



groupe  
**Télégramme**

**RPEF 2025  
REPORTING  
DES PERFORMANCES  
EXTRA-FINANCIÈRES**

Année  
2025



REPORTING  
EXTRA-FINANCIER



# Sommaire

P4	●	<b>PRÉAMBULE</b>
P5	●	<b>FAVORISER LA VIE EN SOCIÉTÉ</b>
P6	●	<b>PRÉSENTATION DU GROUPE ET DES MODÈLES D’AFFAIRES</b>
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	●	<b>LES PRINCIPAUX ENJEUX EXTRA-FINANCIERS</b>
P26	●	<b>NOTRE CONTRIBUTION À LA SOCIÉTÉ</b>
P27	●	<b>Engagement dans la vie des territoires</b>
	●	Contexte / Actions menées / Indicateurs de performance
P32	●	<b>Innovation dans les offres et satisfaction client</b>
	●	Contexte / Actions menées / Indicateurs de performance
P38	●	<b>LES PRINCIPAUX ENJEUX SOCIAUX</b>
P39	●	<b>Effectifs et recrutement</b>
	●	Contexte / Actions menées / Indicateurs de performance
P41	●	<b>Formation et développement des compétences</b>
	●	Contexte / Actions menées / Indicateurs de performance
P42	●	<b>Santé, sécurité et conditions de travail</b>
	●	Contexte / Actions menées / Indicateurs de performance
P43	●	<b>Égalité professionnelle et inclusion</b>
	●	Contexte / Actions menées / Indicateurs de performance
P45	●	<b>Dialogue social et relations collectives</b>
	●	Contexte / Actions menées / Indicateurs de performance
P46	●	<b>LES PRINCIPAUX ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX</b>
P47	●	<b>La lutte contre le changement climatique</b>
	●	Contexte / Actions menées / Indicateurs de performance
P49	●	<b>La maîtrise des impacts environnementaux des activités</b>
	●	Contexte / Actions menées / Indicateurs de performance
P54	●	<b>GOUVERNANCE D’ENTREPRISE</b>
P57	●	<b>CONCLUSION</b>

# PRÉAMBULE

**Vous trouverez dans ce rapport la présentation des activités du Groupe Télégramme ainsi que des actions menées pour améliorer les conditions de travail de ses salariés, maîtriser les impacts environnementaux de ses activités et contribuer positivement à son territoire.**

Dans le contexte de l'évolution du cadre réglementaire, la DPEF s'intitule désormais Reporting des Performances Extra-Financières (RPEF). Cette démarche s'appuie sur les travaux réalisés les années précédentes et sur le référentiel VSME (Voluntary Sustainability Reporting Standard for SMEs), publié par l'EFRAG et recommandé par la Commission européenne en 2025, sans pour autant s'y revendiquer formellement à ce stade.

**Le périmètre du Groupe présenté dans ce rapport prend en compte les entités faisant l'objet d'un contrôle exclusif ou conjoint.** Pour des raisons d'homogénéité et de fiabilité de la donnée, les entités acquises au cours de l'exercice 2025 n'ont pas été intégrées à ce rapport, ce qui concerne principalement C2G au sein de la branche Sports & Culture. RIVACOM (branche Médias & Communication) et OC Sport Suisse (branche Sports & Culture), présentes dans le périmètre 2024, ont été maintenues dans ce reporting sur les seuls indicateurs d'effectifs (ETP et recrutements CDI). Les autres indicateurs les concernant seront intégrés à compter du prochain exercice.

Par ailleurs, certains champs d'action ne sont pas applicables au Groupe Télégramme au regard de la nature de ses activités, notamment les actions de lutte contre le gaspillage alimentaire, le respect du bien-être animal, l'alimentation responsable, équitable et durable, la précarité alimentaire, ainsi que le lien Nation-armée et le soutien à l'engagement dans les réserves.

Les indicateurs extra-financiers présentés dans ce rapport sont calculés conformément à la note méthodologique établie par la Direction RSE, qui détaille pour chaque indicateur le périmètre couvert, la définition retenue, la source de la donnée et la méthode de calcul. Ce document est disponible auprès de la Direction RSE du Groupe Télégramme.

Ce reporting a vocation à continuer de s'enrichir et de se structurer dans les années à venir, dans une logique de transparence, de cohérence et de pilotage des impacts.



# FAVORISER LA VIE EN SOCIÉTÉ

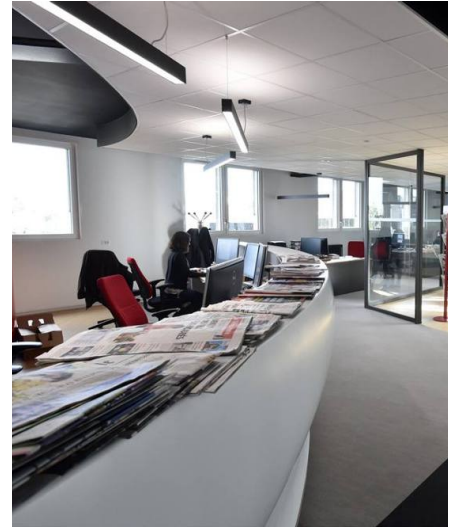
« Les activités du Groupe Télégramme touchent la vie quotidienne de nos concitoyens. Par ses médias, il contribue à la qualité du débat public et à la vitalité démocratique des territoires. Par ses plateformes d'emploi et de formation, il accompagne chaque jour des milliers de personnes dans leurs parcours professionnels. Par ses événements sportifs, il crée des moments de dépassement de soi et de lien social.

Cette diversité le place au cœur de transformations profondes : transformation des modèles médiatiques, mutation des marchés du travail, transition environnementale dans l'événementiel. Ces évolutions sont à la fois des défis et des opportunités. La conviction du Groupe Télégramme est qu'il faut les anticiper et les intégrer à sa stratégie, plutôt que de les subir.

Ce reporting met en avant les principaux indicateurs et actions déployés au sein du Groupe Télégramme. Il illustre l'engagement quotidien de ses équipes, en lien avec l'ensemble de ses parties prenantes : lecteurs, candidats, sportifs, partenaires et territoires qui lui font confiance depuis plus de 80 ans. »

*Édouard Coudurier, Président du Groupe Télégramme*

# 01



## PRÉSENTATION DU GROUPE ET DES MODÈLES D'AFFAIRES

8 TRAVAIL DÉCENT  
ET CROISSANCE  
ÉCONOMIQUE



9 INDUSTRIE,  
INNOVATION ET  
INFRASTRUCTURE



# GROUPE TÉLÉGRAMME : INDÉPENDANT ET INNOVANT

Indépendant, le Groupe Télégramme s'appuie sur le quotidien Le Télégramme créé en 1944, 2<sup>e</sup> quotidien régional français en termes de diffusion papier (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. En 2024, Le Télégramme a célébré ses 80 ans, poursuivant ainsi son ancrage dans le paysage médiatique breton. Le Télégramme touche aujourd'hui plus de 837 000 lecteurs et internautes chaque jour (527 000 par le journal papier, 310 000 sur le web) et atteint 24 % de la population sur son territoire. 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 :**

**Branche Médias & Communication :** Délivrer au quotidien une information de qualité, assurée par des professionnels de terrain, proche des préoccupations des citoyens.

**Branche Emploi, Recrutement & Formation :** Accompagner les actifs dans leur vie professionnelle (nouvel emploi, projet de formation ou de mobilité) et les recruteurs, employeurs, centres de formation et écoles sur leurs enjeux RH, de recrutement et de formation.

**Branche Évènementielle:** Imaginer et développer des expériences sportives et culturelles uniques, tout en conduisant le changement vers un avenir moins carboné.

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 de surveillance** valide la stratégie des branches, mise en œuvre par la direction générale via les comités stratégiques et les organes de gouvernance de chaque branche. Des groupes de travail transversaux réunissent les compétences et expertises du Groupe sur des sujets communs.

Depuis 2022, un **Comité Impact RSE Groupe**, constitué des dirigeants et représentants des trois branches, se réunit deux fois par an pour partager les avancées, piloter les chantiers communs et faire remonter les initiatives de terrain. Depuis 2023, un Chargé de mission RSE coordonne les initiatives extra-financières à l'échelle du Groupe, en lien avec les référents de chaque branche.

## LES CHIFFRES DU GROUPE TÉLÉGRAMME



**1327**  
collaborateurs



Une présence  
à l'international



**264 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. Au centre de chaque schéma se trouve la présentation synthétique de l'activité de la branche. La colonne de gauche détaille les tendances de fond et les ressources avec lesquelles la branche doit composer ; la colonne de droite présente les impacts qui résultent de cette activité, qu'ils soient économiques, sociaux ou environnementaux.



**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



**2 MAGAZINES**

**1 QUOTIDIEN PAYANT**

19 éditions dans 3 départements + 1 édition numérique  
+ 16 000 lecteurs par numéro

**2 CHÂÎNES DE TÉLÉVISION**

382.500 téléspectateurs au global

**1 RÉGIE  
publicitaire**

## EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION

Hellowork group

Premier acteur français de l'emploi,  
du recrutement et de la formation

**hellowork**  
group



**8 000**

candidats recrutés par jour

**+ DE 10 MILLIONS**

d'offres d'emploi diffusées chaque année

**+ DE 80 000 PROFESSIONNELS**

(recruteurs, dirigeants,...) ont utilisé les solutions du groupe  
Hellowork en 2025

**+ DE 125 MILLIONS DE MISES EN RELATION**

entre des particuliers et des professionnels sur l'ensemble des  
activités en 2025

**+ DE 900 000 OFFRES DE FORMATIONS**

initiales ou professionnelles

## SPORTS & CULTURE

Évènements sportifs 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**



**19 ÉVÉNEMENTS SPORTIFS**

**220 JOURS DE COMPÉTITION**

**+ DE 115 000 PARTICIPANTS**

aux épreuves OC Sport en 2025

**96%**

des participants satisfaits sur les évènements



# #1. LA BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

**La branche Médias & Communication, dont le siège social se trouve à Morlaix, rassemble le quotidien imprimé Le Télégramme avec 19 éditions sur trois départements bretons et une édition numérique, deux magazines et diverses publications.**

Le Groupe est également présent dans l'audiovisuel régional via les chaînes TNT Tébéo et Tébésud, qui couvrent respectivement le Finistère et le Bretagne Sud, avec 382 500 téléspectateurs hebdomadaires (source : ACPM 2025). La gestion des espaces publicitaires est internalisée via la régie Viamédia, qui défend auprès des annonceurs l'importance de relocaliser une partie des investissements publicitaires vers les médias locaux, dans un contexte de concurrence mondiale des grandes plateformes numériques.

Avec 616 000 lecteurs par numéro au second semestre 2025 (source : ACPM OneNext), Le Télégramme confirme sa position de premier quotidien dans les Côtes-d'Armor, le Finistère et le Morbihan. Letelegramme.fr figure parmi les 25 premiers sites d'information en France, avec plus de 200 millions de pages vues par mois (source : ACPM, avril 2026).

Le secteur de la presse connaît une profonde mutation. Le Télégramme s'est transformé progressivement en entreprise d'information multimédia, en développant ses offres web et mobile, tout en renforçant son maillage territorial à travers le projet Locales 2025, et en accompagnant ses équipes dans l'intégration responsable de l'intelligence artificielle comme outil d'assistance volontaire au travail journalistique.

# Modèle d'affaires de la branche Médias & Communication

## TENDANCES

### Enjeux environnementaux

- Réduction des émissions carbone liées à l'impression et à la logistique
- Recyclage des invendus et gestion des déchets (papier, encres)
- Optimisation des consommations énergétiques tertiaires et industrielles

### Enjeux sociétaux

- Bouleversement des modes de consommation de l'information
- Multiplication et digitalisation des canaux de diffusion
- Marché publicitaire capté par les plateformes numériques / GAFAM
- Montée des enjeux de désinformation et d'éthique journalistique

### Risques

- Inflation sur le marché des matières premières (papier, énergie)
- Accélération de la fragmentation des modes de s'informer

## RESSOURCES

### Capital humain

<b>635</b>	ETP (CDI au 31/12/2025)
<b>257</b>	journalistes
<b>48 %</b>	des salariés Le Télégramme ayant suivi une formation en 2025

### Capital financier

- Gouvernance stable et indépendante
- Structure financière solide avec peu d'endettement
- Réinvestissements réguliers soutenant la stratégie de la branche (rotative Manroland 2022, projets immobiliers à Brest et Lorient)

### Capital intellectuel

- Connaissance terrain et lectorat affinée d'année en année
- Leadership éditorial régional confirmé : 1er quotidien de sa zone de diffusion

## 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)

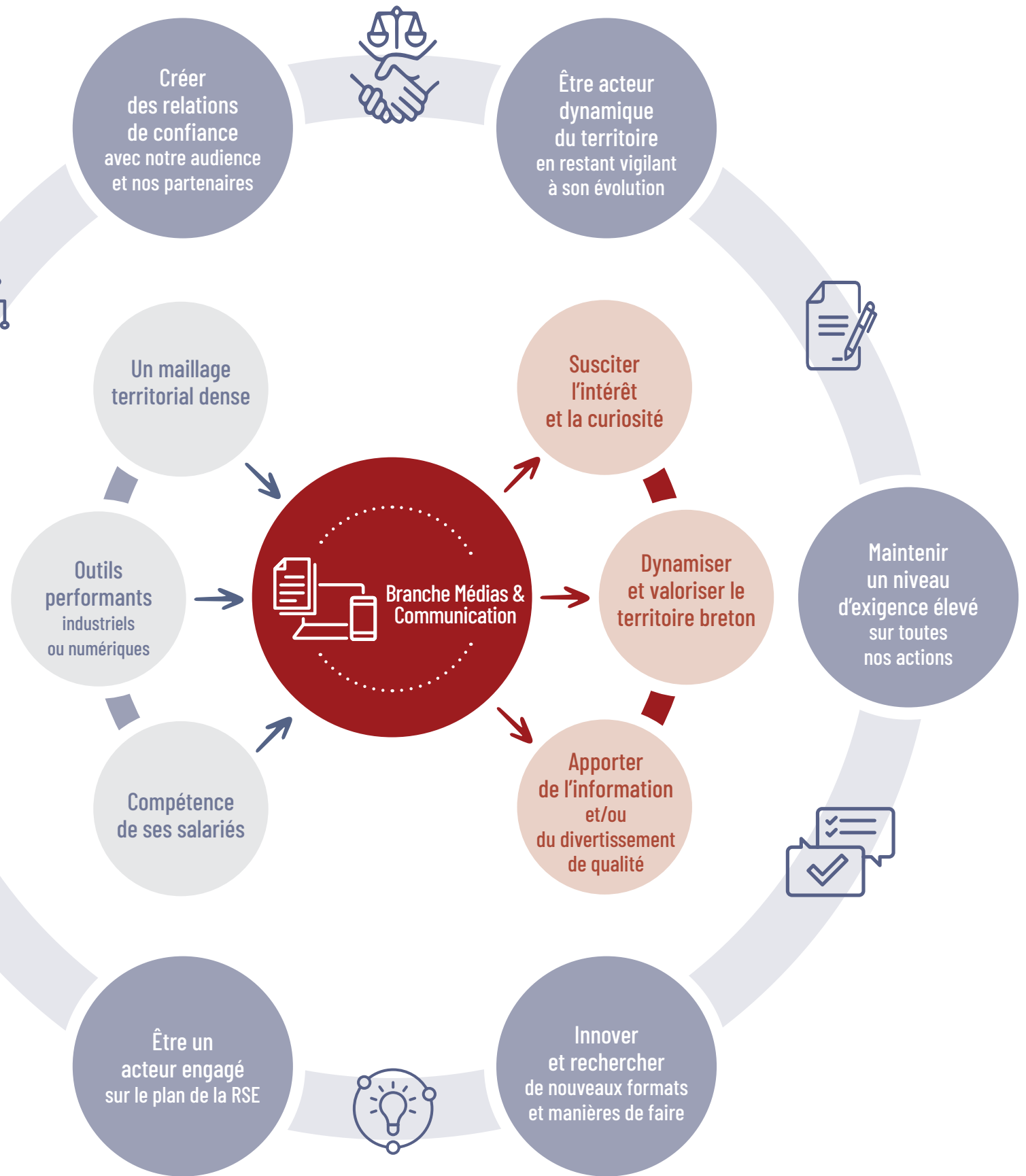
### Capital intellectuel

- Connaissance terrain et lectorat affinée d'année en année



Notre  
stratégie







## #2. LA BRANCHE EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION

**Les activités de la branche Emploi, Recrutement & Formation sont représentées par Hellowork group, détenu à 100 % par le Groupe Télégramme.**

Hellowork group à travers ses différentes solutions, accompagne les actifs tout au long de leur vie professionnelle et les entreprises, cabinets de recrutement, ETT sur leurs enjeux RH et recrutement et les centres de formation et écoles sur la valorisation de leurs offres de formation.

**Ces services sont proposés via :**

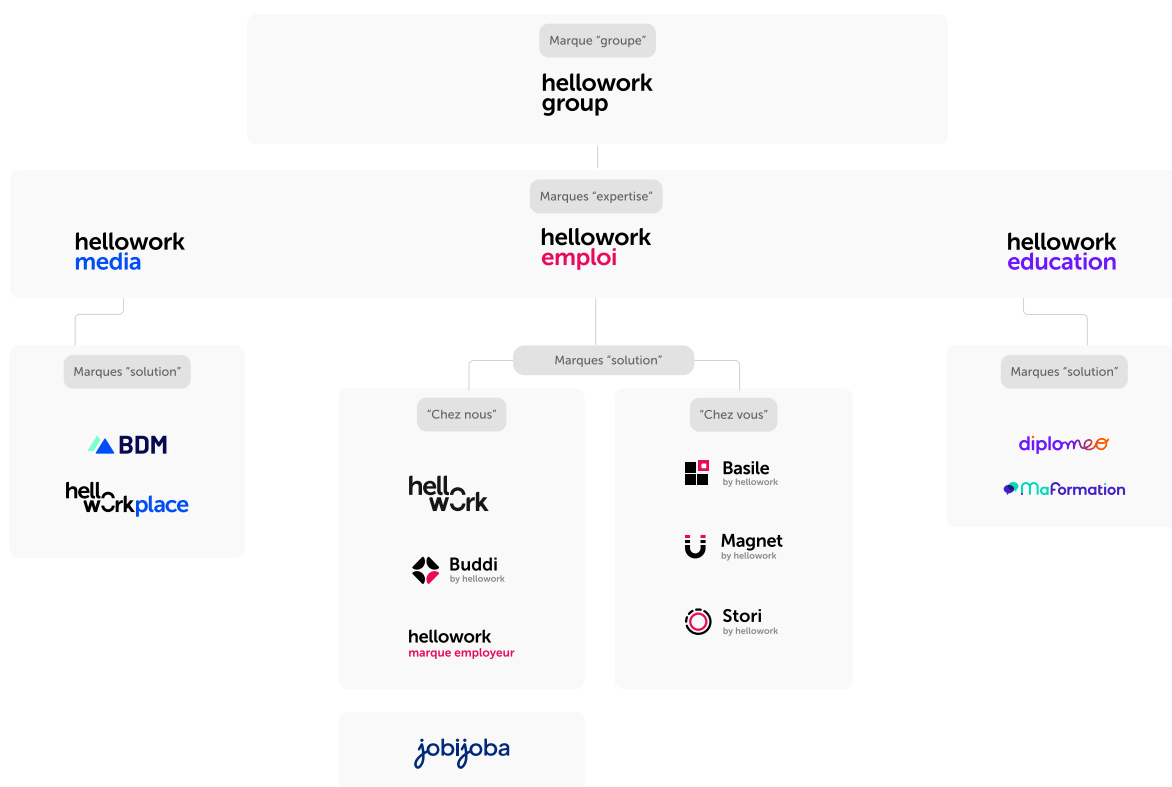
- **HELLOWORK EMPLOI** : regroupant les plateformes de mise en relation entre candidats et recruteurs, dont Hellowork.com et Jobijoba, ainsi qu'un ensemble de solutions logicielles et data (notamment Magnet, Nineteen ou Stori) permettant aux entreprises d'optimiser leurs stratégies de sourcing, de diffusion d'offres et de gestion des candidatures

- **HELLOWORK EDUCATION** : en accompagnant les actifs dans leurs parcours d'orientation et de formation via MaFormation et Diplomeo, en facilitant l'accès à l'information, la mise en relation avec les organismes de formation et la prise de décision tout au long de la vie professionnelle

- **HELLOWORK MEDIA** : s'adresse aux professionnels du digital, du marketing avec le BDM (Blog du Modérateur) et aux professionnels des ressources humaines avec Helloworkplace, en produisant des contenus éditoriaux, études et outils de veille.

Hellowork group opère sur un marché concurrentiel, tiré par l'innovation et la puissance des marques, dont les principaux acteurs sont internationaux, comme LinkedIn et Indeed sur le marché de l'emploi, Google ou Meta sur le marché de l'éducation.

L'activité est également impactée par les fluctuations macroéconomiques et leurs conséquences sur les marchés de l'emploi, de l'orientation et de la formation. L'offre se développe à travers une suite d'outils et de solutions technologiques en mode SaaS dédiées aux recruteurs, intégrant les dernières avancées en matière d'intelligence artificielle pour optimiser les processus de recrutement.



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

## TENDANCES

### Enjeux environnementaux

- Réduction de l'empreinte carbone liée aux déplacements domicile-travail
- Démarche Green IT, optimisation de la durée de vie des matériels informatiques

### Enjeux sociétaux

- Multiplication des expériences durant une même carrière professionnelle
- Turn-over croissant dans les organisations
- Dynamique forte de la formation et de la reconversion professionnelle
- Transparence salariale comme nouveau standard du marché de l'emploi

### Risques

- Conjoncture économique : activités emploi et formation fortement couplées aux cycles macroéconomiques
- Contraintes légales et politiques autour de la formation
- Concurrence accrue des acteurs internationaux (Indeed, LinkedIn)

## RESSOURCES

### Capital humain

**562** salariés en CDI ETP  
implantés dans 6 villes en France

### Capital financier

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

### Capital intellectuel

- Plus de 100 ressources dédiées au développement numérique
- 25 ans d'expertise sur les marchés de l'emploi et de la formation

## IMPACTS

### Capital humain

- Conditions de travail et modèle social attractif
- Participation des salariés aux résultats

### Capital financier

- Croissance autofinancée
- Agilité et performance de la structure

### Capital sociétal et environnemental

- Stratégie RSE déployée avec objectifs de réduction carbone
- Soutien accru à des acteurs locaux et de l'ESS
- 150 000 euros de dons associatifs en 2025

### Capital intellectuel

**1<sup>er</sup>** Acteur digital français de la mise en relation dans les domaines de l'emploi, du recrutement et de la formation



Notre stratégie







## #3. LA BRANCHE SPORTS & CULTURE

Le Groupe Télégramme s'est développé dans la création et l'organisation d'événements sportifs à travers l'acquisition de plusieurs structures complémentaires : **Pen Duick** (entrée dans le Groupe en 2004), **OC Sport** (2014), acteur international opérant dans la voile et les courses outdoor, **Sport Ouest Organisation** et **Iconic Organisation**, organisateurs d'événements sportifs dans les Pays de la Loire.

**La branche s'organise autour de deux pôles d'activité :**

- **OC Sport Pen Duick**, spécialisée dans la course au large : Route du Rhum - Destination Guadeloupe, Arkea Ultim Challenge - Brest, La Solitaire du Figaro Paprec, The Transat CIC, Transat Paprec, Tour de Belle-Île.
- **OC Sport Outdoor**, organisatrice d'épreuves de

masses comme le running, triathlon et cyclisme en France et en Suisse : Generali Genève Marathon, Abalone Marathon de Nantes, Marathon International de la Côte d'Amour Amarris, Balexert 20km de Genève, Run Mate by Core Lean Lac Léman, Run24, Genève Triathlon, Triathlon d'Évian, 24H Vélo.

Au total, plus d'une quinzaine d'événements par an, pour plus de 220 jours de compétition, dans des environnements naturels d'exception.

# Modèle d'affaires de la branche Sports & Culture

## TENDANCES

### Enjeux environnementaux

- Réduction des émissions carbone des événements
- Éco-conception des événements et réduction des déchets
- Contribution carbone locale via l'agriculture régénératrice

### Enjeux sociétaux

- Favoriser l'accessibilité à tous des activités sportives
- Lutte contre la sédentarité
- Promotion de la mixité dans le sport

### Risques

- Contraintes légales : sécurité, sanitaires, environnementales
- Retournement économique remettant en cause les dépenses expérientielles

## RESSOURCES

### Capital humain

~40 salariés répartis sur 2 pays (France, Suisse)

### Capital financier

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

### Capital intellectuel

- Expérience sur des centaines d'événements sportifs
- Méthodologie carbone développée avec Carbone 4 depuis 2022

### Capital sociétal et environnemental

- Programme RSE «Beyond Sport, for Nature»
- Empreinte carbone systématique sur chaque événement

## IMPACTS

### Capital humain

- Modes de travail agiles, organisation en mode projet
- Accès rapide aux responsabilités

### Capital financier

- Événements qui autofinancent le développement de l'activité

### Capital sociétal et environnemental

- Objectifs chiffrés de réduction des GES sur la base des empreintes carbone
- Taux moyen de recommandation de +90 % sur les événements outdoor
- Partenariats avec fondations et sensibilisations sur les villages d'événements



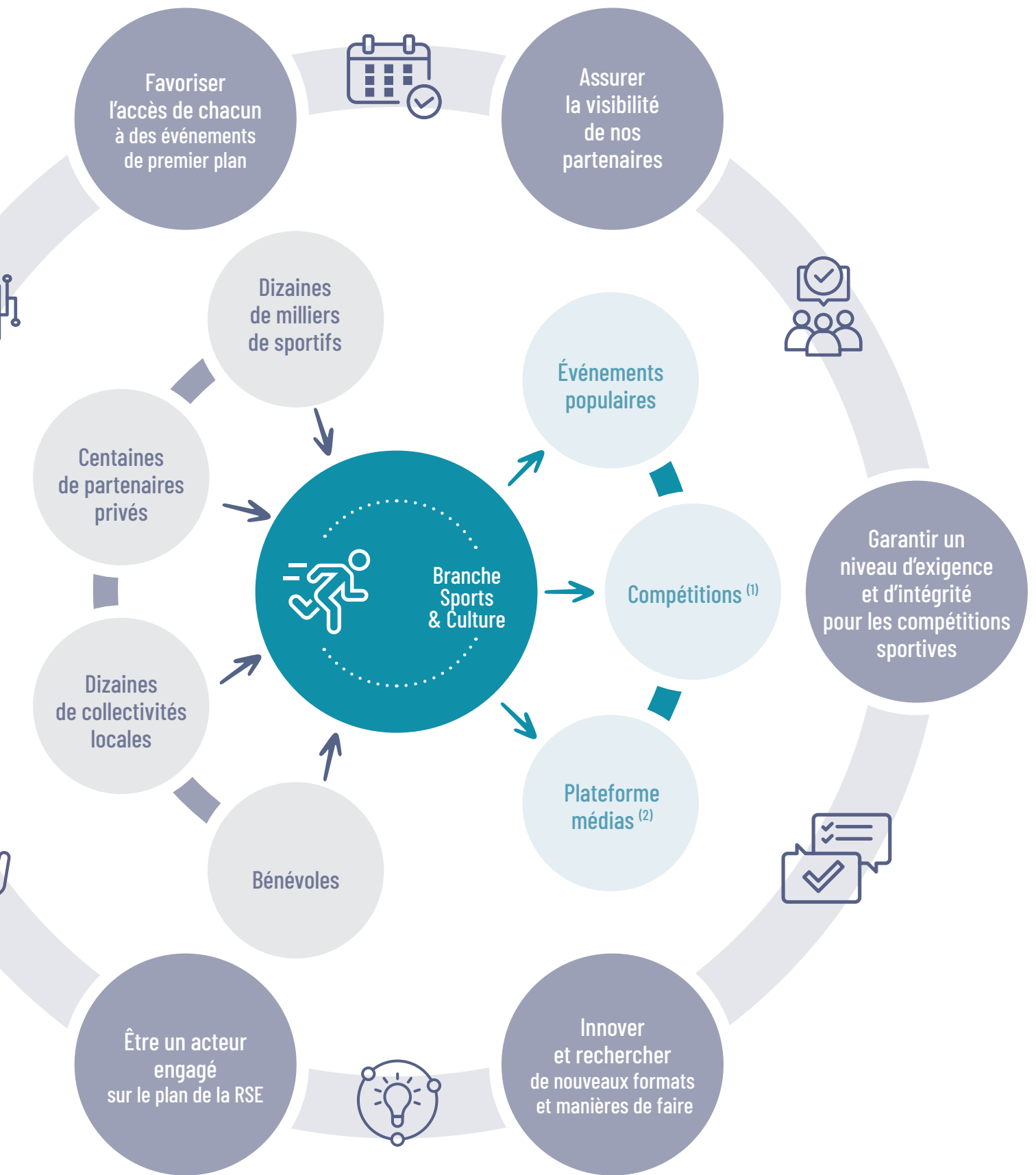
(1) Concertations classes/participants

Organisation des parcours

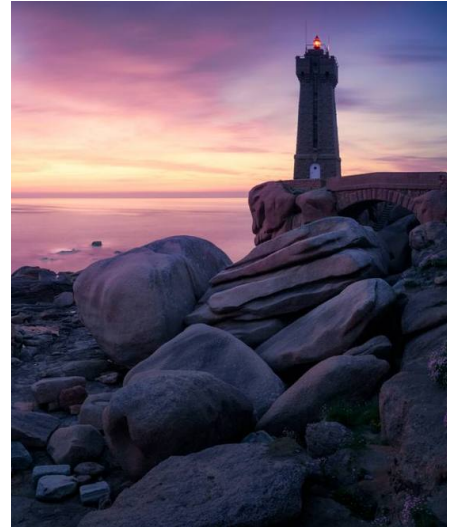
Organisation épreuves

(2) Assurer la visibilité des partenaires

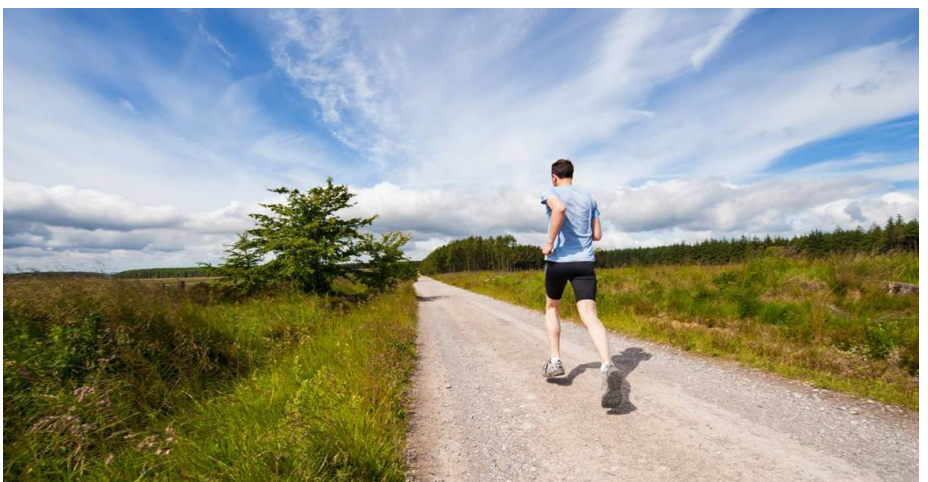
(Figaro, Toyota, RTS en Suisse, etc.)



02



LES PRINCIPAUX  
ENJEUX  
EXTRA-  
FINANCIERS



Dans le cadre de ce reporting, le **Groupe Télégramme** a identifié **les enjeux extra-financiers** les plus pertinents au regard de ses activités et de son modèle économique, en lien avec les directions des trois branches. Cette sélection s'appuie sur les cartographies de risques existantes, des référentiels sectoriels et les échanges conduits avec les parties prenantes internes.

Dans le contexte de l'évolution du cadre réglementaire, les enjeux retenus s'inscrivent dans la continuité des travaux conduits les années précédentes et s'inspirent de la structure du référentiel VSME (Voluntary Sustainability Reporting Standard for SMEs), qui organise le reporting de durabilité autour de trois piliers : **environnemental, social et de gouvernance**.

Sans revendiquer une conformité formelle à ce référentiel à ce stade, le Groupe a choisi d'organiser ce rapport autour de quatre axes, en distinguant notamment la contribution sociétale, qui est au cœur des activités du Groupe, des enjeux sociaux internes :

- **Notre contribution à la société et aux territoires**, qui recouvre les enjeux sociétaux propres aux activités du Groupe : information et démocratie locale, accès à l'emploi, événementiel sportif et lien social.

- **Nos enjeux sociaux**, qui portent sur les conditions de travail, l'égalité, la formation et la santé-sécurité des collaborateurs.

- **Nos enjeux environnementaux**, qui concernent la réduction de notre empreinte carbone, la maîtrise de nos consommations d'énergie et la valorisation de nos déchets.

Notre **gouvernance d'entreprise**, qui porte sur les dispositifs d'éthique, de transparence et de contrôle déployés au sein du Groupe : déontologie éditoriale, codes de conduite, protection des données et encadrement de l'intelligence artificielle. Les indicateurs présentés dans ce rapport ont fait l'objet d'une vérification par Baker Tilly, organisme tiers indépendant, selon le référentiel convenu. Les indicateurs de mobilité de la branche Sports & Culture, mesurés pour la première année en 2025, n'ont pas été soumis à cette vérification et constituent une base de référence pour les prochains exercices. Par ailleurs, les entités Rivacom ont été intégrées au périmètre de ce reporting uniquement pour le décompte des effectifs ETP ; le détail de leurs autres indicateurs sera intégré à l'exercice suivant.

# 03



**3** BONNE SANTÉ  
ET BIEN-ÊTRE



Solitaire du Figaro

## NOTRE CONTRIBUTION À LA SOCIÉTÉ



**14** VIE  
AQUATIQUE



**17** PARTENARIATS  
POUR  
LA RÉALISATION  
DES OBJECTIFS



**10** INÉGALITÉS  
RÉDUITES



**13** MESURES RELATIVES  
À LA LUTTE CONTRE  
LES CHANGEMENTS  
CLIMATIQUES



# ENGAGEMENT DANS LA VIE DES TERRITOIRES

## Le contexte

L'engagement dans la vie des territoires est au cœur de l'identité du **Groupe Télégramme** et de ses trois branches d'activités. Par ses médias, le Groupe contribue à la cohésion et au dynamisme des territoires bretons. Par ses plateformes d'emploi et de formation, il accompagne chaque jour des actifs et des entreprises aux quatre coins du territoire national. Par ses événements sportifs et

culturels, il crée des rendez-vous fédérateurs pour les habitants et les collectivités qui les accueillent.

Au-delà de son activité économique, le Groupe s'engage activement dans la vie associative et citoyenne des territoires où il est implanté, en soutenant des initiatives locales, en accompagnant des associations et en participant au débat public.

## Actions menées

# BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

### Education

En 2025, le journal a participé à la **Semaine de la Presse et des Médias** à l'école, organisé des rendez-vous d'orientation *Parcoursup* et des sessions avec des experts pour ses lecteurs sur des sujets pratiques. Il soutient des initiatives pédagogiques telles qu'Entreprendre pour Apprendre et L'Info dans tous ses États.



### Soutien au football amateur breton

Le Télégramme a renforcé en 2025 sa couverture du football amateur breton, avec la création d'un espace dédié [footamateur.letelegramme.fr](http://footamateur.letelegramme.fr) et une nouvelle édition de la FAB Cup. L'objectif : mettre en avant les équipes et les bénévoles, couvrir davantage de matchs et accompagner les structures locales dans leur développement.



**Les Victoires de la Bretagne** ont tenu leur édition 2025 à Brest, aux Ateliers des Capucins, un retour aux sources de l'événement, désormais rendez-vous annuel incontournable de la région, réunissant les milieux politique, économique, médiatique, sportif et culturel. La cérémonie a été marquée par la présence d'artistes bretons emblématiques tels que Miossec et Matmatah. Deux lauréats de la Fondation Breizh Biodiv ont été distingués dans la catégorie Victoire de l'Environnement.



**Le Télégramme est par ailleurs représenté, par la présence de salariés, dans des cercles économiques et d'innovation régionaux comme West Web Festival, French Tech, Fondation SNCF, Fondation Breizh Biodiv, où il contribue à la valorisation et au soutien des initiatives locales.**

# BRANCHE SPORTS & CULTURE

## Participation locale

**OC Sport conçoit des événements sportifs profondément ancrés dans les territoires qui les accueillent, générateurs de retombées économiques et de lien social pour les collectivités et les habitants.**



**En 2025, la 56e édition de La Solitaire du Figaro Paprec** a traversé cinq villages-étapes : Rouen, Roscoff, Saint-Vaast-la-Hougue, la Baie de Morlaix et Vigo en Espagne, mobilisant à chaque escale des milliers de spectateurs et contribuant à l'attractivité des territoires d'accueil. En 2025, l'Abalone Marathon de Nantes a rassemblé 21 544 coureurs, faisant de l'événement le plus grand rassemblement outdoor de l'Ouest de la France. Le Marathon International de la Côte d'Amour Amarris, dans sa deuxième édition, a quant à lui réuni 16 000 participants sur le littoral atlantique de la Presqu'île Guérandaise.

**À Nantes, l'Abalone Marathon de Nantes** poursuit son engagement inclusif aux côtés de l'association Les Extraordinaires, qui œuvre pour l'insertion professionnelle et sociale des personnes en situation de handicap mental et cognitif. En 2025, 1 000 coureurs et supporters ont participé avec le kit Extraordinaires, permettant de récolter 24 584 euros au bénéfice de l'association. L'action est portée par des ambassadeurs issus du monde du football, dont plusieurs anciens joueurs du FC Nantes.

**OC Sport maintient son partenariat avec la fondation The Human Safety Net Switzerland (THSN)**, partenaire caritatif officiel du Generali Genève Marathon. Chaque année, la fondation soutient un projet en faveur des parents et des enfants de 0 à 6 ans vivant des situations de vulnérabilité, en agissant pour l'égalité des chances dès le plus jeune âge. En 2025, les dons collectés lors des inscriptions au marathon ont contribué au financement de cours aquatiques parents-enfants pour des familles genevoises à faibles revenus, souvent issues de parcours migratoires, permettant à 20 parents et 20 enfants de se familiariser avec l'eau dans un cadre sécurisé.

## Engagement sportif et ancrage territorial

**Hellowork group** a renforcé en 2025 son ancrage territorial et sportif. Le groupe est devenu partenaire officiel du Stade Rennais F.C. pour la saison 2025/2026, avec son logo présent sur le maillot de l'équipe professionnelle. Hellowork a également reconduit son partenariat avec Tout Rennes Court, avec 70 collaborateurs participants en 2025.

Dans le cadre de la Transat Paprec 2025, première transatlantique en double à mixité obligatoire, Hellowork s'est engagé en tant que partenaire titre aux côtés du skipper Davy Beudart. Au-delà d'un investissement financier, le groupe a mis son expertise au service de l'aventure en publiant une offre d'emploi sur sa plateforme pour recruter sa co-skippeuse : Julie Simon. Une démarche à la fois originale et cohérente avec le cœur de métier du groupe : mettre en relation les bons profils avec les bons projets.



# BRANCHE EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION

## Activité ancrée dans les territoires

**Hellowork group est au cœur des dynamiques locales et territoriales à travers son action sur les marchés de l'emploi et de la formation.**

Chaque année, les plateformes du groupe permettent la mise en relation d'entreprises et de candidats sur l'ensemble du territoire national, 80 % des candidats et des offres étant hors Île-de-France.

Hellowork a accompagné plus de 130 territoires, dont 3 régions, 9 départements et 90 villes et agglomérations, dans leurs enjeux d'attractivité et de recrutement. L'impact de Hellowork sur les territoires se mesure également à travers le volume de mises en relation générées chaque année sur ses plateformes :

## Mai à vélo : entre engagement des salariés et soutien à la promotion du vélo

**En mai 2025, les collaborateurs d'Hellowork group ont participé pour la deuxième année consécutive au défi national Mai à Vélo :** 11 648 km parcourus par 54 participants, soit plus de 2 300 km de plus qu'en 2024, représentant 502 kg de CO2 évités. Pour chaque kilomètre parcouru, Hellowork a reversé 0,50 euro à Rayons d'Action, association rennaise engagée dans la promotion du vélo et de la marche comme modes de déplacement du quotidien, pour un don total de 5 824 euros.

Ce soutien a contribué à financer plusieurs actions concrètes de l'association en 2025 : la rédaction et la diffusion d'un plaidoyer en faveur de la marche et du vélo dans le cadre des élections municipales, le développement de Cyclopolis, un outil open source de suivi du Réseau Express Vélo de Rennes Métropole, et des interventions auprès de structures accompagnant des publics précaires ou empêchés dans leur accès aux mobilités douces.

## Démarche sociétale



### Une démarche sociétale engagée pour l'insertion et les territoires

En 2025, **HelloWork group** a structuré sa démarche sociétale autour de trois axes : favoriser l'insertion professionnelle et la formation, soutenir la vie culturelle et associative des territoires, et contribuer au développement de l'expertise numérique. Cet engagement s'est traduit par un soutien financier global de 250 000 euros.

Le programme #Engagé a mobilisé 150 000 euros : pour la quatrième année consécutive, les clients du groupe ont transformé leur cadeau de fin d'année en un don solidaire de 100 euros au profit de cinq associations (Thot, Proximité, Article 1, Elles Bougent et l'Adapei 35). En complément, 100 000 euros ont été consacrés à d'autres actions de mécénat et de solidarité, dont le soutien à l'Institut Marie Thérèse Solacroup (7 000 euros) et des dons à dix associations choisies par les collaborateurs.

L'implication du groupe se manifeste également par le mécénat de compétences. Depuis 2023, **HelloWork group** collabore avec Kodiko pour accompagner des personnes réfugiées vers l'emploi. Des salariés volontaires s'engagent pendant cinq mois pour transmettre les codes professionnels à leur binôme lors de rendez-vous réguliers.

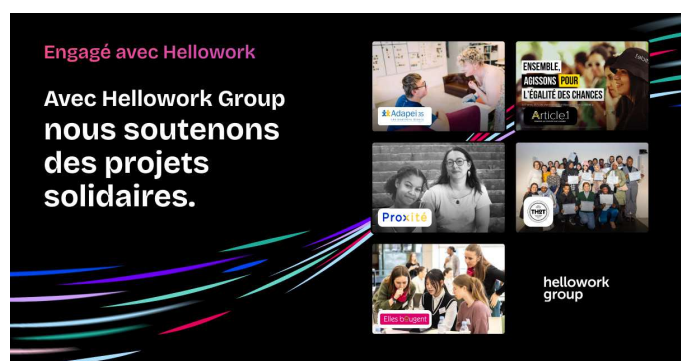
Dans cette même dynamique de partage d'expertise, six salariées ont animé un atelier EstimNumérique pour 15 femmes en reconversion, tandis que quatre interventions scolaires étaient menées avec Elles Bougent. Ces deux initiatives s'inscrivent dans l'axe de «développement de l'expertise numérique» de la démarche sociétale d'Hellowork

Enfin, **Hellowork group** soutient la solidarité de proximité à travers des actions concrètes telles que la collecte de vêtements pour La Cravate Solidaire, avec 56 kg récoltés, ou le don de 20 places pour les Transmusicales de Rennes au bénéfice d'une épicerie sociale étudiante.

# hellowork group

**Hellowork group** a également organisé un atelier EstimNumérique destiné à 15 femmes en reconversion professionnelle, animé par 6 salariées du groupe. Cette initiative s'inscrit dans l'axe «développement de l'expertise numérique» de la démarche sociétale d'**Hellowork group**.

Enfin, pour la quatrième année consécutive, **Hellowork group** a renouvelé son initiative #Engagé : plutôt qu'un cadeau matériel, les clients du groupe ont été invités à transformer ce geste en un don solidaire de 100 euros à reverser à l'une des cinq associations sélectionnées par les collaborateurs (Thot, Proximité, Article 1, Elles Bougent et l'Adapei 35) toutes engagées sur les thématiques d'insertion professionnelle, d'éducation et d'égalité des chances.



## EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION

2025	121 028 324 mises en relation candidats/recruteurs
2024	92 010 709 mises en relation candidats/recruteurs

Les mises en relation entre candidats et recruteurs constituent l'indicateur central de l'impact sociétal de Hellowork Group. Accompagner chaque jour des personnes dans leur recherche d'emploi ou de formation, c'est agir concrètement sur l'insertion professionnelle et la mobilité des actifs - un engagement au cœur de la mission de Hellowork group. En 2025, plus de 121 millions de mises en relation ont été générées sur les plateformes Hellowork.com, Jobijoba et Magnet, soit une progression de 32 % par rapport à 2024. Le Groupe se fixe pour objectif de poursuivre cette dynamique en 2026.

# INNOVATION DANS LES OFFRES & SATISFACTION CLIENT

## Le contexte

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

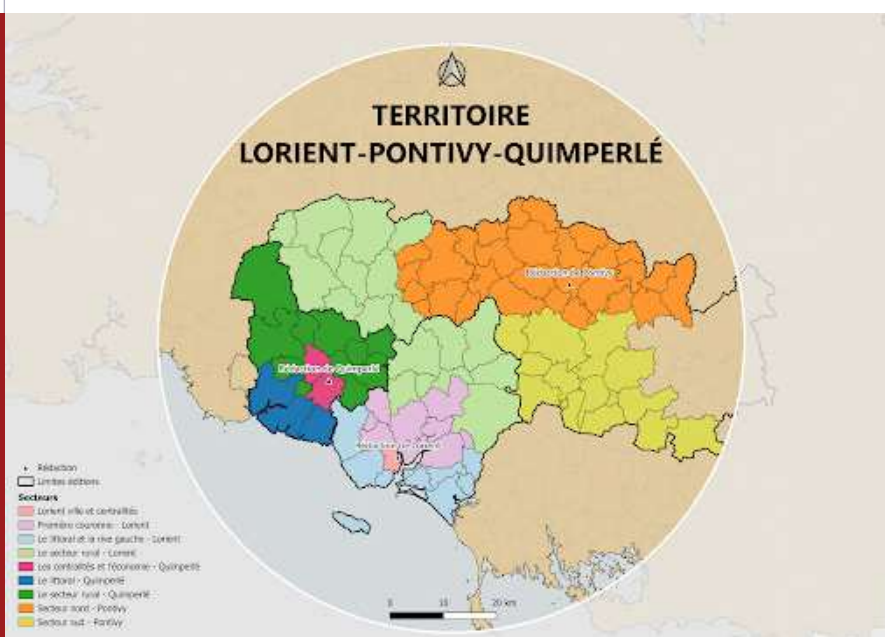
## Actions menées

# BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

### Locales 2025

**Le Télégramme** a poursuivi en 2025 le renforcement de son maillage territorial avec le déploiement du projet Locales 2025, une nouvelle organisation éditoriale fondée sur des binômes journaliste-éditeur affectés à des territoires précis, en lien direct avec les correspondants locaux. Lancé en janvier sur le territoire de Lorient et organisé en quatre secteurs thématiques couvrant la ville, le littoral, le rural et le pôle économique, le dispositif a été étendu à Quimperlé et Pontivy en juin 2025, apportant à chaque territoire une couverture resserrée sur ses enjeux propres : accès aux soins, agriculture, tourisme, économie locale.

Le Groupe a maintenu l'ensemble de ses agences et ouvert un bureau à Crozon, avec une présence hebdomadaire d'un journaliste, prolongeant ainsi son ancrage dans les territoires les plus éloignés du siège de Morlaix. De nouvelles newsletters locales ont été lancées sur les territoires de Dinan, Saint-Malo et Pontivy, dans une logique de connexion directe avec les lecteurs.



## Club T

En avril 2025, **Le Télégramme** a lancé le *Club T*, un programme de fidélité destiné à ses abonnés. Le *Club T* répond à un double enjeu : récompenser la fidélité des abonnés en leur offrant des privilèges et exclusivités, et créer un lien de proximité renforcé avec eux, en cohérence avec l'engagement territorial breton du journal.

Le Groupe a maintenu l'ensemble de ses agences et ouvert un bureau à Crozon, avec une présence hebdomadaire d'un journaliste, prolongeant ainsi son ancrage dans les territoires les plus éloignés du siège de Morlaix. De nouvelles newsletters locales ont été lancées sur les territoires de Dinan, Saint-Malo et Pontivy, dans une logique de connexion directe avec les lecteurs.

Le programme propose des avantages locaux avec plus de 100 animations en 2025 accessibles uniquement aux abonnés, et accompagne aussi les lecteurs les plus attachés à la version papier vers de nouveaux usages numériques. Cohérent avec la mission de service de proximité du Télégramme, le *Club T* constitue également un levier de développement commercial, en renforçant l'attractivité de l'offre d'abonnement auprès des nouveaux lecteurs, les résultats le prouvent : plus d'1 million de pages vues depuis le lancement du *Club T*.



# BRANCHE SPORTS & CULTURE

## Satisfaction des participants et visiteurs

En 2025, **OC Sport** maintient un niveau élevé de satisfaction sur l'ensemble de ses événements, avec un taux moyen de recommandation de 94 % sur les événements outdoor et de 93,6 % sur la Transat Paprec. Parmi les résultats notables : 98 % sur le Generali Genève Marathon, 96 % sur le Triathlon d'Évian, 94 % sur la Solitaire du Figaro Paprec et 94 % sur La Tour Genève Triathlon.



## Renouvellement du partenariat CIC - The Transat

En août 2025, le CIC a confirmé la prolongation de son partenariat titre avec **The Transat CIC** pour les éditions 2028 et 2032, s'élançant depuis Lorient. Cet engagement dans la durée traduit la confiance des partenaires dans le modèle d'**OC Sport**, qui associe excellence sportive, ancrage territorial et mise en lumière des enjeux de transition maritime. The Transat CIC est devenue une vitrine des initiatives liées au transport maritime vélique, à travers le Club du Large, plateforme B2B créée par le CIC et **OC Sport** pour rassembler les acteurs de la transition maritime.

## Abalone Marathon de Nantes : Une première mondiale

L'édition 2025 de l'**Abalone Marathon de Nantes** a marqué un tournant avec 21 544 coureurs, faisant de l'événement le plus grand rassemblement outdoor de l'Ouest de la France. Temps fort de cette édition : la mise en place d'une passerelle flottante de 324 mètres sur l'Erdre : une première mondiale dans l'univers du running, récompensée par le Grand Prix du Sport Business 2025. Sur cette structure unique, un segment Strava exclusif avait été activé pendant la course, incarnant l'évolution du marathon vers un running nouvelle génération, connecté et communautaire. La passerelle sera reconduite pour l'édition 2026.



## 24 Heures Vélo : Nouvelle activité chez OC Sport

En octobre 2025, **OC Sport** a repris l'organisation des **24 Heures Vélo du Mans**, événement cyclosporatif emblématique réunissant plus de 600 équipes sur le circuit Bugatti.

Cette acquisition illustre la stratégie de développement d'**OC Sport Outdoor**, qui renforce ainsi son portefeuille d'épreuves d'endurance en France et marque un retour dans l'univers du cyclisme.



## Indicateurs de performance

TAUX DE RECOMMANDATION	Sports & Culture	
	2025	2024
<b>Événements voile</b>		
La Solitaire du Figaro Paprec	85 %	–
Tour de Belle-Île	85 %	–
Transat Paprec	94 %	–
<b>Événements outdoor</b>	<b>96 %</b>	<b>97 %</b>
Generali Genève Marathon	98 %	98 %
Balexert 20km de Genève	96 %	97 %
Triathlon d'Évian	96 %	92 %
La Tour Genève Triathlon	94 %	96 %
Run Mate by Core Lean Lac Léman	95 %	99 %

Les taux de recommandation reflètent deux réalités distinctes. Pour les événements voile, les résultats mesurent la satisfaction des marins participants, public professionnel dont les exigences sportives et logistiques sont élevées : avec 85 % sur la Solitaire du Figaro Paprec et le Tour de Belle-Île, et 94 % sur la Transat Paprec, ces scores traduisent un niveau de qualité solide dans un contexte de recommandation entre pairs. Pour les événements outdoor, la moyenne de 96 % en 2025 confirme la stabilité des résultats par rapport à 2024 (97 %), témoignant de la qualité constante de l'expérience proposée aux coureurs. OC Sport entend maintenir ce niveau d'exigence sur l'ensemble de son portefeuille d'événements.

# BRANCHE EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION

Hellowork s'engage également à garantir une réponse à chaque candidature. Face au constat que trop de candidats restent sans retour après avoir postulé, le groupe affirme son engagement à ce qu'aucune candidature ne reste sans réponse. Cette démarche s'appuie sur des outils concrets mis à disposition des recruteurs pour automatiser les réponses et réduire les délais de traitement, au bénéfice de l'expérience candidat.

## Affichage des salaires

**Hellowork group** a poursuivi en 2025 son engagement en faveur de la transparence salariale sur sa plateforme.

Aujourd'hui, 60 % des offres affichent un salaire réel, et ce chiffre monte à 90 % en incluant les estimations de salaire proposées par la plateforme. La plateforme intègre également un panorama des salaires permettant aux candidats de se situer par métier, niveau d'expérience et zone géographique, et aux recruteurs de benchmarker leur compétitivité salariale.

Cette démarche répond à une réalité documentée : un candidat sur deux ne postule pas si le salaire n'est pas affiché. La transparence salariale est ainsi un levier de performance autant qu'un engagement éthique.

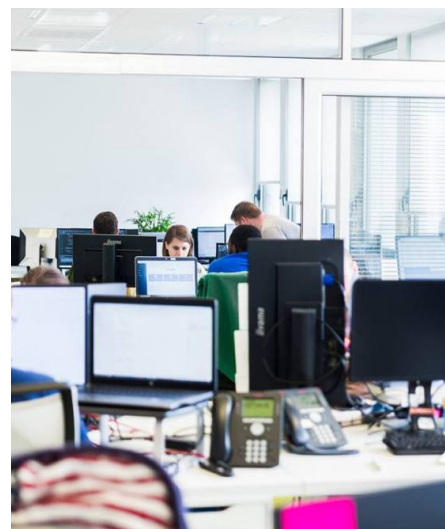
**hellowork**  
recruteur

# Marque employeur

LE GUIDE COMPLET  
POUR CONSTRUIRE, ACTIVER  
ET PILOTER VOTRE STRATÉGIE



# 04



## LES PRINCIPAUX ENJEUX SOCIAUX



5 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES



10 INÉGALITÉS RÉDUITES



# EFFECTIFS ET RECRUTEMENT

## Le contexte

Les femmes et les hommes qui composent le **Groupe Télégramme** sont au cœur de sa performance et de sa durabilité. Le Groupe s'attache à offrir à ses collaborateurs des conditions de travail de qualité, des perspectives de développement professionnel et un cadre respectueux de chacun, quelle que soit leur branche d'activité ou leur territoire d'implantation.

Le **Groupe Télégramme** privilégie le contrat à durée indéterminée comme expression de la relation de long terme qu'il souhaite construire avec ses collaborateurs. Cette approche apporte stabilité et visibilité sur le plan professionnel et personnel, et se reflète dans des taux de CDI élevés dans chacune des branches.

## Actions menées

### BRANCHE EMPLOI RECRUTEMENT & FORMATION

**Hellowork group** a recruté 109 nouveaux collaborateurs en CDI en 2025, témoignant du dynamisme de la structure et de sa volonté de continuer à investir dans l'innovation pour mieux accompagner candidats et recruteurs.

### BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

La branche **Médias & Communication**, confrontée aux réalités économiques du secteur de la presse, a recruté 35 collaborateurs en CDI en 2025. Ces recrutements reflètent la volonté du Groupe de continuer à investir pour diversifier ses canaux d'information, renforcer sa présence numérique et maintenir sa proximité avec ses lecteurs, notamment à travers le projet Locales 2025 et l'ouverture d'une permanence hebdomadaire à Crozon.

### BRANCHE SPORTS & CULTURE

**Oc Sport** organise ses équipes en mode projet, avec une forte implication en amont des événements. Les équipes d'OC Sport Pen Duick ont ainsi débuté en 2025 la préparation de la Route du Rhum - Destination Guadeloupe 2026, dont le départ est fixé le 1er novembre 2026 depuis Saint-Malo.



## Indicateurs de performance

Indicateurs	MÉDIAS & COMMUNICATION		EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION		SPORTS & CULTURE	
	2025	2024	2025	2024	2025	2024
Effectif CDI au 31/12 (ETP)	635	661	562	527	36	37
dont Femmes (ETP)	314	—	253	—	18	—
dont Hommes (ETP)	321	—	309	—	18	—
<b>Recrutements</b>						
% Femmes recrutées CDI	54.3%	64%	49%	49%	51%	63%
% Hommes recrutés CDI	45.7%	36%	51%	51%	49%	38%

La légère baisse de l'effectif de la branche Médias & Communication entre 2024 (661 ETP) et 2025 (635 ETP) s'inscrit dans le contexte de transformation du secteur de la presse. Les branches Emploi, Recrutement & Formation et Sports & Culture sont quant à elles en progression, portant l'effectif total du Groupe à 1 233 collaborateurs en CDI.

Le Groupe a maintenu un niveau de recrutement dynamique en 2025, porté principalement par la branche Emploi, Recrutement & Formation. Dans la continuité de ses engagements en matière d'égalité professionnelle, la parité dans les recrutements constitue un indicateur suivi avec attention au sein du Groupe.

# FORMATION ET DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

## Le contexte

Le développement des compétences constitue un investissement prioritaire au sein du **Groupe Télégramme**, dans un contexte de transformation profonde des métiers liée au numérique, à l'intelligence artificielle et aux enjeux RSE.

## Actions menées

### BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

En 2025, 323 salariés de la branche **Médias & Communication** ont suivi une formation, représentant 5728 heures de formation, soit 17,7 heures par salarié formé en moyenne.

Au **Télégramme**, un programme de formation des managers a été déployé en 2025, couvrant la prévention du harcèlement moral. Des cycles de formation à l'intelligence artificielle ont été organisés à destination des salariés de la branche. Un site interne dédié centralise les ressources à disposition des équipes : guide de bonnes pratiques, expérimentations en cours et espace d'échange autour des usages de l'IA.

### BRANCHE SPORTS & CULTURE

Les équipes de la branche **Sports & Culture** bénéficient quant à elles d'un module de formation «Introduction à la RSE», dispensé par un membre de l'équipe RSE de la branche.

### BRANCHE EMPLOI RECRUTEMENT & FORMATION

Chez **Hellowork group**, le développement des compétences s'appuie sur des parcours de carrière structurés (Career Path), adossés à des grilles d'évaluation des compétences permettant d'identifier les formations nécessaires et de fixer des objectifs de progression clairs pour chaque collaborateur. Les évaluations sont conduites annuellement via l'outil Elevo. Le résultat : 166 salariés formés, pour un total de 2452 heures (14,8 heures par salarié formé).

En 2025, plusieurs formations métier ont été déployées : une formation au développement sécurisée destinée à l'ensemble des développeurs, visant à renforcer la posture de l'entreprise face aux vulnérabilités web, et un programme de sensibilisation à l'accessibilité numérique touchant 55 personnes : heads of product, heads of engineering et auditeurs internes. **Hellowork group** agit également en dehors de ses murs : deux collaborateurs ont animé 1 session en 2025 auprès d'Epitech Rennes sur les enjeux de l'accessibilité numérique.

## Indicateurs de performance

	MÉDIAS & COMMUNICATION		EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION	
	2025	2024	2025	2024
Nb salariés formés	323	-	166	-
Heures formation / salarié formé	17,7 h	-	14,8h	-

# SANTÉ, SÉCURITÉ ET CONDITIONS DE TRAVAIL

## Le contexte

La santé et la sécurité des collaborateurs constituent une priorité partagée par l'ensemble des branches du **Groupe Télégramme**. Au-delà de la prévention des accidents du travail, le Groupe agit sur la qualité de vie au travail dans une logique globale : conditions physiques, santé mentale, organisation du travail et accompagnement des équipes.

## Actions menées

### BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

En 2025, 48 collaborateurs du Télégramme ont été formés aux gestes de premiers secours (SST) entre septembre et décembre, en sessions initiales ou de recyclage. En 2026, près d'un quart des effectifs seront formés. Ces formations se déroulent dans les locaux du journal, au plus près des risques métiers.



Plusieurs dispositifs ont été déployés en 2025 : mise à jour de la charte de droit à la déconnexion accompagnée d'une campagne de communication, télétravail hybride avec budget équipement dédié, charte de la parentalité, réveil musculaire à l'imprimerie et conférences avec la CARSAT sur la retraite. S'y ajoute le « parcours TMS », un programme de sensibilisation aux Troubles Musculo-Squelettiques conçu pour aider les salariés de l'imprimerie à corriger leur posture, optimiser l'ergonomie de leur poste de travail et adopter des gestes protecteurs au quotidien.

groupe  
**Télégramme**

*Médias & Communication*

## LE TÉLÉGRAMME : PROGRAMME DE PRÉVENTION DES TMS À L'IMPRIMERIE

Dans la continuité des actions entreprises sur ce thème depuis plusieurs années, un programme de prévention des Troubles Musculo-Squelettiques vient de débiter pour les collaborateurs de l'Imprimerie.

En savoir plus dans **Quoi2-9**.



19 mai 2025

# BRANCHE EMPLOI RECRUTEMENT & FORMATION

Les collaborateurs d'**Hellowork group** bénéficient d'un programme de bien-être structuré : activités sportives et culturelles hebdomadaires sur les sites de Rennes, Paris et Bordeaux, accompagnement à la parentalité et participation à la Semaine de la QVCT (Qualité de Vie et Conditions de Travail) avec une intervention organisée par Malakoff Hu-

manis, avec Camille Lacourt, champion Olympique de natation, sur la santé mentale, grande cause nationale 2025. Des ressources de soutien psychologique sont accessibles via le programme Mon Soutien Psy.

Indicateurs	MÉDIAS & COMMUNICATION		EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION		SPORTS & CULTURE	
	2025	2024	2025	2024	2025	2024
Taux de Fréquence AT	11,56	-	0,98	-	0	-
Taux de Gravité AT	0,16	0,21	0,001	0	0	0

Les taux d'accidents du travail reflètent la diversité des environnements professionnels du Groupe. La branche Emploi, Recrutement & Formation affiche des résultats proches de zéro, stables par rapport à 2024. La branche Sports & Culture maintient pour la deuxième année consécutive un double zéro, résultat notable pour une activité exposée à des risques de terrain. La branche Médias & Communication, dont le périmètre intègre l'imprimerie industrielle de Morlaix, présente des niveaux structurellement plus élevés mais en nette amélioration, avec un taux de fréquence à 11,56 et un taux de gravité à 0,16, témoignant de l'efficacité des actions de prévention engagées, notamment le programme TMS et les formations aux gestes de premiers secours.

## ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE ET INCLUSION

### Le contexte

Le **Groupe Télégramme** s'attache à promouvoir l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes et à favoriser l'inclusion de toutes les personnes, quels que soient leur genre, leur origine ou leur situation de handicap. Ces engagements se traduisent par des dispositifs concrets dans chaque branche, mesurés annuellement.

### Actions menées

## ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE FEMMES-HOMMES

Le **Télégramme** maintient en 2025 un score de 93/100 à l'Index Égalité F/H (source : Egapro), stable par rapport à 2024. Ce résultat traduit des années d'efforts structurés sur la réduction des écarts de rémunération et de carrière. Seul l'indicateur lié au retour de congé maternité n'a pas pu être calculé, faute de cas sur l'exercice.

**Hellowork group** obtient 85/100 en 2025, contre 90/100 en 2024. Cette évolution s'explique en partie par le contexte du secteur numérique, majoritairement masculin, et par les recrutements importants réalisés sur les métiers de l'innovation et du développement informatique. **Hellowork group** porte une attention particulière à ce sujet et maintient un plan d'action annuel sur l'égalité professionnelle, signé avec le CSE.

groupe  
**Télégramme**

**Handicap**



**DUO DAY 2025 :  
8 DUOS CONSTITUÉS CE  
20 NOVEMBRE**

Bienvenue à nos visiteurs du jour qui passent la journée avec des salariés de nos sociétés. Merci à tous pour l'accueil que vous leur avez fait.

Plus d'images à venir dans les prochains jours via **Quoi2-9**.

20 novembre 2025

## INCLUSION ET HANDICAP

Au 31 décembre 2025, 27 salariés reconnus travailleurs handicapés sont employés au sein du Télégramme et 5 au sein de **Hellowork**.

Pour la deuxième année consécutive, **Le Télégramme** a participé au DuoDay le 20 novembre 2025, accueillant 8 personnes en situation de handicap sur le site de Morlaix. Cette journée nationale de stage découverte, ouverte à toute personne en

situation de handicap à partir de 13 ans, permet à chacun de découvrir un métier aux côtés d'un professionnel volontaire. Les duos formés en 2025 ont exploré des métiers variés : communication, marketing, rédaction, santé au travail, logistique et ressources humaines.

Indicateurs	MÉDIAS & COMMUNICATION		EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION	
	2025	2024	2025	2024
Index Égalité F/H (/100)	93	93	85	90
OETH - Nb travailleurs handicapés	27	30	5	5

Le Télégramme maintient un score de 93/100 à l'Index Égalité Femmes-Hommes, stable pour la deuxième année consécutive, témoignant d'une politique structurée de réduction des écarts de rémunération et de carrière. Hellowork obtient 85/100 en 2025, en retrait par rapport à 2024, un résultat qui s'explique en partie par le contexte du secteur numérique, majoritairement masculin, et par les recrutements importants réalisés sur les métiers du développement informatique.

Sur le volet handicap, le Groupe emploie 32 travailleurs reconnus handicapés, répartis entre Le Télégramme (27) et Hellowork (5), un niveau stable qui s'accompagne d'actions concrètes telles que le DuoDay ou les partenariats avec des structures de l'économie inclusive.

# DIALOGUE SOCIAL ET RELATIONS COLLECTIVES

## Le contexte

Le **Groupe Télégramme** veille à maintenir un dialogue social de qualité dans chacune de ses branches, adapté à leurs spécificités en termes de taille, de métiers et d'organisation.

## Actions menées

### BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

**En 2025, cinq accords collectifs ont été signés au sein du Télégramme, témoignant d'un dialogue social actif entre la direction et les représentants du personnel.**

Parmi ces accords, deux revêtent une dimension stratégique particulière pour l'avenir de la presse : l'accord sur les droits voisins, qui encadre la rémunération des journalistes et éditeurs pour l'utilisation de leurs contenus par les plateformes numériques, et l'accord sur la réutilisation des contenus journalistiques, qui définit les conditions dans lesquelles les productions des journalistes peuvent être exploitées. Ces accords s'inscrivent dans un contexte de transformation profonde des modèles médiatiques et illustrent la volonté du Télégramme d'anticiper ces évolutions en concertation avec ses équipes.

### BRANCHE EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION

Aucun accord collectif n'a été conclu chez **Hellowork group** en 2025. Le dialogue social s'appuie sur des outils de communication interne (Viva Engage, Cdanslair) et un séminaire annuel rassemblant l'ensemble des collaborateurs, avec une politique de déplacement responsable.

Le CSE joue un rôle actif dans la vie du groupe : activités sociales et culturelles, chèques cadeaux, subvention sport, épargne salariale, soirées, prêt de matériel.

Un dispositif de signalement du harcèlement moral et sexuel est en place, avec trois référents désignés et une adresse dédiée.

### BRANCHE SPORTS & CULTURE

La branche **Sports & Culture** maintient un dialogue social direct entre la direction et les collaborateurs. OC Sport Pen Duick dispose d'un CSE, tandis que la taille des autres entités de la branche ne requiert pas la mise en place d'instances représentatives du personnel au sens légal.

Malgré la dispersion géographique des équipes entre la Bretagne et la Suisse, un séminaire annuel rassemble l'ensemble des salariés afin de maintenir la cohésion collective.

## Indicateurs de performance

	MÉDIAS & COMMUNICATION
2025	5 accords collectifs signés
2024	8 accords collectifs signés

Le Télégramme a conclu 5 accords collectifs en 2025, dont deux portant sur des enjeux structurants pour l'avenir de la presse régionale. Le Groupe entend maintenir cette dynamique de négociation dans les prochains exercices.

# 05



## LES PRINCIPAUX ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX



7 ÉNERGIE PROPRE ET D'UN COÛT ABORDABLE



13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES



12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES



# LA LUTTE CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

## Le contexte

**Le changement climatique constitue un enjeu transversal pour l'ensemble des branches du Groupe.** Chaque activité génère des émissions de gaz à effet de serre, directement ou indirectement - via la consommation d'énergie, les déplacements des collaborateurs ou l'organisation d'événements rassemblant

des milliers de participants. Le Groupe s'est engagé dans une démarche de mesure et de réduction progressive de son empreinte carbone, adaptée aux spécificités de chaque branche.

## Actions menées

### BRANCHE SPORTS & CULTURE

**OC Sport** a structuré sa démarche de réduction carbone autour d'un plan stratégique RSE pluriannuel, synthétisé dans la promesse «Beyond Sport, for Nature». Depuis 2021, l'empreinte carbone de chacun des événements est mesurée selon une méthodologie développée en collaboration avec Carbone 4 (Scopes 1, 2 et 3).

Des objectifs ambitieux ont été fixés : diviser par deux les émissions des événements voile d'ici 2034 par rapport à 2022, et réduire d'un tiers les émissions des événements outdoor d'ici 2030. Ces objectifs se traduisent par des actions concrètes sur chaque événement : partenariat avec la SNCF pour les déplacements, installation de bornes de recharge électrique, outil de covoiturage, suppression du retour en cargo pour la Route du Rhum - Destination Guadeloupe 2026, remplacement du bateau suiveur à moteur par un voilier sur La Solitaire du Figaro Paprec.

Pour les émissions résiduelles inévitables, **OC Sport** a développé un plan de contribution carbone 100 % local en partenariat avec Agoterra, soutenant des initiatives agricoles régénératrices à proximité des sites d'événements. Entre 2022 et 2025, 7 fermes ont été accompagnées, permettant d'éviter ou de séquestrer 1257 tonnes de CO<sub>2</sub>e, avec des bénéfices directs sur la qualité de l'eau et la biodiversité locale. (La valeur définitive des crédits carbone associés sera établie après vérification par un auditeur indépendant.)

Sur les événements outdoor, **OC Sport** a co-créé avec

Njuko un calculateur carbone intégré directement au formulaire d'inscription. Dès l'inscription, chaque participant découvre l'empreinte de son trajet et peut choisir de verser une contribution volontaire pour soutenir des projets agricoles locaux. Depuis sa création, ce dispositif a sensibilisé près de 250 000 participants. En 2025, 3 956 sportifs sont passés à l'action, permettant de collecter 1 400 euros en France et 2 000 CHF en Suisse.

### BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

**La branche Médias & Communication** agit sur l'empreinte carbone de son activité d'impression à travers plusieurs leviers. 78 % du papier utilisé est issu de fibres recyclées et 100 % est certifié PEFC, garantissant une origine responsable et contrôlée du papier. Le papier provient en moyenne de moins de 1 500 km du centre d'impression et de distribution de Morlaix, limitant l'impact des transports d'approvisionnement. Par ailleurs, Le Télégramme mutualise et livre d'autres magazines et journaux nationaux, optimisant le taux de remplissage des tournées et réduisant le nombre de trajets nécessaires à la distribution.

# BRANCHE EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION

**Hellowork group** a intensifié en 2025 ses travaux sur la mobilité domicile-travail, avec un groupe de travail dédié accompagnant les salariés tout au long de l'année dans l'adoption du vélo : test de vélos électriques et cargo pendant trois mois, ateliers de réparation gratuits et ateliers d'initiation à la mécanique vélo. La politique de déplacement responsable appliquée au séminaire annuel : plus d'avion, uniquement train, bus ou covoiturage, contribuant aussi à la réduction des émissions liées aux déplacements internes.



## Indicateurs de performance

	2025	2024
	<b>SPORTS &amp; CULTURE</b>	
% visiteurs Transat Paprec - transports durables	64 %	-
% visiteurs Transat Paprec - locaux (≤ 20 km)	91 %	-
% participants outdoor - locaux (≤ 100 km)	72 %	-
% trajets outdoor - transports en commun	26 %	-
% trajets outdoor - mobilité active (marche, vélo, VAE)	17 %	-
	<b>MÉDIAS &amp; COMMUNICATION</b>	
% papier recyclé (Médias)	78 %	75 %
% papier certifié PEFC (Médias)	100 %	100 %

La branche Médias & Communication confirme sa trajectoire sur la qualité de son approvisionnement papier : avec 78 % de fibres recyclées (contre 75 % en 2024, seuil réglementaire minimal) et 100 % de papier certifié PEFC, la branche fait le choix de dépasser ses obligations pour renforcer son engagement environnemental.

Pour la branche Sports & Culture, plusieurs indicateurs de mobilité sont mesurés pour la première année en 2025 et n'ont pas fait l'objet d'une vérification par l'organisme tiers indépendant à ce stade. Ils constituent une base de référence pour les prochains exercices. Les résultats montrent d'ores et déjà un ancrage local fort des participants, avec 91 % de visiteurs de la Transat Paprec résidant à moins de 20 km du site, et 72 % des participants outdoor dans un rayon de 100 km.

# LA MAÎTRISE DES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DES ACTIVITÉS

## Le contexte

Au-delà du carbone, les activités du Groupe génèrent d'autres impacts environnementaux : consommation d'énergie des bâtiments et équipements, production de déchets liés à l'impression,

mobilité des collaborateurs. Le Groupe s'est engagé sur plusieurs dispositifs concrets de réduction et de valorisation, adaptés à chaque branche.

## Actions menées

### MODERNISATION DURABLE DU PARC IMMOBILIER

### BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

La branche **Médias & Communication** a engagé en 2025 plusieurs projets immobiliers visant à améliorer les conditions de travail de ses collaborateurs tout en réduisant l'empreinte énergétique de ses sites.

À Douarnenez, l'agence a déménagé en début d'année 2025 pour quitter depuis des locaux énergivores vers de nouveaux espaces mieux isolés thermiquement, plus confortables pour les équipes et mieux équipés.

À Lorient, des travaux d'aménagement ont démarré en fin d'année 2025, suite à la validation d'un projet de construction de nouveaux locaux. Ce projet

a mobilisé un architecte, un bureau d'études thermiques et un acousticien, avec deux axes directeurs : le bien-être des salariés (isolation phonique et thermique, ventilation) et la maîtrise des futurs coûts énergétiques dans un contexte de variation des prix de l'énergie. La proximité avec les lecteurs a également guidé le choix d'implantation.

À Brest, le Groupe a validé en 2025 un projet de réunification des activités brestoises, qui sera livré en 2029. Ce nouveau bâtiment, classé RE2020, réunira les équipes des différentes entités du Groupe dans un lieu unique, favorisant les synergies et les collaborations, avec un niveau de confort et une performance énergétique améliorés.

	2025	2024
	<b>MÉDIAS &amp; COMMUNICATION</b>	
Électricité	<b>2 463 MWh</b>	<b>2 515 MWh</b>
Gaz	<b>640 MWh</b>	<b>574 MWh</b>
Bois	<b>899 MWh</b>	<b>830 MWh</b>

La branche Médias & Communication suit annuellement ses consommations énergétiques. Les projets immobiliers engagés pour 2026 à Lorient, ainsi que le déménagement de l'agence de Douarnenez vers des locaux mieux isolés, s'inscrivent dans une démarche de réduction progressive de l'empreinte énergétique des sites. La consommation électrique est en légère baisse (-2%). La hausse du gaz s'explique par une évolution méthodologique : la part de gaz utilisée dans le fonctionnement du réseau de chaleur bois (6%) est désormais intégrée au calcul, ce qui n'était pas le cas les années précédentes.

# GESTION DES DÉCHETS : PARTENARIATS LOCAUX ET INCLUSIFS

## BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

En parallèle, un projet d'amélioration du tri sélectif des déchets a été déployé au siège de Morlaix en 2025, en partenariat avec l'entreprise Elise. Cet acteur local emploie des personnes en situation de handicap, un critère de sélection primordial pour **Le Télégramme** qui attache une importance majeure au soutien de l'activité locale et à l'inclusion. Cet engagement social se prolonge dans la gestion du cycle de vie de nos journaux. **Le Télégramme** valorise ses invendus et sa gâche papier en ouate de cellulose via l'entreprise Cellaouate, partenaire historique du Groupe. En 2025, 1 348 tonnes de papier ont été ainsi revalorisées (contre 1 600 tonnes en 2024, soit une baisse de 15,8 % corrélée en partie à l'évolution des volumes imprimés). Au-delà de ces flux directs, **Le Télégramme** alimente également les circuits de collecte propres à Cellaouate, dont la majorité de la matière récupérée provient de nos titres.



Ce circuit de recyclage repose sur une collaboration étroite avec l'ESAT Les Genêts d'Or. Depuis 1963, cette structure finistérienne accompagne les personnes en situation de handicap et de dépendance. Leurs équipes assurent une étape cruciale de préparation : le traitement des paquets d'invendus issus de nos centres de distribution (retrait des liens plastiques et tri des supports) afin de garantir une matière pure avant son expédition vers le site de transformation de Cellaouate.

## BRANCHE EMPLOI RECRUTEMENT & FORMATION

Les principaux déchets générés par les activités de Hellowork group concernent les déchets de bureaux, ce qui représente une part à la fois négligeable de l'empreinte carbone mais sur lequel les diverses actions, de tri, réductions des impressions sont mises en place depuis plusieurs années. Afin de pousser la démarche de gestion des déchets,

sur le site de Rennes, Hellowork a déployé un partenariat avec TchaoMegot, entreprise qui collecte et transforme les mégots de cigarette en matériau isolant non toxique, évitant ainsi leur combustion et leur impact polluant.

# PERFORMANCE INDUSTRIELLE ET SOBRIÉTÉ

En 2025, **Le Télégramme** a procédé au démantèlement de ses deux anciennes rotatives sur le site de Morlaix, réalisé par Paprec, spécialiste du recyclage industriel. Cette opération a permis la revalorisation des matériaux et la récupération d'espace sur le site. Ces deux machines avaient été remplacées en 2021-2022 par une unique rotative Manroland Colorman, plus performante et plus sobre. Capable d'imprimer jusqu'à 90 000 exemplaires à l'heure,

elle permet une réduction significative de la gâche technique au moment du lancement, c'est-à-dire le papier consommé lors des phases de calage avant impression. L'optimisation du processus a également entraîné une diminution du nombre de plaques utilisées et l'arrêt total de la chimie dans le processus d'impression, soit une performance industrielle à la fois plus propre et plus sobre, indépendamment de l'évolution des volumes imprimés.

## GREEN IT

### BRANCHE EMPLOI RECRUTEMENT & FORMATION

Chez **Hellowork group**, la stratégie s'appuie sur le label Pro-Vélo Argent obtenu en 2024 pour les sites de Rennes et Bordeaux. En 2025, plusieurs leviers continuent d'être activés : prêt de vélos électriques et de vélos-cargos pendant trois mois, distribution de kits de sécurité à 57 bénéficiaires, prime mobilité douce versée à 94 salariés. Lors du défi Mai à Vélo, 54 salariés ont parcouru plus de 11 000 km, générant un don de 5 824 euros, principalement à l'association rennaise de Rayons d'Action.

### BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

**Le Télégramme** applique des pratiques d'allongement de la durée de vie qui dépassent les standards habituels du secteur : les ordinateurs portables professionnels sont conservés en moyenne cinq ans, et les smartphones plus de trois ans. À titre de comparaison, la recommandation standard du marché est un renouvellement tous les trois ans, durée qui est calquée sur la période d'amortissement comptable des équipements. En portant ses cycles à cinq ans, **Le Télégramme** réduit significativement l'empreinte carbone liée à la fabrication de nouveaux équipements, qui représente entre 70 et 80 % de l'impact environnemental total d'un appareil numérique.

# FAVORISER LES MOBILITÉS DOUCES

Le Groupe déploie des politiques de mobilité adaptées aux spécificités de chacune de ses branches, agissant à la fois sur les déplacements des collaborateurs et sur ceux des participants à ses événements.

## BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

**Au Télégramme**, la flexibilisation du dispositif de vélos électriques permet désormais aux salariés de les utiliser pour leurs trajets domicile-travail.

Initié en 2024 et accéléré en 2025, le déploiement d'une flotte de 18 vélos électriques au sein des rédactions permet aujourd'hui aux journalistes de couvrir l'actualité locale de manière rapide et décarbonée. Ce parc est réparti sur l'ensemble du territoire breton, de Brest à Rennes, en passant par Lorient, Vannes et Saint-Brieuc, garantissant une solution de mobilité douce au plus près du terrain.

## BRANCHE SPORTS & CULTURE

Pour la branche **Sports & Culture**, consciente que les déplacements des participants constituent le premier poste d'émissions de ses événements, OC Sport a co-créé avec Njuko un calculateur carbone intégré directement au formulaire d'inscription. Dès l'inscription, chaque participant découvre l'empreinte de son trajet et peut choisir de verser une contribution volontaire pour soutenir des projets agricoles locaux. Depuis sa création, ce dispositif a sensibilisé près de 250 000 participants. En 2025, 3 956 sportifs sont passés à l'action, permettant de collecter 1 400 euros sur les événements français et 2 000 CHF sur les événements suisses.

## BRANCHE EMPLOI RECRUTEMENT & FORMATION

Chez **Hellowork group**, la stratégie s'appuie sur le label Pro-Vélo Argent obtenu en 2024 pour les sites de Rennes et Bordeaux. En 2025, plusieurs leviers continuent d'être activés : prêt de vélos électriques et de vélos-cargos pendant trois mois, distribution de kits de sécurité à 57 bénéficiaires, prime mobilité douce versée à 94 salariés. Lors du défi Mai à Vélo, 54 salariés ont parcouru plus de 11 000 km, générant un don de 5 824 euros, principalement à l'association rennaise de Rayons d'Action.



# PROTECTION DES ÉCOSYSTÈMES

## BRANCHE SPORTS & CULTURE

**OC Sport** agit concrètement pour préserver les milieux naturels qui accueillent ses événements. Sur l'ensemble de ses événements outdoor, les bouteilles d'eau en plastique ont désormais été supprimées des ravitaillements au profit de gobelets compostables et biodégradables, et les points d'eau raccordés au réseau d'eau potable des villes. Si le **Generali Genève Marathon** et l'**Abalone Marathon de Nantes** ont été précurseurs en la matière depuis de nombreuses années, ce dispositif est aujourd'hui généralisé à toutes les épreuves par **OC Sport**.

Sur l'**Abalone Marathon de Nantes**, 80 % des déchets générés sont aujourd'hui recyclés et valorisés, avec un objectif de 90 % en 2026. Les excédents alimentaires des ravitaillements sont systématiquement donnés à des associations caritatives.

Pour accompagner cette transition, une démarche de sensibilisation active est déployée auprès des participants. Sur l'**Abalone Marathon de Nantes**, une infographie dédiée guide les coureurs vers l'adoption de gestes éco-responsables. Ce support pédagogique met en lumière des leviers d'action concrets : privilégier les mobilités douces et les transports en commun, optimiser le tri des déchets sur les parcours, opter pour une alimentation végétarienne sur le village ou encore choisir le don associatif en lieu et place de la médaille de «finisher».



Sur le **Triathlon d'Évian**, **OC Sport** s'est associé à l'association de sauvegarde du Lac Léman, dont la préservation constitue à la fois le cadre exceptionnel et l'enjeu central de l'événement. Ce partenariat permet de sensibiliser les participants aux enjeux de protection du lac et de ses écosystèmes, au cœur même de l'expérience sportive.

Sur l'**Abalone Marathon de Nantes**, l'installation de la passerelle flottante sur l'Erdre (cf. page de couverture) a fait l'objet d'une concertation approfondie avec la ville de Nantes, la DREAL, la DDTM et le Jardin botanique, dans le respect d'une zone Natura 2000. Résultat : zéro destruction d'espèce ou d'habitat, une installation sans travaux lourds, et une structure réutilisable reconduite pour 2026.



# 06



**7** ÉNERGIE PROPRE  
ET D'UN COÛT  
ABORDABLE



## GOUVERNANCE D'ENTREPRISE

**13** MESURES RELATIVES  
À LA LUTTE CONTRE  
LES CHANGEMENTS  
CLIMATIQUES



**12** CONSOMMATION  
ET PRODUCTION  
RESPONSABLES



## Le contexte

La gouvernance d'entreprise repose sur des dispositifs concrets d'éthique, de contrôle et de transparence, adaptés aux spécificités de chaque branche. Dans un Groupe dont les activités touchent quotidiennement à l'information, aux données personnelles de millions d'utilisateurs et à l'organisation d'événements publics, ces enjeux revêtent une dimension particulièrement structurante.

Ces engagements se déclinent de manière différenciée selon les branches et leurs métiers : déontologie rédactionnelle et indépendance éditoriale pour la **branche Médias**, protection des données à grande échelle pour **Hellowork group** qui gère plusieurs millions de profils candidats et recruteurs, encadrement rigoureux des usages de l'intelligence artificielle, enjeu transversal pour l'ensemble du Groupe.

# DÉONTOLOGIE

## BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

**Le Télégramme, Tébéo et Tébésud** n'ont fait l'objet d'aucune saisine de l'ARCOM ni d'aucun contentieux judiciaire en lien avec leur activité éditoriale en 2025. Cette absence de litige reflète le soin apporté par les équipes au respect des règles déontologiques et à l'indépendance rédactionnelle.

Sur la question des droits voisins, **Le Télégramme** s'inscrit dans la dynamique collective des éditeurs

de presse, qui défendent le principe d'une rémunération équitable pour l'utilisation de leurs contenus par les plateformes numériques et les systèmes d'intelligence artificielle. La question de l'entraînement des modèles d'IA sur des contenus journalistiques sans cadre légal clair constitue un enjeu stratégique pour l'ensemble de la presse régionale.

## RGPD ET PROTECTION DES DONNÉES

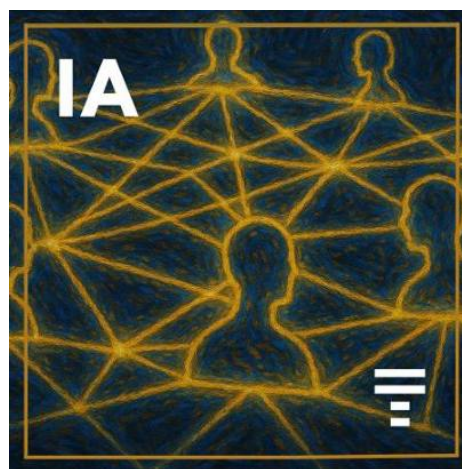
**Le Groupe Télégramme** place au cœur de ses préoccupations le respect du RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données). Ce cadre réglementaire européen a pour objectif de protéger la vie privée des citoyens en encadrant le traitement des données personnelles par les organisations et en renforçant les droits des individus sur l'utilisation de leurs propres informations.

À ce titre, le Groupe structure sa conformité par la désignation de Délégués à la Protection des Données (DPO) au sein de ses entités piliers : le journal **Le Télégramme** et **HelloWork group**. Pour les autres filiales, le Groupe veille à la désignation d'un DPO dès lors que les critères de l'article 37 du règlement sont remplis. Cette organisation est complétée, dans chaque société, par des référents RGPD métier qui assurent le suivi opérationnel de la conformité.

La transparence vis-à-vis des clients et prospects est assurée par des politiques de confidentialité détaillées, accessibles sur l'ensemble des sites internet des entreprises du Groupe, y compris pour les événements de la branche Sport.

En matière de culture interne, une campagne de sensibilisation au RGPD a été menée en 2024/2025 auprès des collaborateurs. Pour pérenniser cette démarche, une procédure de sensibilisation systématique de tous les nouveaux arrivants est désormais effective au sein du Groupe, sauf pour les sociétés de Rivacom, Inpact, Cap Évènementiel, Deuce et Ozco qui aura progressivement lieu en 2026.

## INTELLIGENCE ARTIFICIELLE



L'intelligence artificielle représente une transformation profonde pour les métiers de l'information, avec des implications environnementales, sociales et sociétales que le **Groupe Télégramme** prend en compte de manière proactive.

Au **Télégramme**, un groupe de travail transversal, réunissant rédaction, RH, juridique, numérique et publicité, a été constitué pour encadrer et accompagner les usages de l'IA. La ligne directrice est claire : l'IA est un outil d'assistance au journaliste, jamais un substitut au travail rédactionnel. Aucun contenu journalistique n'est généré par IA. Les outils déployés (Notebook LM, Trint, Pinpoint, Whisper) servent à gagner du temps sur des tâches de préparation (transcription, interrogation de corpus documentaires) pour libérer du temps au profit du terrain et de la vérification.

Des formations internes et des cycles d'acculturation ont été organisés pour accompagner les équipes dans cette transition, dans le respect de la sécurité des données et de la propriété intellectuelle. Un guide de bonnes pratiques encadre les usages, notamment l'obligation de mentionner explicitement toute illustration générée par IA.

# CONCLUSION

Ce Reporting des Performances Extra-Financières 2025 témoigne de l'engagement du Groupe Télégramme à rendre compte, de manière transparente et structurée, de ses impacts et de ses actions dans les domaines social, environnemental et sociétal.

La diversité des activités du Groupe, information locale, mise en relation professionnelle, événementiel sportif, se traduit par des enjeux spécifiques à chaque branche, que ce rapport s'est attaché à documenter de façon fidèle et vérifiable. Les indicateurs présentés ont fait l'objet d'une vérification par un organisme tiers indépendant, Baker Tilly, dans le cadre d'une démarche d'amélioration continue de la qualité des données publiées.

Le Groupe entend poursuivre cette démarche dans les prochains exercices, en élargissant le périmètre de ses données et en consolidant les bases d'un reporting aligné sur les standards européens en vigueur.

