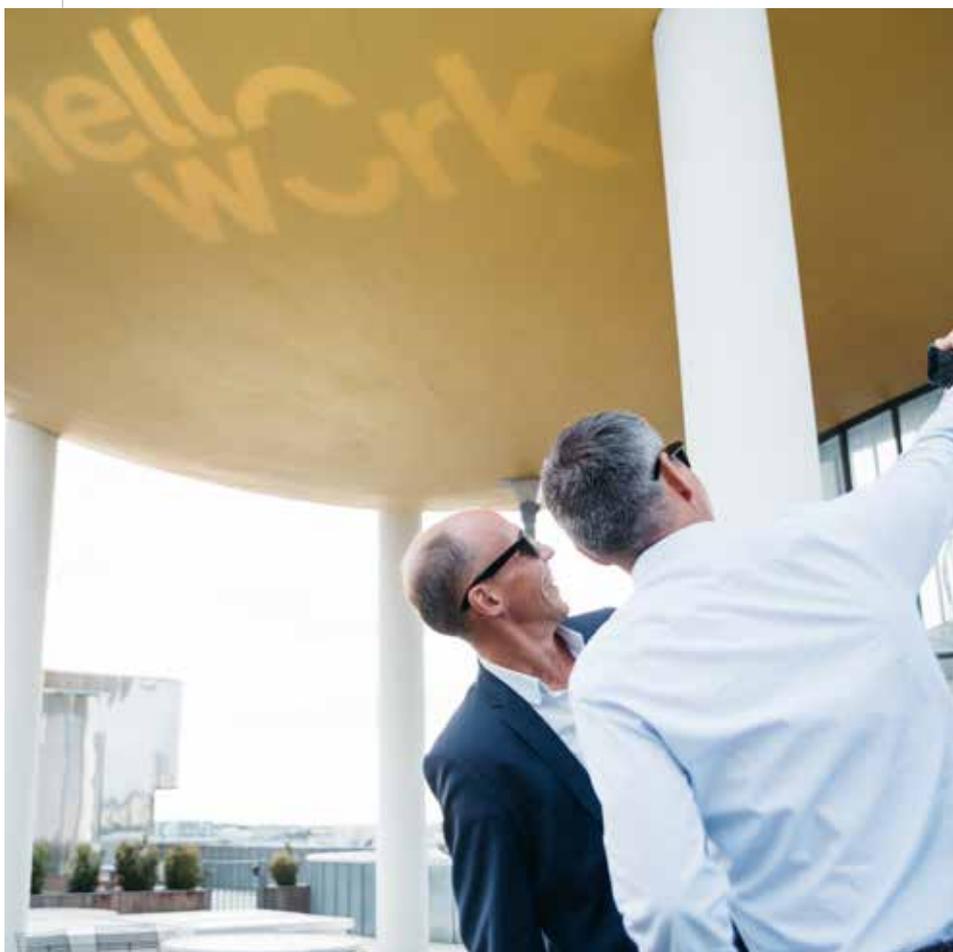
Hellowork est au cœur des problématiques locales et territoriales au travers de son action sur le marché de l'emploi et de la formation.

Chaque année, elle permet la mise en relation des entreprises et des candidats aux quatre coins du territoire. Hellowork est par ailleurs une entreprise dynamique qui recrute et forme ses salariés présents dans les plus grandes villes françaises.

En 2022, Hellowork a continué à développer avec MV Group et Klaxoon l'école Stage301 sur Rennes,

ville de son implantation principale, pour former les professionnels aux métiers et aux expertises du digital.

HelloWork a accompagné plus de 100 territoires (comme Paris, le Finistère et la Région Grand Est) pour leur permettre de mettre en relation les candidats et les recruteurs sur leur zone. Hellowork a également soutenu, en faisant participer plus de 1000 clients, des associations agissant sur l'emploi et de la formation à un niveau local, comme l'ADAPT, Thot, Article1, Emmaüs Connect et Zup de Co.



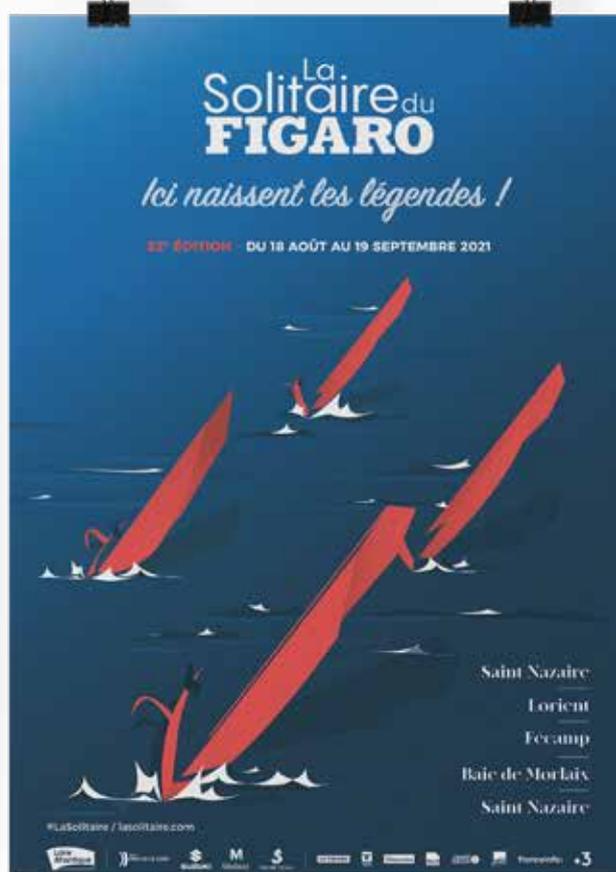
BRANCHE SPORTS & CULTURE

Le Groupe crée des événements ancrés dans les territoires, porteurs de bénéfices directs pour les participants (physiques et sociaux) ainsi que pour les collectivités locales et territoriales (dynamisme et retombées économiques).

Cette année 2022 a été marquée par une édition de La Solitaire du Figaro dans un contexte post-COVID, avec la levée des restrictions des années précédentes. Après être monté sur le podium lors des éditions 2020 et 2021, Tom Laperche s'est imposé en 2022 en remportant notamment la troisième et dernière étape. Ce sont 34 skippers qui ont pu s'affronter sur l'épreuve, qui a fait l'objet d'un supplément spécial du Télégramme.

L'événement majeur de cette année 2022 est la Route du Rhum - Destination Guadeloupe. Avec un plateau record de 138 skippers, cette Transatlantique s'est de nouveau affirmée comme étant une féroce compétition sportive mais aussi une grande fête populaire. Après un départ retardé de 3 jours à cause du mauvais temps, Charles Caudrelier s'est imposé, à bord de l'Ultim Gitana, battant également l'ancien record avec un temps de course de moins de 7 jours.

De tels événements, avec les valeurs de partage et d'échanges qu'ils véhiculent, génèrent de la valeur économique pour leurs parties prenantes mais aussi des bénéfices médiatiques directs pour les collectivités locales. A Saint-Malo notamment, les hôteliers, restaurateurs et commerçants ont pu bénéficier pleinement des impacts liés à la Route du Rhum - Destination Guadeloupe. Outre les spectateurs, la présence des bénévoles sur les événements du Groupe permet de créer un véritable lien social : être bénévole permet d'acqué-



rir de l'expérience, de partager ses compétences et d'effectuer des rencontres enrichissantes.

Les événements du Groupe sont aussi porteurs de valeurs de responsabilité, de partage et de solidarité. L'organisation du Generali Genève Marathon est par exemple partenaire du THSN (The Human Safety Net) et travaille à l'intégration de réfugiés par le sport. Le 20 km de Genève est partenaire du réseau Cancer du Sein et le Triathlon de Genève est partenaire de l'UHNCR (Le Haut-Commissariat des Nations unies pour les réfugiés). Ces événements sensibilisent l'ensemble des coureurs et des spectateurs aux enjeux sociétaux.

Indicateurs de performance

L'indicateur retenu sur cet enjeu porte sur le rôle d'employeur de la société, et la relation de long terme qu'elle souhaite créer avec ses salariés en proposant essentiellement des contrats longue durée à ceux-ci, apportant ainsi stabilité et visibilité sur le plan professionnel et personnel.

Objectif groupe : maintenir un niveau de collaborateurs CDI/total effectif supérieur à 90 % à horizon 2023

	MÉDIAS & COMMUNICATION	EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION	SPORTS & CULTURE
2022	90 % de contrats CDI au 31 décembre	92 % de contrats CDI au 31 décembre	97 % de contrats CDI au 31 décembre
2021	97 % de contrats CDI au 31 décembre	98 % de contrats CDI au 31 décembre	96 % de contrats CDI au 31 décembre

Notre objectif est atteint pour le groupe dans son intégralité pour 2022, nous tenons à maintenir ce niveau dans le temps afin de construire dans la durée nos relations professionnelles avec les collaborateurs.

L'INNOVATION DANS LES OFFRES ET SATISFACTION CLIENT

Le contexte

Sur l'ensemble des activités du Groupe, la capacité à répondre aux attentes des clients est notre priorité. La satisfaction de leurs besoins exige efficacité et agilité face aux évolutions du marché

et aux évolutions technologiques.

La gestion de la satisfaction client, le développement de nouvelles offres et de nouveaux produits sont ainsi placés au cœur des activités du Groupe.

Actions menées

BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION



Au sein du Télégramme, l'abonné est le premier acheteur et constitue ainsi la première source de satisfaction et le socle de la diffusion quotidienne du journal qui s'élève à près de 179 000 exemplaires. Ce qui représente une audience quotidienne moyenne de 497 000 lecteurs.

Pour continuer dans cette démarche satisfaction client autour du journal papier, le Télégramme a investi dans des équipements d'impression les plus modernes d'Europe. La nouvelle rotative permet d'imprimer 90 000 exemplaires papier à l'heure en vitesse de croisière. La nuit, elle imprime les éditions du Télégramme, en journée elle effectue des travaux d'impression de haute qualité (journaux, brochures, sets de table,...).

Le développement numérique reste un enjeu majeur pour Le Télégramme, en diversifiant ses canaux de diffusion, tout en conservant la fidélité de ses abonnés.

En 2022, Le Télégramme a donc multiplié les enquêtes et dossiers web sur le territoire breton, comme "Le littoral breton en danger", "la folie Uber à Brest", "la revanche de Pontivy", "le fléau de la cocaïne dans le Léon".

A chaque fois, pour explorer ces mutations de la Bretagne et de notre société, la rédaction fait appel aux témoignages des lecteurs du Télégramme. Ils sont jusqu'à plusieurs centaines à répondre, surtout lorsque les enquêtes touchent à leur logement, leur emploi et leur santé.

A chaque fois, Le Télégramme mobilise sa cellule d'investigation composée d'équipes locales et de reporters, travaillant la data, l'infographie et la vidéo.

Certaines de ces enquêtes font l'objet d'un prolongement sur les antennes des télévisions Tébéo et Tébésud qui représentent une audience de 544 400 sur l'année de 2022.



BRANCHE EMPLOI RECRUTEMENT & FORMATION

L'innovation est un facteur clé de succès au sein du Groupe Télégramme pour répondre aux évolutions constantes, et tout particulièrement dans les activités emplois. Les services proposés par Hellowork sont nombreux, les innovations et la dimension technique et informatique sont stratégiques dans un environnement hyper concurrentiel avec des concurrents nationaux et internationaux. L'équipe technique, qui représente un tiers des effectifs Hellowork et Seekube, est organisée en méthode agile afin de produire en continu une multitude d'améliorations des produits. Parmi celles-ci, des nouveautés représentant des innovations de rupture importantes comme le suivi par le candidat de l'ensemble du processus de sa candidature dans l'entreprise, et la détection par l'IA des caractéristiques de salaire et de télétravail dans toute offre d'emploi. Cette maîtrise de la technologie permet ainsi de conserver dans le temps la satisfaction de tous les clients, qu'ils soient des PME, des ETI ou de grands groupes français.



BRANCHE SPORTS & CULTURE

OC Sport, au travers de ses activités, s'attèle à s'assurer de la satisfaction des parties prenantes par l'intermédiaire d'enquête de satisfaction sur la partie mass-event Suisse (recommandations participants supérieure à 90% en 2022). Pour la voile, cette satisfaction s'apprécie avec les échanges continus avec les collectivités, les classes de skippers, les sponsors ou encore les participants. Au-delà de cet aspect, OC Sport innove pour aller au-devant des attentes et aspirations des participants. Cela passe par la création de nouveaux formats de courses (Run Mate), l'adaptation des parcours au contexte Covid-19 (version 2021 du Marathon de Genève sur un mois entier pour respecter les jauges) ou la prise en compte de la dimension environnementale, évoquée plus tard.

Indicateurs de performance

Du fait des natures bien distinctes des activités du groupe, nous avons déterminé pour chaque branche un type d'indicateur spécifique.

Objectifs :

- Médias, progression du nombre de pages vues de 50 % minimum sur l'horizon 2019-2023,
- Services, progression du nombre de mises en

relation de 30 % minimum sur l'horizon 2019-2023,

- Événementiel, maintien du degré de recommandation au-dessus de 90 % pour les événements de l'année en moyenne.

Les indicateurs les plus pertinents à disposition concernant la capacité du groupe à répondre aux attentes sont les suivantes

	MÉDIAS & COMMUNICATION	EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION	SPORTS & CULTURE
2022	<p>542 millions de pages vues en 2022 sur letelegramme.fr</p> <p>18 millions de visites* par mois en moyenne sur letelegramme.fr soit une augmentation de 15 % par rapport à 2021</p>	<p>+ de 40 millions de mise en relation candidats/recruteurs**</p> <p>+ de 800 000 personnes ont été mises en relation avec des centres de formation initiale ou continue</p>	<p>95 % des coureurs recommanderaient l'événement à leurs proches :</p> <ul style="list-style-type: none"> · Run Mate 96% · 20 km de Genève 95 % · Triathlon de Genève 96 % · Marathon Genève 95%
2021	<p>469 millions de pages vues en 2021 sur letelegramme.fr</p> <p>14 millions de visites* par mois en moyenne sur letelegramme.fr</p>	<p>+ de 27 millions de mise en relation candidats/recruteurs**</p> <p>+ de 800 000 personnes ont été mises en relation avec des centres de formation initiale ou continue</p>	<p>Run Mate 100 % des coureurs recommanderaient l'événement à leurs proches</p> <p>20 km de Genève 96 % des coureurs recommanderaient l'événement à un proche</p>

Toutes les statistiques de satisfaction des coureurs sont communiquées à nos parties prenantes sur les événements sportifs, telles que nos sponsors privés ou publiques afin de leur permettre d'évaluer l'impact de nos manifestations.

Sur la branche Médias & Communication, progression de 16% du nombre de pages vues entre 2021 et 2022, qui traduit l'accélération de notre stratégie de développement numérique et éditorial.

Sur la branche Emploi, Recrutement & Formation, progression de 48% du nombre de mises en rela-

tions (formation et emplois) entre 2021 et 2022. **Objectif de croissance à l'horizon 2019-2023 atteint.**

Sur la branche Sports & Culture, objectif atteint avec un niveau de recommandation supérieur à 90 % sur les quatre événements de l'année ayant permis d'effectuer cette enquête.

Au global, ces performances traduisent un effort constant de satisfaction au service de nos clients, avec des performances en progression constante, ou se maintenant à un niveau élevé.

* Un utilisateur est compté autant de fois qu'il se connecte sur le site.

** cf 1 <https://www.hellowork-group.com/resultats-2022-perspectives-2023/>

RESPECT DES RÈGLES DE DÉONTOLOGIE DE L'INFORMATION

Le contexte

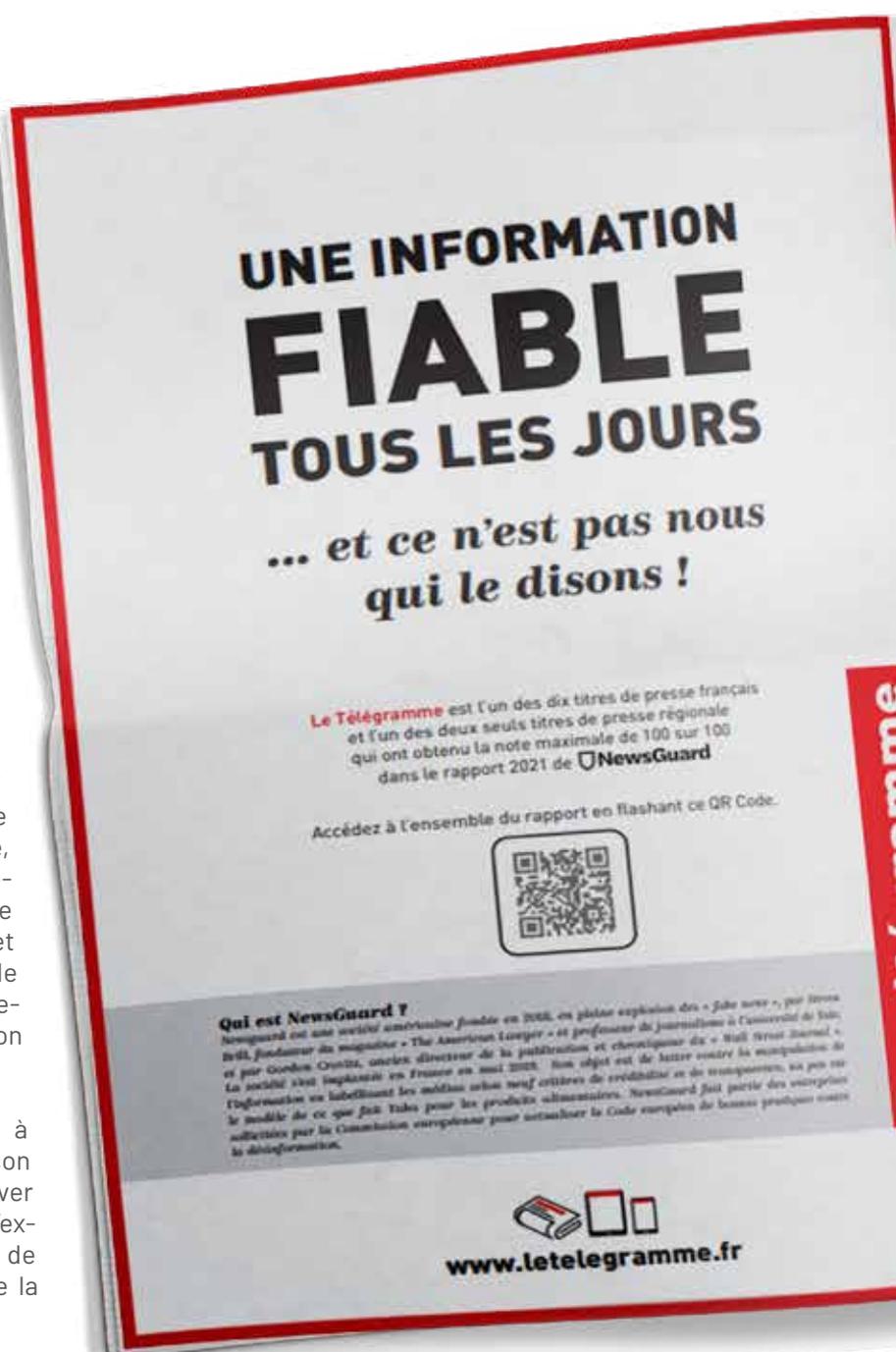
Le Télégramme est un journal phare dans le paysage breton et français de l'information. Il a été élu meilleur quotidien français au Grand Prix des Médias en 2015.

Au sein de toute sa branche médias, le Groupe veille à garantir la qualité de l'information qu'il diffuse, le respect des règles de déontologie dans l'information et l'indépendance de ses journalistes.

Au-delà des règles communes d'exercice du métier de journaliste, Le Télégramme a mis en place deux chartes internes, une charte éditoriale et une charte de l'usage des réseaux sociaux garantissant une information de qualité.

Anticipant les obligations de la loi n° 2016-1524 du 14 novembre 2016 (dite loi Bloche), visant à renforcer la liberté, l'indépendance et le pluralisme des médias, Le Télégramme a établi depuis de nombreuses années un cadre éthique et déontologique s'imposant à l'ensemble de ses journalistes. Ces chartes sont remises à chaque professionnel lors de son entrée dans l'entreprise.

Ces différentes règles internes visent à garantir la qualité de l'information, son honnêteté et sa véracité et à préserver « la prudence et la modération dans l'expression, l'équilibre dans le traitement de l'information ». C'est ce qui caractérise la ligne éditoriale du Télégramme.



Actions menées

Les chartes internes mises en place par le Groupe sont régulièrement mises à jour en concertation avec un groupe de journalistes reconnus pour leur expérience dans le traitement de faits divers et des affaires judiciaires et dans l'usage des réseaux sociaux.

La première charte rappelle les valeurs éditoriales du Télégramme, renforce les règles issues du droit de la presse et installe des règles de publication communes à l'ensemble de la rédaction. Ces règles portent notamment sur la protection des mineurs et des victimes en général, sur le respect de la présomption d'innocence et sur la publication des identités des personnes concernées par une instruction judiciaire ou une condamnation. La seconde charte

fixe des règles d'usage et de comportement sur les réseaux sociaux, que ce soit sur des comptes de la marque Télégramme ou des comptes personnels de journalistes afin de garantir le respect de chacun.

Par ailleurs, la structure du capital et de la gouvernance assurent une indépendance éditoriale du titre. La constitution au sein du Télégramme d'une Société des journalistes, représentée au conseil d'administration de la société, permet d'évoquer certaines questions relevant de la déontologie. Le dialogue avec les journalistes emprunte les habituels temps de décision et d'arbitrage de la rédaction, qu'ils soient quotidiens ou hebdomadaires, au sein de la rédaction centrale ou de chaque rédaction décentralisée.

Indicateurs de performance

Objectif groupe : maintenir un degré d'exigence élevé au niveau des rédactions, se traduisant par aucune intervention du CSA ou du médiateur.

MÉDIAS & COMMUNICATION	
2022	Nombre d'intervention du CSA (partie TV) : 0 Nombre d'intervention du médiateur : 0
2021	Nombre d'intervention du CSA (partie TV) : 0 Nombre d'intervention du médiateur : 0

Les contenus des journaux, magazines et émissions du Groupe n'ont jamais fait l'objet de controverses au cours des dernières années.

ACTIONS VISANT À PROMOUVOIR LA PRATIQUE D'ACTIVITÉS PHYSIQUES ET SPORTIVES

Le contexte

Le groupe, de par ses activités, est nativement impliqué dans la promotion de l'activité physique et sportive. En effet, que ce soit au travers de notre travail journalistique, ou au travers du modèle d'affaires de la branche Sports & Culture, le sport représente un élément clef dans nos dispositifs.

Sur la branche Sports & Culture en 2022, ce sont

des centaines de milliers de personnes qui se sont déplacées sur des événements OC Sport (voile et mass event), et encore plus en nombre de personnes touchées par nos publications en ligne. Ce sont également des dizaines de milliers de participants sur nos événements et pour lesquels, le Groupe Télégramme met tout en place pour véhiculer émotions, valeurs, et dépassement de soi.

Actions menées

Dans chacune des branches d'activités du Groupe Télégramme, les salariés sportifs sont impliqués et partagent leur pratique avec leurs collègues.



BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

- Des salariés se regroupent chaque semaine pour des sorties "courses à pied"

- À l'occasion de plusieurs événements pour lesquels le Télégramme est partenaire médias (Saint-Pol-Morlaix par exemple), des dossards sont distribués à des salariés pour leur faciliter la participation.

- L'initiative "A Vélo au Boulot" a été lancée en mai 2022 pour inciter tous les collaborateurs à venir au travail en vélo. Le challenge "A Vélo au Boulot" est un événement ouvert qui a pour but de sensibiliser et permettre l'expérimentation de plusieurs modes de déplacements actifs auprès des salariés notamment. Les équipes pédalent, marchent ou covoiturent. Le principe est simple : tous les participants comptabilisent leurs kilomètres parcourus à vélo durant une semaine et tentent de gagner ensemble le Challenge pour leur entreprise.



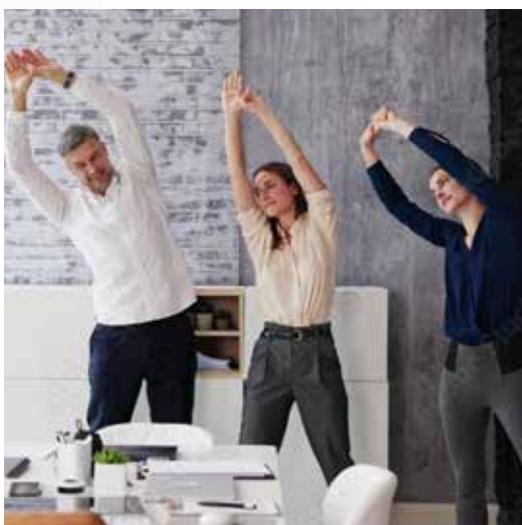
Rubrique 1 sur 2

Dossard pour l'Ultra Marin autour du Golfe du Morbihan - 30 juin au 3 juillet

10 dossards sont disponibles pour la course Ultra Marin qui aura lieu autour du Golfe du Morbihan du 30 juin au 3 juillet.

Certificat médical obligatoire à fournir à l'organisation de la course.

Les attributions seront traitées dans l'ordre d'arrivée des demandes et dans la limite des 10



BRANCHE EMPLOI RECRUTEMENT & FORMATION

- Des cours de Yoga et des groupes de course à pieds sont mis en place pour les salariés de Hellowork à Rennes
- Les salariés d'HelloWork participent également à des événements sportifs comme le "Rennes Urban Trail" ou le "Tout Rennes court".

BRANCHE SPORTS & CULTURE

- Le sport y est par nature promu. Il est dans l'essence même du projet d'entreprise et la très grande majorité des salariés sont pratiquants quotidiens.
- Par extension, tous les salariés du Groupe Télégramme peuvent également bénéficier des événements organisés par OC Sport.

04



LES PRINCIPAUX ENJEUX SOCIAUX



5 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES



10 INÉGALITÉS RÉDUITES



QUALITÉ DES RELATIONS SOCIALES ET ACCORDS LIÉS

Le contexte

Le Groupe porte une attention particulière à la qualité du climat social au sein de ses différentes activités. Il s'efforce, dans les échanges avec ses collaborateurs, d'assurer la transparence et l'écoute à travers une disponibilité continue des responsables et des dirigeants.

Au sein du Groupe le dialogue social s'organise autour d'instances dédiées et avec les partenaires sociaux. Depuis 2018, la charte de Qualité de Vie au Travail vient compléter ces actions.

Actions menées

BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

Le secteur de la presse connaissant une forte mutation et La branche Médias & Communication s'adaptant à ces évolutions, le Groupe s'attache à accompagner ses collaborateurs dans ces phases de transformation. Le Télégramme a mis en place des accords d'organisation des Instances de dialogue social et des négociations périodiques d'accords avec les organisations syndicales qui ont pour but d'améliorer le fonctionnement des différentes Instances Représentatives du Personnel (IRP), au-delà de la simple application des textes de lois (négociations nombres d'heures de réunions, nombre de délégués, utilisation crédit d'heures...). Une importance certaine est donnée à la qualité des documents fournis aux IRP via la Base de Données Economiques et Sociales (BDESE) : une recherche soutenue est effectuée permettant aux IRP d'accéder plus facilement aux informations en temps utile avant chaque réunion. De plus, lorsque des réorganisations importantes de l'entreprise touchent les salariés, les IRP sont régulièrement impliquées au-delà de l'implication légale (explications des projets en amont...).



En 2022, 14 accords principaux ont été signés au sein de la branche Médias & Communication du Groupe Télégramme :

Deux accords NAO (Négociation Annuelle Obligatoire) sont les principaux points sont les suivants :

Pour Le Télégramme : revalorisation des grilles de salaires des employés et des journalistes avec

l'accent mis sur les bas salaires, revalorisation salariale collective pour tous à l'exception des cadres. Pour ces derniers, amélioration de la prise en charge du contrat retraite supplémentaire dont ils bénéficient et versement d'une prime exceptionnelle au titre de 2022.

Pour Viamedia, prime exceptionnelle versée à l'ensemble des salariés, augmentation du nombre de titres restaurant versés annuellement ainsi qu'une amélioration de la prise en charge du contrat retraite supplémentaire dont bénéficient les cadres.

Dans le cadre d'un projet de simplification du réglementaire paie du Groupe Télégramme discuté avec les organisations syndicales au cours

de l'année 2022 et ayant

pour vocation de permettre aux salariés de mieux comprendre leur rémunération, signature de **deux accords de substitution concernant le versement de primes annuelles** avec la mise en place d'une prime de vacances à partir de 2023.

Quatre avenants aux accords d'intéressement (fixation des bornes annuelles) pour Groupe Télégramme, Groupe Télégramme Services, Le Télégramme et Viamedia.

dia.

Un nouvel accord d'intéressement d'une durée de trois ans pour la société Bretagne Publication.

Un nouvel accord sur la réutilisation des contenus journalistiques signé au Télégramme pour une nouvelle période de 3 ans.

Un avenant à l'accord astreintes du Télégramme pour le service des ventes actant une revalorisation des montants perçus mais permettant également

Distribuées au personnel, ces chartes sont accessibles à tous sur l'intranet.

de mieux cadrer le recours à ces astreintes.

Un avenant de révision à l'accord temps de travail des cadres : après la révision des accords temps de travail des autres catégories de personnel en 2021, l'accord concernant les cadres a été remis à jour pour tenir compte des évolutions réglementaires et permettre une meilleure lisibilité des modalités d'organisation du travail pour cette catégorie.

Un accord télétravail a été mis en place au sein de

la société **Viamedia** : après une période de test post-covid, l'organisation a été pérennisée. Elle permet aux salariés de Viamedia qui le souhaitent et dont les postes sont éligibles de télétravailler 1 jour fixe / semaine et de planifier jusqu'à 11 journées de télétravail volant par an.

Un accord égalité professionnelle a été signé chez Viamedia. De nouvelles discussions sont actuellement en cours pour une nouvelle mise à jour prévue en 2023

BRANCHE EMPLOI RECRUTEMENT & FORMATION

Les plans d'action menés au sein d'HelloWork le montrent également à travers un dialogue fluide entre les dirigeants et les collaborateurs. HelloWork utilise depuis plusieurs années des outils pour maintenir, créer un lien avec les collaborateurs via le réseau social d'entreprise Cdanslair, Yammer ou encore les FridayWeb en visioconférence et diffusés en replay, ces dispositifs ont pris tout leur sens pour maintenir le lien entre la société, ses dirigeants et les équipes, dans une entreprise en forte croissance d'effectifs. En 2022, en plus de ces dispositifs, un plan d'action portant sur les objectifs d'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes a été signé par le CSE et HelloWork.

BRANCHE SPORTS & CULTURE

Le dialogue social au sein d'OC Sport est simplifié de par la taille réduite des effectifs, facilitant les échanges directs. Il s'agit d'un mode de dialogue moderne facilité par une organisation plus horizontale, répondant aux attentes d'une nouvelle génération sur le marché de l'emploi. Avec une moyenne d'âge d'une trentaine d'années, l'idée est de pouvoir partager les volontés de chacun tout en poursuivant des intérêts communs.

Indicateurs de performance

Du fait de la nature des relations sociales dans la branche Emploi, Recrutement & Formation (pas d'IRP, et donc pas de négociation annuelle obligatoire) mais des échanges au cas par cas et des évolutions salariales régulières et dans la branche Sports & Culture (équipes réduites, pas d'IRP également), cet indicateur va cibler en particulier les branches Médias & Communication ainsi qu'Emploi, Recrutement & Formation.

	MÉDIAS & COMMUNICATION	EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION
2022	14 accords collectifs ou avenants passés	1 accord collectif
2021	10 accords collectifs ou avenants passés 1 décision unilatérale signée	

L'année 2022 a été encore dynamique sur le plan des relations sociales et des échanges avec les salariés. Nous souhaitons maintenir ce degré d'interaction avec chacun dans le temps.

CONDITIONS DE TRAVAIL ET SANTÉ SÉCURITÉ AU TRAVAIL

Le contexte

L'importance de la santé, de la sécurité et du bien-être des collaborateurs est partagée au sein de l'ensemble des branches. La promotion de la santé et

du bien-être au travail passe par la charte de Qualité de Vie au Travail, par l'écoute et l'accompagnement de collaborateurs et par les politiques de télétravail.

BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

La branche Médias & Communication, au travers de la charte qualité de vie au travail, encourage la flexibilité du travail et le télétravail. En 2021, le télétravail a été étendu au sein du Groupe Télégramme à de nombreux services dans le contexte de la crise sanitaire de la Covid-19. Fortes de cette expérience, plusieurs entreprises du groupe ont souhaité poursuivre sur des dispositifs de télétravail, des discussions concernant les mises à jour des chartes en vigueur ont débuté et sont toujours en cours à ce jour.

En 2022, le siège du Télégramme à Morlaix a poursuivi ses travaux de rénovation des locaux afin de doter le maximum de salariés de bureaux plus modernes, plus spacieux et lumineux, pour un meilleur confort de travail et une organisation plus collaborative. Ce processus de rénovation concerne également l'ensemble des agences extérieures du Groupe. Régulièrement des « Pauses web » sont organisées pour faciliter la transmission d'information entre les salariés : santé au travail, cybersécurité, protection des données... autant de thèmes que de fonctions dans l'entreprise.

Au sein des locaux d'imprimerie, des actions sont

menées afin d'assurer la sécurité des collaborateurs : procédure spécifique de formation des CDD sur des postes à risques, existence d'un manuel risque sécurité à l'entrée d'un salarié et participation à des réunions de prévention à la sécurité routière afin de pouvoir répondre aux enjeux de déplacement de certains salariés. Le Télégramme est membre du Club Sécurité Routière Entreprises du Finistère (SRE 29), son représentant en est le président depuis 2020. Le Document unique permet également de recenser de manière détaillée et précise tous les risques et plans d'actions menés pour faire face aux risques sécuritaires.

De plus, depuis 2018, un effort a été effectué sur le nettoyage des locaux de l'imprimerie afin d'améliorer l'accès et l'utilisation de ces derniers. Une infirmière est présente tous les jours sur notre site de production.

Enfin, la totalité des matériels de production répondent à la réglementation européenne. Tout le personnel travaillant dans un environnement industriel sonore est équipé de prothèses auditives de dernière génération.

BRANCHE EMPLOI RECRUTEMENT & FORMATION

Au niveau de la branche Emploi, Recrutement & Formation, afin d'assurer le bien-être des collaborateurs, Hellowork a mis en place des salles de pause, des locaux spacieux et modulables. Pour assurer les meilleures conditions de travail, les salariés peuvent être conseillés par un ergonome sur le poste de travail. Dans un contexte de changement des manières de travailler, la direction

s'est également attachée à garder un temps minimum de trois jours en présentiel commun aux différentes équipes afin d'assurer le bon fonctionnement des échanges au sein du groupe. Par ailleurs, malgré des problématiques de manque de place, l'entreprise a fait le choix d'adapter les plannings de certaines équipes, pour éviter de répartir la société sur différents locaux.

BRANCHE SPORTS & CULTURE

Au sein de la branche Sports & Culture, le thème de la sécurité, du bien-être et du travail en équipe sont aussi des enjeux clés pour les salariés. En 2018, une formation spécifique consacrée à la gestion de crise d'un événement en termes d'enjeux sécuritaires et de management humain avait été suivie par les collaborateurs d'OC Sport Suisse. Le risque physique existe essentiellement lors des événements pour les salariés, les

équipes sont formées à réagir en cas de problème avec les participants et s'adaptent de fait à toute situation connexe.

Dans l'activité d'événements sportifs, l'enjeu de santé-sécurité concerne également et surtout les sportifs concurrents. OC Sport s'efforce de cerner les utilisations médicamenteuses des coureurs mais aussi de prévenir le dopage qu'il soit volontaire ou involontaire.

Indicateurs de performance

Objectifs : maintenir un taux de gravité* des arrêts de travail inférieur à 0,4, synonyme de risque d'AT encadré pour le groupe.

Malgré une différence de nature d'activités et de taille entre les 3 branches, nous avons décidé de fixer le même objectif de taux de gravité pour tous les branches.

Notre objectif de 0,4 s'apprécie au regard des moyennes nationales observées au niveau des

statistiques du régime général, pour lequel le taux de 0,4 est le taux moyen le plus faible observé des conventions collectives nationales. Nous souhaitons encadrer les risques professionnels et cela passe par une appréciation du risque au regard de ces données.¹

	MÉDIAS & COMMUNICATION	EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION	SPORTS & CULTURE
2022	Taux de gravité AT : 0,30	Taux de gravité AT : 0,00	Taux de gravité AT : 0
2021	Taux de gravité AT : 0,12	Taux de gravité AT : 0,5	Taux de gravité AT : 1,25

Il en ressort de ces données que notre objectif est tenu au niveau de chaque branche d'activité par le respect des règles par chacun et le bon état des infrastructures locales dans le temps. Nous tenons à maintenir notre exigence sur cet objectif dans le temps.

La disparation tragique de deux de nos collègues de la branche Sports & Culture lors de l'événement «Route du Rhum - Objectif Guadeloupe» n'apparaît pas dans les chiffres du Taux de Gravité. Nous voulions tout même le mentionner par rigueur et par respect pour nos collègues.

* Calcul : jours calendaires d'arrêt / heures travaillées * 1000

RESPECT DE L'ÉGALITÉ DES CHANCES, LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS ET PROMOTION DE LA DIVERSITÉ

Le contexte

Le Groupe s'engage à promouvoir l'égalité des chances et à lutter contre toutes formes de discrimination dans l'ensemble de ses activités. À travers

ses actions et ses processus de recrutement, sa volonté est d'assurer la mixité dans l'ensemble des activités et à tous les niveaux hiérarchiques.

BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

La branche Médias & Communication et notamment le Télégramme, porte une attention particulière à l'inclusion des personnes handicapées. Le Groupe est la première organisation bretonne à avoir signé une convention d'action avec l'AGEFIPH en 2008. Trois collaboratrices de la filiale Groupe Télégramme Services ont également été formées SAMETH (Service d'Appui au Maintien dans l'Emploi) et sont membres du Réseau des Référents Handicap de Bretagne). Par ailleurs, certains ser-

vices tels que la récupération des journaux invendus pour le recyclage sont confiés à des ESAT. De plus, au sein de la branche mobilité un référent Handicap a été nommé afin de pouvoir développer des opportunités sur l'Emploi Handicap. La branche Médias & Communication du Groupe Télégramme porte aussi des valeurs d'égalité hommes-femmes afin de pouvoir répondre aux enjeux managériaux et humains de la société actuelle. Ainsi, près de 40 % des journalistes sont des femmes.



BRANCHE EMPLOI RECRUTEMENT & FORMATION

Hellowork se veut aussi ouvert et innovant sur l'aspect de la diversité et de la stratégie de l'égalité des chances, c'est un sujet présent dans le dia-

logue social. Les recrutements sont gérés par les équipes RH, avec une attention particulière à l'inclusion et au respect de l'égalité femme-homme.

BRANCHE SPORTS & CULTURE

Le sport demeure une activité phare et favorable pour le partage de ces valeurs, la société OC Sport souhaite mettre en place une stratégie forte et peut déjà compter sur des séries d'actions qui permettent de développer les valeurs de respect de l'égalité des chances. Les événements courses à pied favorisent par exemple l'accès au sport pour les personnes réfugiées à travers du bénévolat, mais aussi grâce aux dossards offerts ou à tarif réduit. Cela se traduit éga-

lement par des propositions de bénévolat pour les pensionnaires du Centre de Jour de la Croix Rouge. Des courses spécifiques pour les femmes sont organisées (ex : La Genevoise durant le Marathon de Genève). Afin de promouvoir l'égalité entre les sexes, les primes et victoires sont équivalentes entre les hommes et les femmes sur les courses à pied. Enfin, les accès aux fauteuils sont privilégiés dans l'organisation des événements OC Sport.



Indicateurs de performance

Objectifs : intégrer un équilibre homme-femme dans les recrutements en CDI.

Nous avons estimé que sur une moyenne de deux exercices, une répartition comprise entre 40 et 60 % nous semblait équilibrée, en prenant compte des tensions dans nos bassins de recrutements, géographiques et de compétences. Nos recrutements en CDI portent en particulier sur des profils IT au niveau des branches Médias & Communi-

cation et Emploi, Recrutement & Formation, qui sont marqués par une dominante masculine forte². Nous avons inclus les recrutements de la société GTS (transverse aux 3 pôles) dans les chiffres de la Branche Médias & Communication pour une question de continuité méthodologique avec les années précédentes.

	MÉDIAS & COMMUNICATION	EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION	SPORTS & CULTURE
2022	Recrutements F : 32% Recrutements H : 68%	Recrutements F : 51% Recrutements H : 49%	Recrutements F : 69% Recrutements H : 31%
2021	Recrutements F : 44 % Recrutements H : 56 %	Recrutements F : 41 % Recrutements H : 59 %	Recrutements F : 44 % Recrutements H : 56 %

Le taux de féminisation des recrutements sur la branche Médias & Communication est en baisse en 2022, en lien avec des recrutements de fonctions supports moins nombreux qu'en 2021.

Les périmètres respectifs des trois activités sont hétérogènes par nature et confrontés à des problématiques RH spécifiques. Il en ressort de ces données qu'au cumul global groupe, nos recrutements en CDI sont équilibrés dans la répartition H/F avec un taux de recrutement de 49% de femmes, sur 2022. Nous devons maintenir nos efforts pour maintenir ou retrouver un équilibre, qui soit compatible avec les contraintes de recrutement.

2 - <https://www.techtalks.fr/journee-internationale-des-droits-des-femmes-le-numerique-recrute/>

GESTION DES COMPÉTENCES ET DES PARCOURS DES SALARIÉS POUR RÉPONDRE À LA TRANSFORMATION DE L'ENTREPRISE

Le contexte

Un groupe ne peut grandir sans des collaborateurs écoutés, impliqués et formés dans leurs missions. Pour continuer à s'adapter et anticiper les évolutions des métiers du Groupe, il est essentiel d'accompagner les collaborateurs dans

leur parcours professionnel et de développer leurs compétences. Le suivi individualisé des parcours professionnels, la politique de formation et de gestion des compétences sont mis au service des collaborateurs.

Actions menées

Afin de faire face à des activités évolutives, le Groupe Télégramme met en place une série de plans d'actions menés sous la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC). Ces plans d'actions permettent ainsi : l'anticipation des besoins en recrutements, des plans mobilités internes forts et nécessaires (géographiques ou professionnels) atteignant un taux de 10 % de mo-

bilité (hors mobilité géographique dans la branche Médias & Communication) et la création de plans de compétences induits. Les relations et partenariats externes tant avec les écoles, que les Universités favorisent une politique de recrutement efficace auprès de stagiaires et des alternants.

L'ensemble des dispositions légales d'évaluation et d'entretiens annuels est suivi au sein du Groupe.

BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

Les entretiens individuels et les échanges entre les équipes permettent une détection des compétences en continu. Des entretiens collectifs RH, mais aussi des bilans d'étapes de projets professionnels, et des bilans professionnels avec les managers sont effectués afin de pouvoir devenir un « Business Partner RH » accompagnant les ma-

nagers et postes de directions clés du Groupe, et permettant ainsi de répondre aux projets d'avenir du Groupe.

La cartographie partagée en interne des compétences de la branche permet d'anticiper les évolutions afin de détenir les compétences nécessaires à l'évolution de ses activités.

BRANCHE EMPLOI RECRUTEMENT & FORMATION

La partie technique est une composante forte et en constante croissance de l'entité Hellowork, des évaluations spécifiques sont mises en place sur cette partie afin de pouvoir améliorer constamment le niveau des collaborateurs et répondre aux exigences d'évolution. Les salariés sont conviés toutes les semaines à des formations différentes (1h/ semaine) sur un sujet spécifique - appelées Friday Web.

L'Academy représente une structure de formation interne pour former l'ensemble des ressources

commerciales aux outils, services et métiers. Cela se traduit par 3 semaines de formations à l'arrivée puis des formations complémentaires tout au long de l'année.

Tous les salariés sont aussi sensibilisés aux produits avec environ une trentaine de démonstrations des évolutions de produits présentées à toute la société. Le lancement de l'école Stage 301, permet aussi à certains salariés de pouvoir eux-mêmes se former au métier du numérique et du digital.

BRANCHE SPORTS & CULTURE

Chez OC Sport des actions de formation sont mises en œuvre afin de répondre aux besoins des collaborateurs. En 2018, les collaborateurs ont bénéficié d'une formation sur la gestion de crise, un enjeu spécifique à leur métier, leur permettant de pouvoir agir et réagir de manière adaptée lors des événements tandis qu'en

2020 les collaborateurs ont bénéficié de formations liées au bien-être au travail et à des coachings individuels et d'équipe. En 2022, ces actions se sont poursuivies avec la participation à des formations spécifiques en ligne et des Webinar relatifs à l'évolution des métiers au sein de l'événementiel sportif.



Indicateurs de performance

Objectifs : permettre à au moins 50 % des effectifs de bénéficier d'actions de formations chaque année

La formation de nos collaborateurs est fondamentale pour le Groupe. Les compétences ajournées et développées de nos salariés nous permettront de nous adapter aux évolutions de nos différents sec-

teurs. Nous avons considéré qu'il nous apparaissait fondamental qu'au moins 50 % de nos effectifs bénéficient chaque année de formation et que cet objectif soit tenu jusqu'en 2023.

	MÉDIAS & COMMUNICATION	EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION	SPORTS & CULTURE
2022	52 % de salariés formés	18 % de salariés formés	11 % de salariés formés*
2021	53 % de salariés formés	16 % de salariés formés	46 % de salariés formés

Les politiques de formation des filiales de la branche OC Sport sont spécifiques. Celles-ci se situant en partie à l'étranger, les pratiques ne sont pas comparables aux politiques et suivi de la formation en France. Toutefois, la direction favorise la formation de ses collaborateurs pour contribuer proactivement au développement de ses salariés. Il en ressort de ces données qu'au cumul global groupe, l'objectif des 50 % de salariés formés n'est pas atteint. Cet objectif est ambitieux et devra être affiné pour coller aux besoins du groupe et des salariés. En 2022, le nombre de personnes

formées a connu une baisse par rapport à 2021. Cela s'explique par plusieurs facteurs. Dans la branche Sports & Culture, l'année 2022 était une année Route du Rhum où les salariés se sont concentrés sur la réalisation des événements de l'année. Chez Hellowork, les montants investis étaient stables par rapport à 2021, mais le nombre de salariés formés en légère baisse. A noter également, un ajustement méthodologique qui oriente à la baisse les taux (historiquement, taux calculé par rapport aux ETP et non sur le nombre de salariés avec plus de deux mois d'ancienneté).

05



7 ÉNERGIE PROPRE
ET D'UN COÛT
ABORDABLE



LES PRINCIPAUX ENJEUX ENVI- RONNEMENTAUX

13 MESURES RELATIVES
À LA LUTTE CONTRE
LES CHANGEMENTS
CLIMATIQUES



12 CONSOMMATION
ET PRODUCTION
RESPONSABLES



LUTTE CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

Le contexte

Il est primordial de lutter contre le changement climatique en réduisant l'intensité carbone des activités du Groupe. Cela passe par des actions de réduction de l'intensité carbone des activités et de sensibilisation des salariés, parties prenantes, spectateurs et participants aux événements du Groupe.

BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION



Le Télégramme a récemment obtenu la labellisation RSE "Positive Workplace" (PwP), qui vise à évaluer la maturité des actions RSE en interne, et vis-à-vis de ses parties prenantes.

Parmi les points forts identifiés par cette labellisation au sein du Télégramme figurent la bonne compréhension des risques RSE liés à l'activité de l'entreprise, la éco-conception de ses produits et services, ainsi qu'une excellente relation avec ses partenaires.

Toutefois, nous avons identifié des axes de travail sur toutes les thématiques RSE et en particulier environnementales, sur lesquelles nous allons accentuer nos efforts. La réalisation d'un Bilan Carbone Groupe sur l'angle des émissions de gaz à effet de serre en est une étape majeure, pour cibler nos actions et engager nos salariés.



BRANCHE EMPLOI RECRUTEMENT & FORMATION

Hellowork poursuit sa réflexion sur sa politique RSE. Cela se traduit par la mise en place d'actions afin de réduire les émissions sur chacune des facettes d'émissions identifiées (Transports professionnels, trajets domicile-travail, notifications et mails, Serveurs et équipements, Énergie et déchets) avec un objectif de réduction de 10% sur l'année 2023. Cette démarche va se poursuivre et se renforcer dans les années à venir.



BRANCHE SPORTS & CULTURE

La voile, le vélo et la course à pied étant des sports tournés vers la nature, les aspects liés au changement climatique et à la préservation de la planète sont intégrés, inévitablement, dans l'organisation des événements. Une rubrique dédiée au sujet est d'ailleurs disponible sur les réseaux officiels d'OC Sport. Par ailleurs, sur les événements de courses, l'utilisation de modes de transport alternatifs est encouragée auprès des coureurs et des bénévoles par la distribution gratuite de bons de transport en Suisse.

Notre engagement s'est renforcé à partir de 2018, pour les 40 ans de La Route du Rhum Destination Guadeloupe, événement majeur du calendrier sportif

français et mondial avec près de 2 millions de spectateurs. Il a été décidé de réaliser un bilan carbone afin d'évaluer l'impact environnemental de l'événement dans son ensemble (village en métropole et en Guadeloupe, organisateurs, skippers, transports...). Ce bilan a permis de nourrir une réflexion sur les pistes de réduction possibles des émissions de CO₂ afin de réduire l'impact environnemental des courses.

Cet engagement a perduré depuis, avec l'analyse des événements ayant eu lieu en 2021 et 2022, par un responsable RSE propre à OC Sport. Le bilan carbone de ces événements nous a permis d'identifier les axes d'amélioration sur nos événements. Cette stratégie va perdurer et se renforcer dans le futur.

Indicateurs de performance

Objectifs : maintenir un niveau de consommation énergétique (KwH) compris entre +/-5 % par rapport à l'année précédente.

La consommation énergétique ne peut pas être dissociée de l'activité économique d'une entreprise. Nous nous attachons à limiter notre consommation énergétique à un niveau responsable et efficient pour le Groupe. Toutefois, du fait de l'évolution économique de nos activités et de leurs dépendances aux conditions météorolo-

giques ou sanitaires extérieures, nous retenons un objectif de fluctuation limité (+/-5 %) par rapport à la consommation de l'année précédente.

Nous avons exclu l'Évènementiel, du fait de la magnitude des activités et de la nature des consommations (estimé < 5 % du total groupe).

	MÉDIAS & COMMUNICATION	EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION
2022	Gaz : 604 MWh PCS Électricité : 3 080 MWh Bois : 1 249 MWh (soit -8 % vs 2021 au global)	Consommation électricité : 212 MWh ; -15% vs 2021
2021	Gaz : 1 825 MWh PCS Électricité : 3 142 MWh Bois : 424 MWh (soit + 8 % vs 2020 au global)	Consommation électricité : 248 MWh ; + 52 % vs 2020 (+ 15 % sans croissance externe)

L'année 2022, sera marquée par la mise en place du premier Bilan Carbone complet (Scopes 1, 2 et 3) du Groupe Télégramme. Nous sommes actuellement en finalisation de collecte des éléments relatifs aux consommations énergétiques. De fait, nous n'avons pas une complète exhaustivité pour toutes les entités de la branche, mais nous l'aurons à partir des mois à venir.

La mise en place du décret tertiaire va également nous amener à travailler sur l'efficacité de nos dépenses énergétiques* pour atteindre les objectifs de réductions attendus à horizon 2030.

* La consommation énergétique n'est analysée qu'au niveau de la société Télégramme et de ses antennes de rédactions qui composent l'essentiel des effectifs et des localisations de la branche Médias & Communication

MAÎTRISE DES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DES ACTIVITÉS

Le contexte

Autant dans les activités de médias que dans les événements sportifs, les gestes écocitoyens sont favorisés pour réduire l'impact environnemental. Ces efforts portent principalement sur la réduction

de la consommation et le recyclage du papier à travers les impressions de journaux et magazines ainsi que sur la gestion des transports et déchets lors des événements sportifs.

Actions menées

BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

Afin d'assurer une gestion responsable des ressources de papier, chaque année, environ plus de 1 600 tonnes de journaux usagés sont envoyées à l'usine Cellaouate, où ils sont transformés en ouate de cellulose, un matériau isolant qui pourra ensuite être réutilisé dans le secteur de la construction. Les papiers usagés (bureautique, documents...) du siège de Télégramme à Morlaix, sont triés par l'association d'insertion par le travail « Les Genêts d'Or », puis alimentent également l'usine. Le partenariat avec Cellaouate permet au Télégramme de lui fournir plus de 80 % de sa consommation de papier journal. Il s'agit d'un bon exemple des bienfaits d'une économie circulaire avec des impacts positifs écologiquement, socialement, économiquement et localement.

Papier recyclé

Le journal Le Télégramme est fabriqué à partir de papier recyclé à 70 % minimum, la fibre de cellulose composant le papier pouvant être recyclée jusqu'à six fois.

Certification PEFC & CITEO

De plus, en France et en Europe, le bois servant à fabriquer le papier est issu de forêts gérées durablement, qui peuvent être labellisées PEFC ou FSC. Le projet de certification PEFC - Programme for Endorsement of Forest Certification Schemes, a été validé en mai 2020 pour certifier le journal le Télégramme jusqu'en mai 2024.

Le Télégramme répond aux exigences de l'organisme CITEO. Afin d'améliorer l'empreinte carbone du journal, ce label de qualité impose de s'approvisionner en papier au plus près de l'imprimerie et de recycler les invendus. À cet engagement, s'ajoute une démarche indépendante menée par l'entreprise.



Donnons ensemble une nouvelle vie à nos produits.





Limitation déchets

La direction du journal s'efforce de produire un juste nombre d'exemplaires pour limiter le nombre d'invendus, cela passe donc par une analyse fine des prévisions de ventes.

Par ailleurs, 100 % des plaques en aluminium utilisées pour l'impression du journal sont recyclées. De plus, l'évolution des techniques d'impression a permis de réduire les consommations de produits comme l'encre. Ainsi, sur un journal de 48 pages, seulement deux grammes d'encre sont consommés pour imprimer la totalité du journal.

Nouvelle Rotative

L'année 2022 est clef dans l'activité du Journal, puisqu'elle marque l'aboutissement d'un projet de plusieurs années. En effet, dans un contexte chahuté pour notre activité, nous avons investi dans un nouvel outil de production qui va nous permettre d'accompagner notre activité. Cet investissement va être un levier d'efficacité opérationnel et environnemental, car moins gourmand en matières premières (gâche papier, plaque aluminium...), plus efficace en remplaçant nos 2 anciennes rotatives par une seule désormais et l'arrêt de la chime par le changement d'outil d'impression. Enfin ce projet est optimisé, en permettant notamment la réutilisation de l'énergie produite vers le système de chauffage.

- CITEO : entreprise privée, née en 2017, chargée du recyclage des emballages ménagers et papiers graphiques. L'activité de CITEO est réglementée par un agrément d'Etat pour une durée de 5 ans.

BRANCHE EMPLOI RECRUTEMENT & FORMATION

Les actions principales ont été prises avec la sensibilisation aux éco gestes auprès des collaborateurs. En 2022, les groupes de travaux initiés sur la base des travaux du bilan carbone d'Hellowork, ont également permis d'engager les salariés pour travailler sur les impacts hors carbone en revoyant certains manières de faire : circuit de tri des déchets plus poussé, réduction du nombre de copieurs, séminaires annuels plus éco-conçus ou encore allongement de la durée de vie du parc informatique.



Nous travaillons également sur ce dernier point avec un partenaire pour le reconditionnement depuis plusieurs années pour le matériel en fin de vie. Les gobelets jetables ont été supprimés dans les locaux d'Hellowork. Ont été mis en place également le tri papier avec la feuille d'érable et le tri des emballages, optimisation des serveurs virtuels pour une moindre consommation d'énergie, la diminution des trajets domicile travail des salariés avec la mise en place de 2 jours de télétravail par semaine.

BRANCHE SPORTS & CULTURE

Dans le cadre de l'organisation des événements sportifs, les pratiques visant à limiter notre impact environnemental sont également mises en œuvre. Ainsi, sur le Marathon de Genève, un partenariat a été noué avec les Services Genevois (SIG) pour éliminer les bouteilles et encourager la consommation d'eau du robinet. Pour les événements de voile, le recours aux gobelets réutilisables est systématisé (gobelets lavés 4 fois en moyenne sur la Route du Rhum - Destination Guadeloupe 2022). Depuis 2020, les événements nautiques que nous réalisons, font l'objet d'une démarche de quantification des émissions carbone, préalable à la mise en place d'actions de sensibilisation et de changement des pratiques des parties prenantes. Afin de sensibiliser les spectateurs et les participants, plusieurs partenariats ont également été développés avec :

- **Surfrider Foundation Europe**, lors de 4 opérations de ramassage de déchets organisée à Saint-Malo et en Guadeloupe ;
- **Batmaid**, pour assurer le recyclage des déchets ;
- **Aremacs**, pour améliorer le tri des déchets

- **Bilifou Bilifou**, association africaine à laquelle sont donnés les stocks de produits (provenant des collectes organisées sur le village du marathon ou des surplus).



Indicateurs de performance

Objectifs médias : maintenir au moins 70 % de papier recyclé pour la production du journal.

La maîtrise des impacts environnementaux est un enjeu fort pour le Télégramme en particulier, avec la production d'un journal papier en grande quantité, nécessitant la consommation de papier, consommables, énergies en grande quantité. Toutefois comme expliqué plus haut, le cycle de production est suivi avec des actions de recyclage, réutilisation et gestion des déchets. Nous tenons particu-

lièrement à tenir l'objectif de 70 % de taux de papier recyclé dans le journal Télégramme, condition sine qua non pour la réalisation d'un journal au standard PEFC et CITEO.

Nous avons exclu l'événementiel et Hellowork, pour lesquels nous n'avons pas d'outils/indicateurs permettant de déterminer un ICP.

MÉDIAS & COMMUNICATION

2022 70 % minimum de fibres recyclées utilisées dans le journal Le Télégramme

2021 70 % minimum de fibres recyclées utilisées dans le journal Le Télégramme

L'objectif des 70 % de papier recyclé dans le journal a été atteint chaque année, depuis la mise en place de cette exigence, grâce à des partenariats forts noués avec des acteurs français et internationaux. Nous maintiendrons nos efforts dans les années à venir pour que ce seuil soit toujours atteint.

CONCLUSION

Ce document a été rédigé en concertation avec les différentes branches d'activités du Groupe Télégramme afin de valoriser les actions menées en interne et en externe, dans un contexte 2022 marqué par une pression très forte sur le marché de la presse liée à la baisse structurelle de ses deux principales sources de revenus: la vente de journaux et la publicité. A cela s'est ajouté début 2022 l'impact économique de la crise Ukrainienne, générant sur l'ensemble de ses activités une hausse massive et brutale des prix du papier et des carburants.

Malgré l'incertitude persistante dans l'évolution de la situation économique et sociale, le Groupe Télégramme continue ses actions au service de ses parties prenantes. L'année 2023 sera donc également une année particulière, mais qui n'empêchera pas le Groupe de s'adapter et de grandir. Cette agilité se traduit ainsi par une capacité d'investissement et d'action intacte au niveau des branches du groupe, avec notamment le recrutement de nouvelles compétences clés dans chacune de ses activités.

Ainsi, de nouveaux formats et de nouveaux canaux de communications sont activés par la branche Médias & Communication. La branche Emploi, Recrutement & Formation via Hellowork et ses différentes marques, renforce ses actions en faveur des recruteurs, étudiants, demandeurs d'emplois et de la formations. Enfin, la branche Sports & Culture continue à innover pour concevoir et délivrer des événements sportifs uniques (Transat en Double, Solitaire du Figaro, Route du Rhum Destination Guadeloupe, Arkéa Ultim Challenge Brest...).

Tous ces efforts sont mis en adéquation avec les ambitions renforcées sur le plan de la durabilité (RSE). Nous accélérons notre démarche enclenchée depuis plusieurs années.