

Déclaration de Performance Extra-Financière

2019





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 la région.

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 dérogeants à ce périmètre sont précisées directement dans le texte.

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



SOMMAIRE

- 01 | MODÈLES D'AFFAIRES · P7
- 02 | LES MÉTIERS · P11
- 03 | CHIFFRES CLÉS · P17
- 04 | PRINCIPAUX ENJEUX EXTRA-FINANCIERS · P21
- 05 | PRINCIPAUX ENJEUX SOCIÉTAUX · P25
- 06 | PRINCIPAUX ENJEUX SOCIAUX · P37
- 07 | PRINCIPAUX ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX · P51

LE MOT DU PRÉSIDENT

« Les activités du Groupe Télégramme touchent la vie quotidienne des citoyens ; information et communication, emploi, sports et loisirs. 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 cette Déclaration de performance extra-financière 2019 l'ensemble de nos indicateurs de performance répondant aux enjeux sociaux, environnementaux, et sociétaux qui rappellent nos engagements en tant qu'entreprise ainsi que de nombreuses illustrations de la volonté de nos équipes à imaginer des solutions toujours plus innovantes et adaptées en matière de responsabilité sociétale. »

Edouard Coudurier

01.

PRÉSENTATION DES MODÈLES D’AFFAIRES



UN GROUPE INDÉPENDANT ET INNOVANT

Le Groupe Télégramme, groupe indépendant, s'appuie sur le quotidien Le Télégramme créé en 1944, 4ème quotidien régional français. Le Groupe est aujourd'hui présent sur tous les horizons de la communication (Presse, TV locale, Information en ligne, Services, Événementiel).

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

- Informer, produire et diffuser de l'information de qualité sous toutes ses formes.
- Proposer un panel d'offres et de services aux entreprises et aux annonceurs dans le domaine de l'emploi.
- Créer, gérer et organiser des événements, notamment sportifs, de forte notoriété.

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.

Dans cette déclaration de performance extra-financière, le périmètre concerne l'ensemble des sociétés intégrées en intégration globale dans les comptes consolidés.



GOVERNANCE

Le conseil d'administration valide la stratégie dirigée et pilotée par le Président du Groupe. Les dirigeants du Groupe interviennent dans des comités de direction et comités de surveillance.

Des groupes de travail transversaux ad hoc réunissent les diverses compétences et expertises au sein du Groupe Télégramme.

02.

LES MÉTIERS

ACTIVITÉ MÉDIA



Photo Claude Prigent

La branche média du Groupe Télégramme, dont le siège social se trouve à Morlaix, compte le quotidien imprimé Le Télégramme, avec 19 éditions sur trois départements (Finistère, Côtes d'Armor et Morbihan), ainsi que quatre magazines et publications.

Le Groupe est également présent dans l'audiovisuel via les chaînes Tébéo et Tébésud rassemblant 230 000 téléspectateurs (par semaine). 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. letelegramme.fr affiche près de 30 millions de pages vues par mois.

ACTIVITÉ EMPLOI



Hellowork à l'honneur sur BFM Business en 2019 - Copie d'écran BFM Business

Le métier dit de « services » est principalement représenté par la filiale Hellowork détenue à 100% par le Groupe.

Cette activité propose à la fois des services BtoB aux entreprises pour recruter de nouveaux collaborateurs et aux centres de formation pour recruter des futurs stagiaires, et 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 dédiées à une communauté dont les principales sont RegionsJob, ParisJob, Cadreo, BDM/media (Le Blog du Modérateur), MaFormation et Diplomeo.

Le métier dit de « services » est principalement représenté par la filiale Hellowork détenue à 100% par le Groupe.

Cette activité propose à la fois des services BtoB aux entreprises pour recruter de nouveaux collaborateurs et aux centres de formation pour recruter des futurs stagiaires, et 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 dédiées à une communauté dont les principales sont RegionsJob, ParisJob, Cadreo, BDM/media (Le Blog du Modérateur), MaFormation et Diplomeo.

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, Stepstone, Leboncoin. L'activité est également soumise à des régulations légales et dépendantes de la santé économique et du marché du travail.

L'offre de Hellowork se développe également à travers une suite d'outils et de solutions technologiques en mode SAAS dédiées aux recruteurs, comme la CVthèque, TalentPlug, TalentDetection, CVCatcher et Jai acquis en 2018. Ils mettent à disposition de chaque entreprise les dernières avancées technologiques pour optimiser et faciliter leurs recrutements.

ACTIVITÉ ÉVÉNEMENTIEL SPORTIF



Photo Haute Route

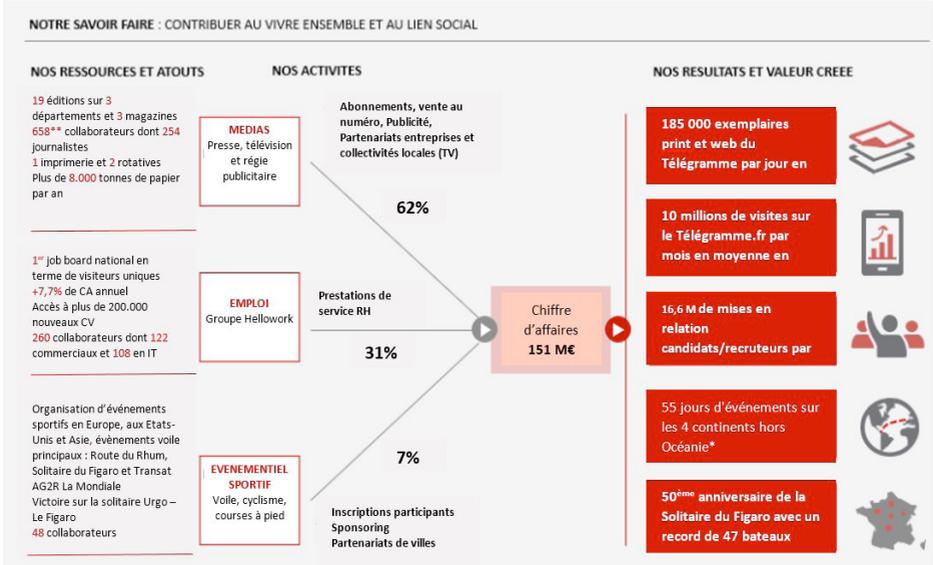
Le Groupe Télégramme s'est développé dans la création et l'organisation d'événements sportifs avec les sociétés Pen Duick (entrée dans le groupe en 2004), OC Sport (en 2014), acteur international de marketing sportif qui opère dans la voile et l'outdoor et depuis juillet 2019 dans UTMB Group. Le Groupe a également une activité de gestion de licences de marque avec la marque Pen Duick et UTMB au niveau mondial.

Les principaux événements organisés sont les courses nautiques (La Route du Rhum, la Solitaire du Figaro, The Transat et la Transat AG2R La Mondiale), les courses et marathons (Triathlon de Genève, 20km de Genève) principalement en Suisse, et enfin les courses cyclistes (les événements Haute Route) en Europe (Italie, France, Norvège) et aux Etats Unis. La dynamique du secteur sportif entraîne le Groupe à se développer à l'international à travers de nouveaux projets de développement.

03.

CHIFFRES CLÉS

SAVOIR FAIRE



*le périmètre porte sur 55 jours d'événements (hors voile) répartis sur 16 événements, sur les 4 continents hors Océanie

**dont 11 collaborateurs dans la société Groupe Télégramme Services, rattachés au pôle historique du Groupe, soit le pôle Médias.

La notion de collaborateurs se définit de la manière suivante : nombre de contrats à durée indéterminée ajouté au nombre de contrats à durée déterminée sur le périmètre des entités à intégration globale au 31/12/2019.

PARTIES PRENANTES

PRINCIPALES PARTIES PRENANTES	MEDIAS	EMPLOI	EVENEMENTIEL SPORTIF	PRINCIPALES ATTENTES	MODALITES DE DIALOGUE
 Collaborateurs	658 dont 254 journalistes	260 collaborateurs dont 122 commerciaux et	48 collaborateurs	Un parcours professionnel enrichissant et engageant	Instance de dialogue social intranet Entretiens annuels
 Clients	Population française	DRH et centres de formation de tous types de comptes (CAC40, ETI, PME) Salariés en recherche d'emploi ou de formation	Participants aux événements, sportifs et passionnés de sports amateurs ou professionnels	Des offres innovantes répondant à leurs attentes dans leur quotidien	Enquête de satisfaction Service client Réseaux sociaux
 Partenaires d'affaires	Fournisseurs de papier Annonceurs	Campagnes et espaces publicitaires (radio, affichage, internet)	Sponsors sportifs et autres Sous traitants de logistique, marketing communication	De nouvelles opportunités commerciales et des relations équitables	Relations contractuelles
 Collectivités locales	Partenariats collectivités locales	Bassin d'emploi Stage 301	Partenariats collectivités locales et villes accueillant les événements	Une contribution à la vie des territoires	Partenariats Mécénat

PERFORMANCES



3 métiers : Médias, services, événementiel



151 millions de chiffre d'affaires



Des participations dans 48 Sociétés



966 dont 254 journalistes



Près de 400 000 ex. vendus par parution, toutes publications confondues



Plus de 10 millions de visites par mois sur les sites du Groupe



Une présence internationale



Plus de 230.000 téléspectateurs sur les chaînes du groupe



Événements nautiques et musicaux majeurs. 3M de spectateurs cumulés

04.

PRINCIPAUX ENJEUX EXTRA-FINANCIERS

PRÉSENTATION DES ENJEUX

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 les bases des cartographies des risques du Groupe existantes ainsi que de référentiels et benchmark sectoriels.

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 activités du Groupe : Médias, Services et Événementiel sportif 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 :

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

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.

ENJEUX IDENTIFIÉS

	Enjeux extra-financiers	Média	Emploi	Événementiel
Enjeux sociétaux	Engagement dans la vie des territoires	x	x	x
	Adaptation de l'offre et satisfaction client	x	x	x
	Respect des règles de déontologie dans l'information	x		
Enjeux sociaux	Qualité des relations sociales	x	x	x
	Conditions de travail et santé-sécurité au travail	x	x	x
	Respect de l'égalité des chances et lutte contre les discriminations	x	x	x
	Gestion des compétences des salariés pour répondre à la transformation de l'entreprise	x	x	x
Enjeux environnementaux	Lutte contre le changement climatique	x		x
	Maîtrise des impacts environnementaux dans nos activités	x		x

Les politiques mises en place par le Groupe Télégramme et les indicateurs de performance associés sont présentés ci-après.

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.

05.

PRINCIPAUX ENJEUX SOCIÉTAUX



L'ENGAGEMENT DANS LA VIE DES TERRITOIRES



Remise de la Victoire du "Breton de l'année" à Jean-René Mahé, pour son combat contre l'illettrisme, lors des Victoires de la Bretagne 2019 - Photo François Destoc

• Contexte

L'engagement dans la vie des territoires est au cœur de l'ADN du Groupe et de ses trois activités. Le Télégramme 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-économique local à travers l'emploi créé, le soutien aux associations et les partenariats.

• Actions menées

Le Télégramme, ancré dans le territoire breton, contribue au bassin d'emploi régional. Dans sa volonté d'être un acteur engagé sur son territoire, le Groupe s'efforce de dialoguer avec les pouvoirs publics et les acteurs locaux afin de favoriser l'emploi local. Au travers de réunions conjointes, en présence de nos représentants GPEC, il contribue ainsi à optimiser la mobilité géographique ou l'aide à la recherche d'emploi du conjoint. De la même façon, le Télégramme a mis en place depuis plusieurs années des accords avec environ une trentaine d'établissements (Lycées et IUT) de Bretagne, afin de former leurs étudiants aux techniques de vente. Ces formations ont lieu sur trois jours et sont animées par les encadrants du Télégramme. Les élèves bénéficient d'une mise en pratique à travers des opérations de phoning, des rendez-vous et animations terrain, avec pour objectif de vendre des abonnements au journal papier et/ou digital.

Par ailleurs, le Télégramme soutient des associations en leur apportant des espaces de communication et de promotion dans ses colonnes, en contrepartie d'une visibilité de sa marque sur le site de leurs événements. Avec des associations sportives (courses à pied, à vélo, de voile, ...) et culturelles (festivals de musique, théâtre, ...), ce sont au total environ 880 partenariats qui ont été conclus en 2019. En outre, le Télégramme soutient plusieurs grandes causes en participant par exemple, à la fois financièrement et en matière de promotion, à la lutte contre le cancer ou à la lutte contre la mucoviscidose. Des opérations de mécénat en nature sont aussi conduites avec la SNSM ou INNOVEO, fonds de dotation du CHU de Brest pour la recherche médicale.

Tous les ans, depuis 2014, Le Télégramme organise également les « Victoires de la Bretagne ». Cette cérémonie annuelle a pour objectif de braquer les projecteurs sur des talents locaux, de leur apporter de la visibilité et de la reconnaissance. Les Victoires de la Bretagne balaient ainsi très largement le spectre de l'activité et de la société bretonnes avec une quinzaine de trophées qui récompensent aussi bien le sport, les arts, l'innovation, l'entrepreneuriat que les initiatives de collectivités locales ou de simples citoyens. Parmi les lauréats de l'édition 2019, on trouve par exemple Jean-René Mahé. Cet habitant de Guerlesquin, fondateur de l'association Addeski, a été récompensé pour son action contre l'illettrisme. Depuis leur création, les Victoires ont mis en lumière plus de 200 nommés et récompensé 80 lauréats.

Hellowork, pour sa part, 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. La société a également travaillé conjointement avec la ville de Rennes pour proposer un service à destination des habitants du territoire baptisé recrutement-rennes.com afin de les aider à trouver un nouvel emploi. Cette démarche a d'ailleurs été conduite également avec plus de 40 collectivités ou régions sur l'ensemble de l'année.

Enfin, via le pôle d'organisation d'événements sportifs, le Groupe crée des événements ancrés dans les territoires, porteurs de bénéfices économiques directs pour les collectivités locales et territoriales. Cette année a été marquée par la 50ème édition de la course à la voile en solitaire Urgo - Le Figaro, qui a été remportée par le skipper de 35 ans Yoann Richomme à bord de "Hellowork - Groupe le Télégramme". Quarante-sept skippers étaient engagés dans cette course, qui a fait l'objet d'un supplément spécial du Télégramme. L'événement a eu un fort retentissement sur le territoire en drainant une foule importante lors de l'escale de Roscoff. En moyenne, les villes-étape de la Solitaire Urgo-Le Figaro ont attiré quelque 200 000 visiteurs et l'entreprise a affrété une vedette de l'île de Batz pour accueillir une centaine de salariés conviés à assister au départ de la course.

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. Hôteliers, restaurateurs et commerçants des villes hôtes profitent de l'afflux de plusieurs milliers de visiteurs et connaissent un regain d'activité à chaque événement.

Outre les spectateurs, la présence des bénévoles sur les événements du Groupe permet de créer un véritable lien social : être bénévole permet d'acquérir de l'expérience, de partager ses compétences et d'effectuer des rencontres enrichissantes. Sur la Route du Rhum, en 2018, près de 400 bénévoles ont partagé ces aventures sportives et humaines. Les événements du Groupe sont aussi porteurs de valeurs de responsabilité, de partage et de solidarité. L'organisation du Marathon de Genève, nommé « Harmony Genève Marathon for Unicef », en est un exemple puisqu'elle permet de collecter des dons pour l'Unicef chaque année depuis 10 ans. Le 20km 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 de société.

• Indicateurs

	Média	Emploi	Événementiel sportif
2019	646 collaborateurs	260 collaborateurs 16,6 M de mises en relation candidats/recruteurs*	Course Urgo Le Figaro 2019 : retombées médias supérieures à celles de 2018 (1 200 articles presse, 2400 articles web, 182 publications TV dont 25 « minutes du jour » et plusieurs directs, 217 publications radios dont 32 spots d'auto-promotion et une émission. Soit 29,9 millions d'euros en équivalent d'achat d'espace.
2018	640 collaborateurs	242 collaborateurs 14 M de mises en relation candidats/recruteurs	Route du Rhum 2018 : 114 millions d'euros de retombées médias estimées.

**cet indicateur est calculé pour HelloWork et JobiJoba en 2019 contre uniquement HelloWork sur 2018. Par ailleurs, les pondérations prises en compte dans le calcul des mises en relation a été revu en 2019. En 2018, avec le mode de calcul utilisé en 2019, les mises en relation auraient été de 7,5 M.*

INNOVATION ET SATISFACTION CLIENT



Sortie de la nouvelle version du journal en Novembre 2019 - Photo Claude Prigent

• Contexte

Sur l'ensemble des activités du Groupe, les clients demeurent et représentent la priorité. La satisfaction de leurs besoins exige efficacité et agilité. L'adaptation aux évolutions du marché et aux évolutions technologiques, grâce à des plans d'actions robustes et modernes, sont des priorités. 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

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 196.000 exemplaires. Ce qui représente une audience quotidienne moyenne de 616.000 lecteurs.

Parce que le numérique représente un enjeu majeur, Le Télégramme a souhaité diversifier ses canaux de diffusion, tout en conservant la fidélité de ses abonnés. Avec la participation de ses télévisions TNT, Tébéo et Tébésud, Le Télégramme touche ainsi une audience complémentaire de 220.000 personnes en moyenne hebdomadaire.

D'autres produits et améliorations concourent au même objectif : en 2019, une nouvelle version du journal a été lancée pour mieux répondre aux attentes des lecteurs et pour favoriser l'interaction entre Le Télégramme et ses publics. La politique de publication en "web first" (publication d'abord aux formats numériques) a été mise en place. Les fonctionnalités de l'application internet du journal, l'agendas loisirs « Bouger en Bretagne » et le site internet Bretagne.com ont par ailleurs bénéficié d'améliorations continues.

Des enquêtes annuelles ou biennales sont effectuées auprès des abonnés. Ceux-ci ont l'opportunité de s'exprimer sur la qualité et la pertinence de notre traitement de l'information et nous aident à perfectionner nos produits et nos offres. De telles opérations ont été conduites dans la phase de conception de la nouvelle version du Télégramme.

La technicité est un facteur clé au sein du Groupe Télégramme pour répondre aux évolutions constantes. Notamment dans les services proposés par la filiale Hellowork, où les innovations technologiques sont stratégiques dans un environnement hyper concurrentiel.

L'équipe technique, qui représente près de 38% des effectifs, est organisée en méthode agile afin de produire en continu une multitude d'améliorations des produits. En 2019, 2.400 évolutions et correctifs ont été mis en production sur les services d'HelloWork.

Parmi celles-ci, des nouveautés représentant des innovations de rupture importantes comme le scrapping et la catégorisation automatique qui permettent d'aspirer d'une manière continue des milliers de sites de recrutement d'entreprises et de classer automatiquement leurs offres dans un même index. Cette maîtrise de la technologie permet ainsi de conserver la satisfaction de tous les clients, qu'ils soient des PME, des ETI ou de grands groupes français.

L'émotion, le partage, les performances sportives et techniques, sont les maîtres-mots qui résument l'état d'esprit et les ambitions animant les différents pôles du Groupe.

• Indicateurs

	Média	Emploi	Événementiel sportif
2019	362 millions de pages vues en 2019 sur letelegramme.fr 10 millions de visites* par mois en moyenne sur letelegramme.fr	2400 tickets techniques** par an	Marathon de Genève 2019 : 97% des coureurs recommanderaient l'événement à leurs proches Triathlon de Genève 2019 : 96% recommanderaient cet événement à un proche
2018	224 millions de pages vues en 2018 sur le Télégramme.fr 6 millions de visites/mois en moyenne* sur le Télégramme.fr	947 tickets techniques** par an	Haute Route Europe 2018 : 94,5% des répondants recommanderaient l'événement à un ami . Marathon de Genève 2018 : 88% des répondants très satisfaits

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

** La notion de tickets techniques correspond à l'ensemble des suivis techniques et technologiques au sein d'Hellowork. Indicateur suivi tous les ans.

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

RESPECT DES RÈGLES DE DÉONTOLOGIE DANS L'INFORMATION



Photo Claude Prigent

• 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. Sur 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 gouvernance assurent l'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

	Média
2019	Nombre d'interventions du CSA (partie TV) : 0 Nombre d'intervention du médiateur : 0
2018	Nombre d'interventions 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. Les chaînes TV du Groupe ont, quant à elles, reçu des félicitations de la part du CSA pour la qualité du traitement de l'élection présidentielle 2017.

06.

PRINCIPAUX ENJEUX SOCIAUX



DES RELATIONS SOCIALES DE QUALITÉ



Les ressources humaines assurent la mise en place de formations régulières pour les salariés - Photo Claude Prigent

• 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

Le secteur de la presse connaissant une forte mutation et le pôle médias 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, 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 : 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 2019, quatre accords principaux ont été signés au sein du Télégramme : un avenant aux critères d'intéressement (annuel), un accord relations sociales effectif dès le 1er janvier 2020, un accord sur la réutilisation des contenus journalistiques et un accord Egalité professionnelle et Qualité de Vie au Travail. La qualité de la communication interne et des échanges passe également par le développement de l'intranet, des journaux internes et des newsletters, envoyés régulièrement à l'ensemble des collaborateurs. Le but étant de pouvoir faire adhérer l'ensemble des salariés aux valeurs de l'entreprise et aux constants projets d'évolution et de transformation qu'elle met en oeuvre.

Le dialogue social est un élément-clé sur l'ensemble du Groupe. Les plans d'action menés au sein d'Hellowork le montrent également à travers un dialogue fluide entre les dirigeants et les collaborateurs. Les différents outils et rendez-vous que sont le réseau social d'entreprise, le Cdanslair, et le bingo des bureaux continuent à vivre tout au long de l'année. En complément, un système d'évaluation à 360° par ses pairs a été mis en place au département technique afin de faciliter l'évaluation dans un environnement très technique. Une journée de télétravail par semaine au département technique a été instaurée afin de répondre aux envies des salariés de plus de flexibilité et moins de transports.

Le dialogue social au sein d'OC Sport est comparable. Il s'agit d'un mode de dialogue moderne, répondant aux attentes d'une nouvelle génération sur le marché de l'emploi. Avec une moyenne d'âge d'une trentaine d'année, l'idée est de pouvoir partager les volontés de chacun tout en poursuivant des intérêts communs.

• Indicateurs

	Médias	Emploi
2019	4 accords collectifs passés en 2019 1 charte télétravail et 1 Système d'information pour la filiale Viamédia 2ème meilleur employeur secteur Médias communication (source : 2020, Mensuel Capital)	45 évaluations 360° réalisées en 2019, uniquement pour Hellowork.
2018	2ème meilleur employeur secteur Médias communication (source : 2018, Mensuel Capital)	Note de 4,5/5 HappyAtWork en 2018 pour la société Hellowork.**

L'étude Happy To Work est effectuée en interne tous les deux ans. (Note de 4,1/5) en 2016.

***HappyAtWork n'a pas été reconduit en 2019.*

CONDITIONS DE TRAVAIL ET SANTÉ SÉCURITÉ AU TRAVAIL



Photo Gilles Danet

• Contexte

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

Au Télégramme, au sein de l'activité la plus à risque qu'est l'imprimerie sur le site de Morlaix, le Document unique permet de recenser de manière détaillée et précise tous les risques et plans d'actions menés pour faire face aux risques sécuritaires.

• Actions menées

Le pôle médias, au travers de la charte Qualité de Vie au Travail, encourage la flexibilité du travail et le télétravail. En 2019, une charte dédiée au télétravail et une seconde consacrée aux Systèmes d'information ont été mises en place pour la filiale Viamedia. Des aménagements de postes sont également proposés selon les besoins de collaborateurs. En 2018, le siège du Télégramme à Morlaix a vu ses locaux rénovés afin de doter la rédaction de bureaux plus modernes, plus spacieux et lumineux, pour un meilleur confort de travail et une organisation plus collaborative. Ce processus de rénovation concerne l'ensemble des agences extérieures du Groupe.

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 auprès de la sécurité routière afin de pouvoir répondre aux enjeux de déplacement de certains salariés. 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.

Sur le pôle services, afin d'assurer le bien-être des collaborateurs, Hellowork a mis en place des salles de pause et de sommeil. Pour assurer les meilleures conditions de travail, ce sont près de 100 salariés/an qui sont conseillés par un ergonome sur le poste de travail. Au sein du pôle événementiel, 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 des filiales suisses OC Sport Suisse et Haute Route. En 2019, deux formations spécifiques ont été suivies par les collaborateurs de ces mêmes filiales : « L'épanouissement et le succès au travail ! » et « Individual and Team Coaching ».

Dans l'activité d'événements sportifs, l'enjeu de santé-sécurité concerne également et surtout les sportifs concurrents. C'est pourquoi OC Sport s'efforce de cerner les utilisations médicamenteuses des coureurs mais aussi de prévenir le dopage qu'il soit volontaire ou involontaire. En 2018, la Haute Route et Ultra Sports Foundation se sont rapprochés pour lancer le 1er Programme Santé. Ce programme a porté sur 50 volontaires sur la Haute Route Alpes 2018, avec le suivi de la condition physique des coureurs en amont de la course, via une plateforme, (médicaments, prise de compléments, entraînements) une prise de sang un mois et une autre un jour avant l'événement afin de valider leur bonne santé. Les résultats étaient ensuite communiqués aux médecins de courses pour validation de leur participation.

• Indicateurs

	Médias
2019	Nombre d'heures d'absence de salariés en raison d'accidents du travail et/ou de déplacements : 1284 heures
2018	Nombre d'heures d'absence de salariés en raison d'accidents du travail et/ou de déplacements : 391 heures

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



Photo Claude Prigent

• 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. A 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.

• Actions menées

Le Télégramme porte une attention particulière à l'inclusion des personnes handicapées. Le Groupe est la 1ère entreprise 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). Par ailleurs, certains services tels que la récupération des journaux invendus pour le recyclage sont confiés à des ESAT. De plus, au sein du Pôle mobilité un référent Handicap a été nommé afin de pouvoir développer des opportunités sur l'Emploi Handicap.

Le Groupe Télégramme porte aussi des valeurs d'égalité Hommes - Femmes afin de pouvoir répondre aux enjeux managériaux et humains de la société actuelle. Près de 40% des journalistes du palier Médias sont des femmes. Hellowork se veut aussi innovant et la stratégie de l'égalité des chances est un sujet présent dans le dialogue social avec des dirigeants présents et ouverts.

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 évènements courses à pied favorisent par exemple l'accès au sport pour les personnes réfugiées à travers le bénévolat, mais aussi grâce aux dossards offerts ou à tarif réduit. Cela se traduit également 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 : Le 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 évènements OC Sport.

• Indicateurs

	Médias	Emploi	OC Sports
2019	28% de femmes managers	31% de femmes managers (HW + JJ)	40% de femmes managers
2018	33% de femmes managers	32% de femmes managers	32% de femmes managers

Les périmètres respectifs des trois activités demeurent hétérogènes.

Sur la partie Médias, est considéré manager un salarié encadrant au minimum une personne (entretien et suivi individuel, pilotage d'activité de la personne encadrée).

Sur la partie Hellowork et OC Sport, est considéré manager un salarié ayant une responsabilité hiérarchique.

Diplomeo n'est pas considéré dans cet exercice et sera intégré à la DPEF 2020.

GESTION DES COMPÉTENCES ET DES PARCOURS DES SALARIÉS



Photo Claude Prigent

• Contexte

Les collaborateurs sont la première richesse de l'entreprise. 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. Ces plans d'actions permettent ainsi : l'anticipation des besoins en recrutements, des plans mobilités internes forts et nécessaires (géographiques ou professionnels) permettant ainsi d'atteindre un taux de 7% de mobilité (hors mobilité géographique) et la création de plans de compétences induits. Les relations et partenariats externes tant avec les Ecoles, que les Universités permettent 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. Sur le pôle médias, 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 managers et postes de directions clés du Groupe, et permettant ainsi à répondre aux projets d'avenir du Groupe.

La cartographie des compétences du Groupe permet d'anticiper les évolutions et nous assure de détenir toujours les compétences nécessaires à l'évolution de ses activités.

Etant donné que la partie technique est une variable forte 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 salariés aux outils, services et métiers. 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 former au métier du numérique et du digital. Enfin, un cycle de formation à la sécurité digitale a été commencé en 2019 pour l'ensemble des salariés.

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 2019 les collaborateurs ont bénéficié de formations liées au bien-être au travail et à des coaching individuels et d'équipe.

• Indicateurs

	Médias	Emploi
2019	72% taux de salariés en CDI formés en 2019	42 % taux de salarié CDI formés en 2019 sur la société Hellowork
2018	79% taux de salariés CDI formés en 2018	28 % taux de salarié CDI formés en 2018 sur la société Hellowork

Les politiques de formation des filiales du Pôle OC Sport, celles-ci se situant principalement à l'étranger ne sont pas comparables aux politiques et suivi de la formation en France. Ce taux de formation n'est donc pas calculé sur ce périmètre.

07.

PRINCIPAUX ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX



LUTTE CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE



Chaque jour les 700 vendeurs-colporteurs du Télégramme livrent près de 200.000 journaux - Photo Claude Prigent

• 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 spectateurs et participants aux événements.

• Actions menées

Au sein du Télégramme, tous les efforts sont réalisés pour livrer les journaux aux abonnés en déployant des méthodes plus économes en énergie. Par exemple, une application d'aide au portage a été mise en place afin d'aider les 700 vendeurs-colporteurs à optimiser le trajet de leur tournée quotidienne. Par ailleurs, la géolocalisation des boîtes aux lettres est également un outil à leur disposition pour les aider à parcourir moins de kilomètres. Les émissions de sources fixes de combustion ont été réduites ces dernières années principalement par le remplacement d'une chaudière au fioul par une chaudière au gaz, des travaux d'isolation de certains bâtiments et la sensibilisation des collaborateurs aux éco-gestes qui ont permis une réduction des consommations liées au chauffage. Les émissions indirectes liées à la consommation d'électricité ont été réduites notamment grâce à un moindre recours à l'électricité pour le chauffage, à la mise en place du rétrofit sur les rotatives et la sensibilisation des collaborateurs aux éco-gestes.

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.

En 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...). Ce bilan permet d'entamer une réflexion sur des pistes de réduction possibles des émissions de CO2 afin de réduire l'impact environnemental des courses.

Le prestataire choisi, EcoAct, a appliqué le « Green House Gaz protocole ». Cette méthodologie consiste à analyser les émissions de GES (gaz à effet de serre) à partir des données collectées sur l'énergie, les déchets, les déplacements de personnes, le fret et les intrants (achats de fournitures, matériaux, prestations de services, repas et nuitées d'hôtel). Les émissions de GES sont ainsi calculées en multipliant les données par les facteurs d'émissions (t_{éq}CO₂/émission). Cette analyse a donné lieu à des recommandations via un plan d'action de réduction élaboré par EcoAct. L'objectif de ce rapport est de servir de base de travail pour la construction de la Route du Rhum – Destination Guadeloupe 2022, en accord avec la stratégie de développement durable que souhaite mettre en œuvre OC SPORT Pen Duick.

Un bilan GES et un audit énergétique ont été effectués en 2019 à partir des données 2018 sur le pôle Médias.

• Indicateurs

	Médias	Emploi	OC Sports
2019	Le Télégramme* : GES : 1902 TéquCO2 Gaz : 1 254 416 kWh PCS Electricité : 2 753 333 kWh Fioul : 15 300 kWh eq. élec	Société Hellowork: Electricité : 174.044 kWh	Bilan EcoAct Route du Rhum 2018 : - 150 000 tonnes d'équivalent CO2 - 0,07 tonnes/ visiteurs Répartition des émissions de CO2 : - 77% des émissions dans les déplacements - 24% des émissions dans les intrants - moins de 1% des émissions dans l'énergie, les déchets et le fret
2018	Gaz : 1 273 981 kWh PCS Electricité : 2 712 122 kWh	Electricité : 185 207 kWh	Compensation carbone : 4 000 palétuviers plantés dans la mangrove indonésienne pour la reforestation lors de la Route du Rhum 2018

* L'audit réalisé concerne uniquement le siège du journal Le Télégramme qui représente la majorité de la consommation énergétique en raison des installations industrielles, de la structure logistique de livraison et de la présence de la majorité des salariés.

MAÎTRISE DES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX



L'ensemble des plaques en aluminium utilisées chaque jour sur les rotatives du Télégramme sont recyclées pour devenir par exemple des éléments de toitures. - Photo Claude Prigent

• Contexte

Autant dans les activités de médias que dans les événements sportifs, les gestes écoci-toyens sont favorisés pour réduire l'impact environnemental. Ces efforts portent principalement sur l'utilisation et le recyclage du papier à travers les impressions de journaux et magazines et sur la gestion des déchets lors des évènements sportifs.

• Actions menées

Afin d'assurer une gestion responsable des ressources de papier, chaque année, environ 1.974 tonnes de journaux usagés sont envoyés à l'usine Cellaouate, où ils sont transformés en ouate de cellulose, un puissant 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 environ 30% de sa consommation de papier journaux.

Le Télégramme est fabriqué à partir de papier recyclé, la fibre de cellulose composant le papier pouvant être recyclée jusqu'à cinq fois. Le recyclage permet alors de réutiliser la fibre pour produire un nouveau papier et maximiser la durée de vie de la matière. 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 2019 pour certifier le journal le Télégramme jusqu'en mai 2024. L'objectif est de promouvoir une gestion durable des forêts. Le Télégramme s'efforce également de produire un juste nombre d'exemplaires pour limiter le nombre d'invendus.

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 2 grammes d'encre sont consommés pour imprimer la totalité des pages du journal. Le Groupe Télégramme répond aux exigences des critères de CITEO^[1]. 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. A cet engagement, s'ajoute une démarche indépendante menée par l'entreprise. Elle s'attache actuellement à supprimer les développeuses utilisant de la chimie pour la production des plaques Offset et passer à l'utilisation de plaques sans développement.

Dans le cadre de l'organisation des événements sportifs, les pratiques visant à limiter notre impact environnemental sont également mises en oeuvre. Ainsi, pour limiter la production de déchets, toutes les bouteilles en plastique ont été supprimées sur les événements Haute Route. De même, sur les événements de course à pied, un partenariat a été noué avec SIG pour éliminer les bouteilles et encourager la consommation d'eau du robinet. Pour les événements de voile, 120.000 gobelets réutilisables ont été mis à la disposition des participants et des bénévoles sur l'année, permettant ainsi d'éviter de jeter 2,6 tonnes de gobelets en plastique. De plus, sur le village du Rhum, un tri des mégots a été mis en place : les 15.000 mégots collectés représentent 3.700m³ d'eau non polluée.

Afin de sensibiliser les spectateurs et les participants, plusieurs partenariats ont également été développés :

- avec Océan Bien Commun, pour leur permettre de collecter des signatures en faveur de la protection des océans sur le village de la course de la Route du Rhum 2018 (3 500 signatures collectées);
- avec Surfrider, lors d'une opération de ramassage de déchets organisée en Guadeloupe;
- avec Batmaid, pour assurer le recyclage des déchets;
- avec 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

	Médias	Emploi
2019	+ 50% de fibres recyclées utilisées dans le Journal Le Télégramme	Eco points sur nos évènements : La tour Genève Triathlon : 80% ^[2] 20km de Genève : 79% ^[3] Harmony Genève : 87% ^[4]
2018	+ 50% de fibres recyclées utilisées dans le Journal Le Télégramme	Eco points sur nos évènements : La tour Genève Triathlon : 66% 20 km de Genève : 74% Harmony Genève : 90%

^[1] : CITEO est une entreprise privée, née en 2017, en charge du recyclage des emballages ménagers et papiers graphiques. L'activité de CITEO est règlementée par un agrément d'Etat pour une durée de 5 ans.

^[2] : <https://manifestation-verte.ch/EventProfil/Detail/9225>

^[3] : <https://manifestation-verte.ch/EventProfil/Detail/9259>

^[4] : <https://manifestation-verte.ch/EventProfil/Detail/8185>

CORONAVIRUS - LE GROUPE A SU S'ADAPTER RAPIDEMENT



Photo DR

Situation particulière en 2020, la crise du coronavirus est venue bouleverser les points d'action prévus. Très rapidement, le Groupe Télégramme a pris des mesures de sauvegarde face à l'effondrement de la publicité et des ventes physiques.

Une réduction du nombre des éditions a tout d'abord été nécessaire et une politique de chômage partiel a dû être appliquée pour une partie des salariés sans activité. Pour le reste de l'entreprise, l'activité a continué avec la mise en place du télétravail dès que cela était possible, appuyé par la charte télétravail déjà existante, présentée plus haut dans ce document. L'infrastructure intranet opérationnelle depuis deux ans a permis cette transition rapide, quasiment du jour au lendemain, sans avoir à recourir à de grands plans de formation. Une sécurisation informatique adaptée, tant des données personnelles que des accès professionnels, aux différents systèmes d'information a été mise en oeuvre.

Le service ressources humaines et les cadres de l'entreprise ont régulièrement communiqué via intranet et visio-conférences auprès de leurs équipes sur les actions mises en oeuvre - tant physiques par la mise à disposition de masques, de gel hydroalcoolique et la définition d'un sens de circulation, qu'organisationnelles au travers de la restructuration des équipes dans tous les services. Les journalistes des sports par exemple, dont l'activité a été particulièrement touchée par la crise, ont ainsi été répartis dans les rédactions locales où le besoin d'information était plus fort.

Pour les salariés en difficulté, un fonds de solidarité a été activé avec Audiens via un système d'aide sociale exceptionnel.

groupe
Télégramme
médias | services | évènementiel

Maquette :
Antoine Dagorn - Groupe Télégramme Services (GTS)
Gilles Danet - Le Télégramme