

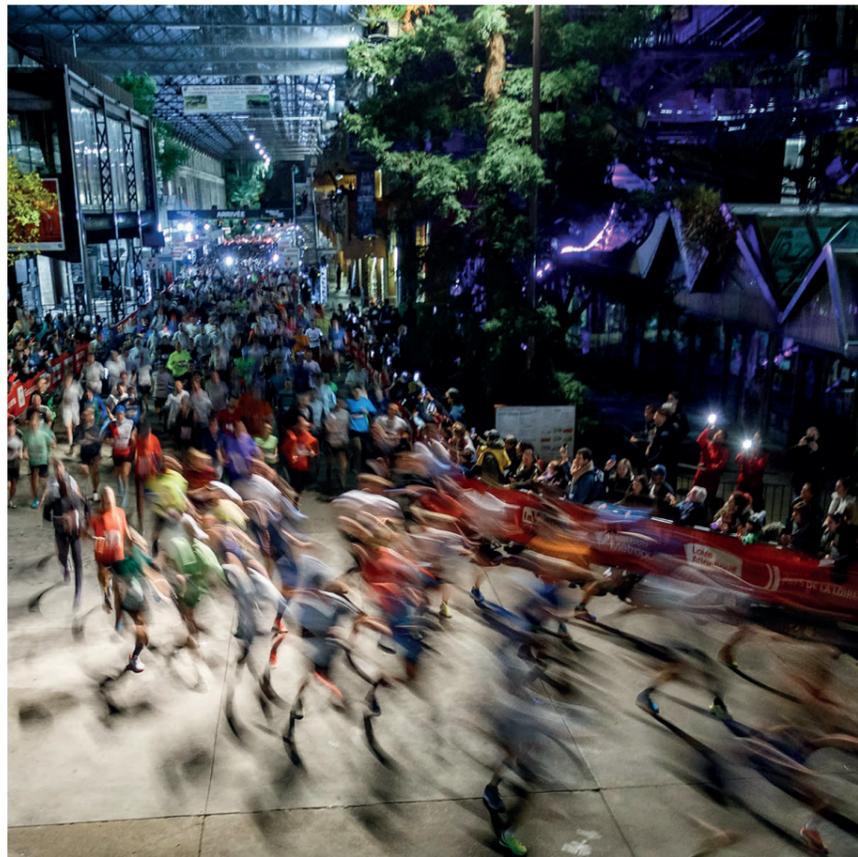


2024
DÉCLARATION
DE PERFORMANCE
EXTRA-FINANCIÈRE

Année 2024



DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE



Sommaire

- P4 • Préambule
- P5 • Favoriser la vie en société
- P6 • Présentation du Groupe et des modèles d'affaires

- P7 • Groupe Télégramme : indépendant et innovant
- P8 • Gouvernance
- P8 • Les chiffres du Groupe Télégramme
- P9 • Les métiers
- P13 • La branche Médias & Communication
- P14 • Modèle d'affaires de la branche Médias & Communication
- P17 • La branche Emploi, Recrutement & Formation
- P18 • Modèle d'affaires de la branche Emploi, Recrutement & Formation
- P21 • La branche Sports & Culture
- P22 • Modèle d'affaires de la branche Sports & Culture

- P24 • Les principaux enjeux extra-financiers et objectifs à long terme

- P32 • LES PRINCIPAUX ENJEUX SOCIÉTAUX**
- P33 • L'engagement dans la vie des territoires**
Contexte / Actions menées / Indicateurs de performance
- P39 • L'innovation dans les offres et satisfaction client**
Contexte / Actions menées / Indicateurs de performance
- P43 • Respect des règles de déontologie de l'information**
Contexte / Actions menées / Indicateurs de performance
- P45 • Actions visant à promouvoir la pratique d'activités physiques et sportives**
Contexte / Actions menées

- P48 • LES PRINCIPAUX ENJEUX SOCIAUX**
- P49 • La qualité des relations sociales et accords liés**
Contexte / Actions menées / Indicateurs de performance
- P52 • Les conditions de travail et santé sécurité au travail**
Contexte / Actions menées / Indicateurs de performance
- P54 • Le respect de l'égalité des chances, lutte contre les discriminations et promotion de la diversité**
Contexte / Actions menées / Indicateurs de performance
- P56 • La gestion des compétences et des parcours des salariés pour répondre à la transformation de l'entreprise**
Contexte / Actions menées / Indicateurs de performance

- P58 • LES PRINCIPAUX ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX**
- P59 • La lutte contre le changement climatique**
Contexte / Actions menées / Indicateurs de performance
- P62 • La maîtrise des impacts environnementaux des activités**
Contexte / Actions menées / Indicateurs de performance

- P65 • Conclusion

PRÉAMBULE

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

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

Un certain nombre de champs d'action ne sont pas applicables au Groupe Télégramme de par la nature de ses activités :

- les actions de lutte contre le gaspillage alimentaire,
- le respect du bien-être animal,
- l'alimentation responsable, équitable et durable,
- la précarité alimentaire
- le lien Nation-armée et soutien de l'engagement dans les réserves. Le Groupe Télégramme ne mène pas d'actions de recensement des réservistes présents dans ses effectifs.

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 Télégramme.

Les pictogrammes utilisés dans ce document proviennent des objectifs de développement durable de l'ONU et permettent de situer le Groupe Télégramme au sein des enjeux environnementaux mondiaux.



FAVORISER LA VIE EN SOCIÉTÉ

« Les activités du Groupe Télégramme touchent la vie quotidienne des citoyens : information et communication, emploi, sports, loisirs et culture. C'est pourquoi il s'attache à exercer ses missions dans le respect de principes éthiques favorisant la vie en société et le lien social. Vous trouverez dans ce rapport de Responsabilité Sociétale d'Entreprise 2024 l'ensemble des indicateurs de performance du Groupe Télégramme répondant aux enjeux sociaux, environnementaux, et sociétaux qui rappellent ses engagements en tant qu'entreprise ainsi que de nombreuses illustrations de la volonté de ses équipes à imaginer des solutions toujours plus innovantes et adaptées en matière de responsabilité sociétale. »

Édouard Coudurier

01



PRÉSENTATION DU GROUPE ET DES MODÈLES D'AFFAIRES



8 TRAVAIL DÉCENT
ET CROISSANCE
ÉCONOMIQUE

9 INDUSTRIE,
INNOVATION ET
INFRASTRUCTURE

LE GROUPE TÉLÉGRAMME : INDÉPENDANT ET INNOVANT

Indépendant, le Groupe Télégramme s'appuie sur le quotidien Le Télégramme créé en 1944, 2^e 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, formateurs sur

leurs enjeux RH, de recrutement et de formation.

Branche Sports & Culture : 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 de Groupe Télégramme fixe les stratégies des branches. Celles-ci sont mises en œuvre par le président et les dirigeants du groupe par le biais des comités stratégiques et des organes de gouvernance des branches.

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

Depuis 2022, cette gouvernance s'est étoffée avec la création d'un comité Impact RSE Groupe constitué des dirigeants et représentants des 3 branches d'activités. Ce comité se réunit 2 fois par an et a pour objectif de partager et faire remonter les avancées de chacune des branches, ainsi que de mettre en place des chantiers communs.

Depuis 2023, l'équipe RSE s'est structurée avec l'arrivée d'un Chargé de mission RSE au niveau du Groupe Télégramme pour accompagner le Responsable RSE Groupe dans la coordination des initiatives entre et au sein des 3 branches d'activités.

LES CHIFFRES DU GROUPE TÉLÉGRAMME



1344
collaborateurs



Une présence
à l'international



238 millions d'euros
de chiffre d'affaires
consolidé

LES MÉTIERS

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



Médias & Communication



Emploi, Recrutement & Formation



Sports & Culture



MÉDIAS & COMMUNICATION

Presse, internet, télévision, régie publicitaire

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

RIVA.COM COMMUNICATION ALTERNATIVE **viamédia** Régie
Le Télégramme

EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION

Groupe Hellowork

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

hellowork
group

SPORTS & CULTURE

Sports et festival

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

OC SPORT
C2G

3 BRANCHES D'ACTIVITÉS



2 MAGAZINES

1 QUOTIDIEN PAYANT

19 éditions dans 3 départements + 1 édition numérique
+ 279.000 abonnés

2 CHÂÎNES DE TÉLÉVISION

382.500 téléspectateurs au global

1 AGENCE

de communication

1 RÉGIE

publicitaire

7 000

candidats recrutés par jour

+ DE 11,4 MILLIONS

d'offres d'emploi diffusées chaque année

+ DE 80 000 PROFESSIONNELS

(recruteurs, dirigeants,...) ont utilisé les solutions du groupe Hellowork en 2024

+ DE 100 MILLIONS DE MISES EN RELATION

entre des particuliers et des professionnels sur l'ensemble des activités en 2024

+ DE 900 000 OFFRES DE FORMATIONS

initiales ou professionnelles

350 ÉVÉNEMENTS

digitaux de recrutement en 2024 et 100.000 rencontres réalisées

16 ÉVÉNEMENTS SPORTIFS

120 JOURS DE COMPÉTITION

+ DE 110 000 PARTICIPANTS

aux épreuves OC Sport en 2024

1^{ÈRE} ÉDITION

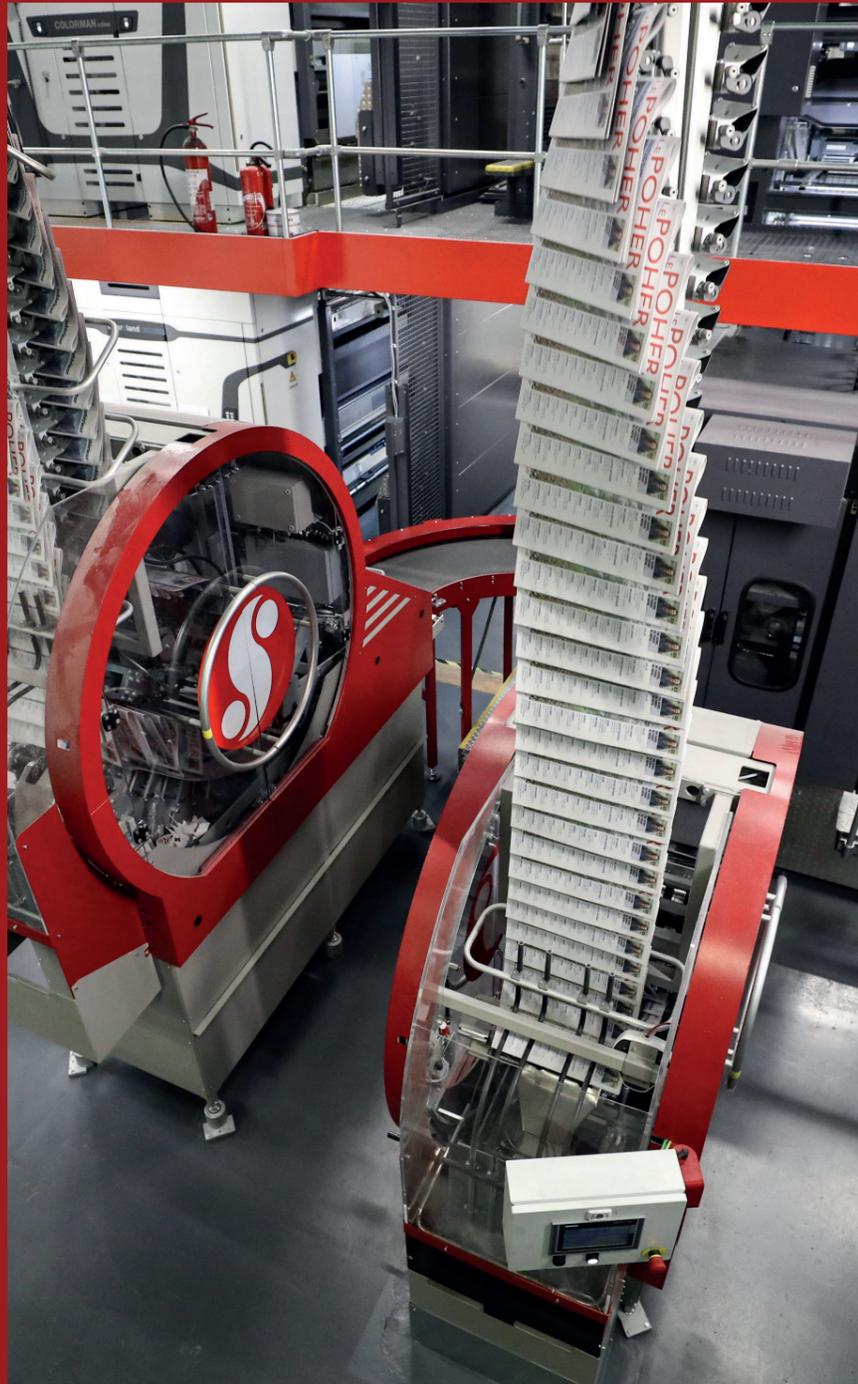
du Marathon International de la Côte d'Amour Amarris

1^{ÈRE} ÉDITION

de l'Arkéa Ultim Challenge - Brest course autour du monde de la classe Ultim

RÉÉDITION DU TOUR DE BELLE-ÎLE

350 bateaux au départ de la Trinité-sur-Mer
2.000 marins passionnés



01. LA BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

La branche Médias & Communication du Groupe Télégramme, dont le siège social se trouve à Morlaix, compte le quotidien imprimé Le Télégramme (19 éditions sur 3 départements bretons + 1 édition numérique) qui a fêté ses 80 ans en 2024, ainsi que deux magazines mensuels et bi-mestriels et diverses publications. Le Groupe est également présent dans l'audiovisuel via les chaînes de TV TNT Tébéo et Tébésud. Celles-ci ont rassemblé un public global de 382 500 téléspectateurs en 2024 (moyenne hebdomadaire).

Par l'intermédiaire de la régie Viamédia, la gestion des espaces publicitaires avec les annonceurs est internalisée. Le secteur de la presse connaît une forte mutation. Le Télégramme s'est transformé progressivement en entreprise d'information multimédia en développant ses offres web et mobile. Letélégramme.fr affiche près de 52 millions de pages vues par mois en 2024. La Branche intègre également les activités du Groupe RIVACOM - agence de contenu, digitale et événementielle.



01

Modèle d'affaires de la branche Médias & Communication

TENDANCES

Enjeux environnementaux

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

Enjeux sociétaux

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

Risques

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

RESSOURCES

Capital humain

774 ETP salariés
266 journalistes
28 % des salariés bénéficiant de formations chaque année

Capital financier

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

Capital intellectuel

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

IMPACTS

Capital humain

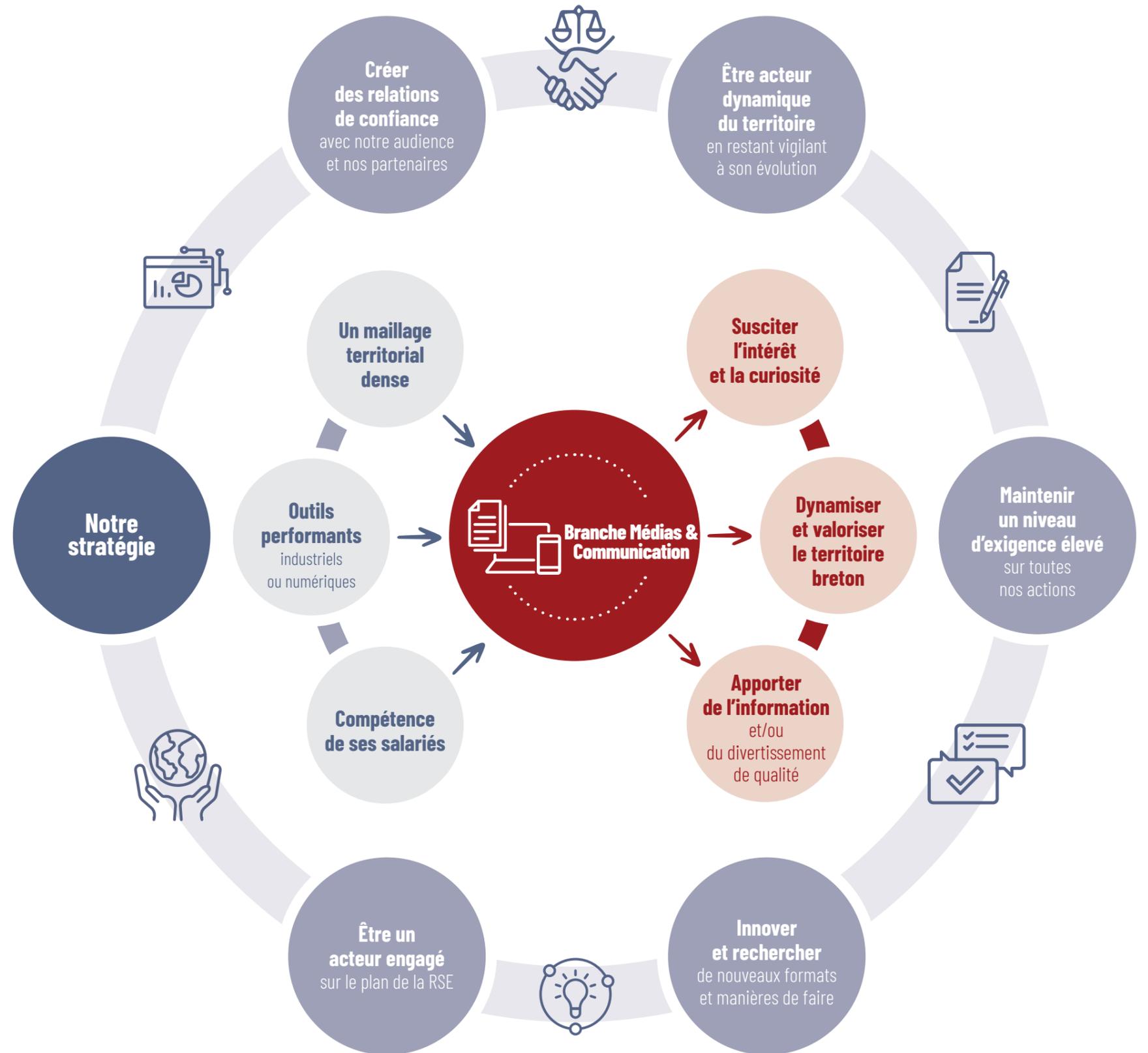
- Fidélisation forte des salariés
- Forte implication concernant la qualité et santé au travail
- Démarche proactive QHSE

Capital financier

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

Capital intellectuel

- Connaissance terrain et lectorat affinée d'année en année





02

02. LA BRANCHE EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION

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

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

Ces services sont proposés via :

- HELLOWORK EMPLOI : les plateformes de recrutement : HelloWork en France et JobiJoba dans 13 pays dans le monde les solutions de Talent acquisition : Magnet (site carrière), Basile (cooptation), Stori (programmation), Smartforum (marques blanches)

- HELLOWORK EDUCATION : les plateformes de mise en relation pour la formation initiale ou continue : MaFormation et Diplomeo ;

- HELLOWORK EVENTS : la plateforme Seekube permettant d'organiser des événements digitaux de recrutement

- HELLOWORK MEDIAS BDM et Helloworkplace : HelloWork opère sur le marché français, un marché concurrentiel tiré par l'innovation et la puissance des marques dont les principaux acteurs sont internationaux comme LinkedIn, Indeed sur le marché de l'emploi et Google ou Meta sur le marché Education.

L'activité est également impactée par des régulations légales ainsi que par les fluctuations macroéconomiques et leurs conséquences sur les marchés de l'emploi, de l'orientation et de la formation. L'offre de HelloWork se développe également à travers une suite d'outils et de solutions technologiques en mode SAAS (Software As A Service) dédiées aux recruteurs : Magnet (Site carrière), Basile et un ATS (application logicielle destinée aux ressources humaines) qui mettent à disposition des entreprises et des acteurs publics les dernières avancées technologiques pour optimiser et faciliter leurs processus de recrutements. Enfin, HelloWork propose une solution digitale en marque blanche, c'est-à-dire que nous développons pour le compte des collectivités et organisateurs de salon via le service SmartForum.

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

TENDANCES

Enjeux environnementaux

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

Enjeux sociétaux

- Multiplication des expériences durant une même carrière professionnelle
- Turn-over croissant dans les organisations
- Dynamique forte de la formation
- Participer à l'autonomie stratégique de la France et de l'Europe sur les sujets des compétences

Risques

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

RESSOURCES

Capital humain

527 ETP salariés dans toute la France

Capital financier

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

Capital intellectuel

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

IMPACTS

Capital humain

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

Capital financier

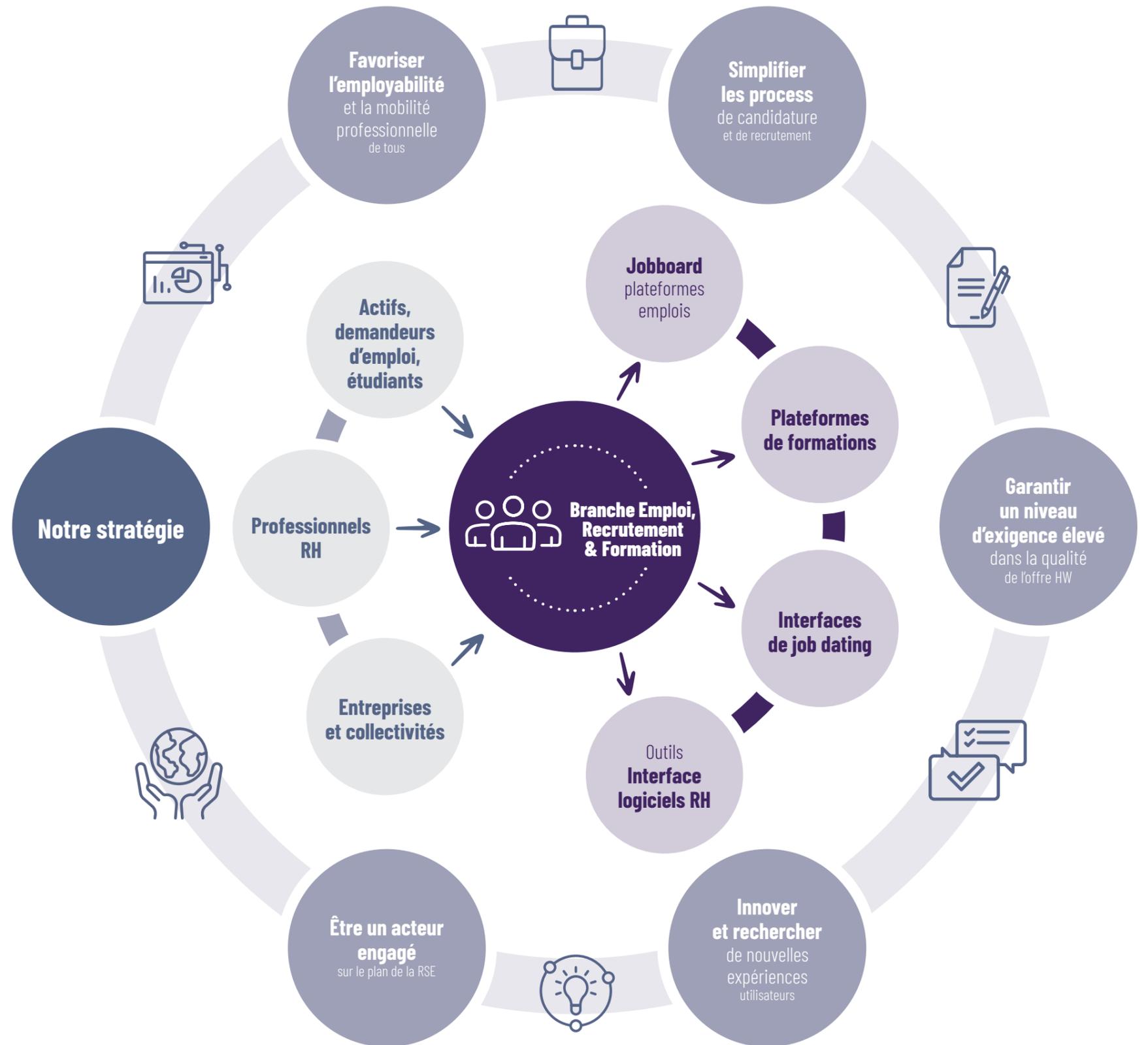
- Croissance autofinancée
- Agilité et performance de la structure

Capital sociétal et environnemental

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

Capital intellectuel

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





03. LA BRANCHE SPORTS & CULTURE

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

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

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

Les principaux événements organisés par ces sociétés sont :

- Les courses nautiques : La Route du Rhum - Destination Guadeloupe, l'Arkea Ultim Challenge - Brest, la Solitaire du Figaro Paprec, The Transat CIC, la Transat Paprec et le Tour de Belle-Ile.

- Les événements de masses en running et multisport autour du Lac Léman avec l'organisation du La Tour Genève Triathlon, du Generali Genève Marathon, etc. ainsi que dans les Pays de la Loire : Abalone Marathon de Nantes, Marathon Côte d'Amour Amarris, Foulées des géants.



03

Modèle d'affaires de la branche Sports & Culture

TENDANCES

Enjeux environnementaux

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

Enjeux sociétaux

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

Risques

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

RESSOURCES

Capital humain

43 ETP salariés dans 2 pays

Capital financier

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

Capital intellectuel

- Expérience sur des centaines d'événements sportifs

Capital sociétal et environnemental

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

IMPACTS

Capital humain

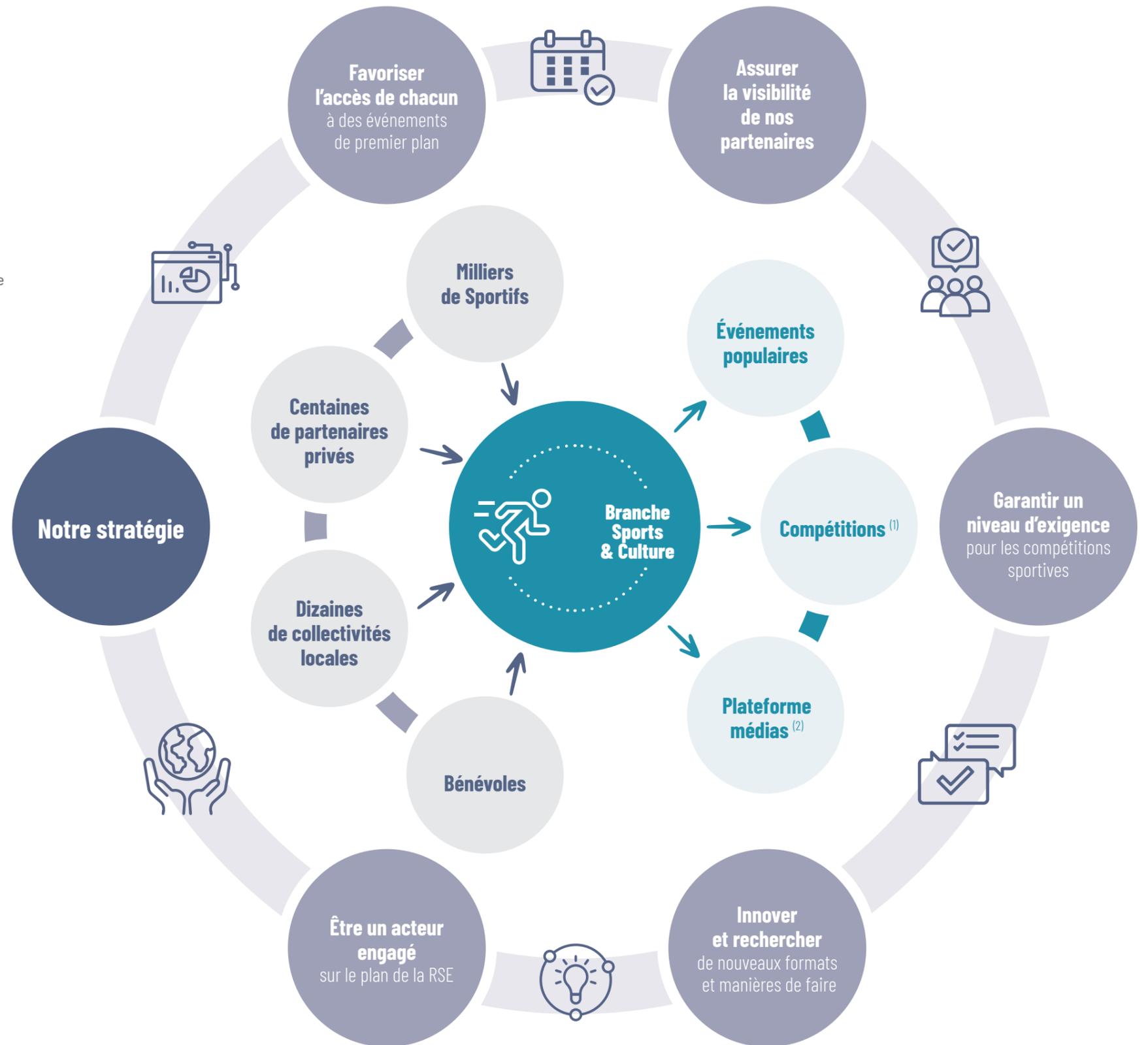
- Modes de travail agiles
- Accès rapide à responsabilités

Capital financier

- Événements qui autofinancent le développement de l'activité

Capital sociétal et environnemental

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



(1) Concertations classes/participants
 Organisation des parcours
 Organisation épreuves
 (2) Assurer la visibilité des partenaires
 (Figaro, Toyota, RTS en Suisse, etc.)

02



LES PRINCIPAUX ENJEUX EXTRA-FINANCIERS ET OBJECTIFS À LONG TERME



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

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

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

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

Une cartographie des risques spécifiques extra financiers par activité a donc été construite avec les acteurs clés du Groupe. Une révision annuelle de cette cartographie est réalisée pour chacune des branches.

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

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

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

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

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

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

PRINCIPAUX ENJEUX ET RISQUES EXTRA-FINANCIERS IDENTIFIÉS

Enjeux sociétaux

ENGAGEMENT DANS LA VIE DES TERRITOIRES

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

<p>Impacts</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perte de lien avec notre audience • Perte de notre savoir faire • Impact réputation du Groupe 	<p>Politique / Programme pour prévenir les risques et limiter les impacts</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visibilité donnée aux acteurs locaux dans nos médias • Dynamisme du territoire via la création d'emplois • Investissements dans des start-up • Organisation des événements sportifs et culturels dans la région • Diverses opérations de mécénat sur le territoire • Défense de l'économie locale : article sur la défense de l'économie locale 	<p>Réalisation 2024</p> <ul style="list-style-type: none"> • 93 % de nos collaborateurs sont en CDI au 31/12/24 	<p>Opportunité</p> <ul style="list-style-type: none"> • Renforce l'image du groupe • Augmente le rayonnement régional • Développer et mettre en valeur les relations et les projets avec les acteurs du territoire
---	---	---	--

ADAPTATION DE L'OFFRE ET SATISFACTION CLIENT

Risque : ne pas réussir à répondre aux exigences du marché

<p>Impacts</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diminution de l'activité • Impact réputation du Groupe • Risque sur la pérennité du Groupe 	<p>Politique / Programme pour prévenir les risques et limiter les impacts</p> <ul style="list-style-type: none"> • Politique de publication « web first » • Enquêtes de satisfaction pour abonnés / partenaires • Développement de nouvelles offres et de nouveaux produits <p>Branche emploi, recrutement & formation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amélioration continue de la transparence des informations dans les offres pour le candidat : Ajout des critères de télétravail et de salaire • Restructuration de l'organisation interne en 4 pôles d'activité distincte: Emploi, Education, Events et Médias 	<p>Réalisation 2024</p> <ul style="list-style-type: none"> • Événements sportifs de masse recommandés à 97% par les participants • Enquêtes et dossiers webs sur le territoire breton : Bigard, Problématiques de logement à Loudéac, Locminé : comment la ville se réinvente • 100 millions de mises en relation entre des particuliers et des professionnels sur l'ensemble des activités en 2024 • Progression de 7 % du nombre de pages vues sur le site letlg.fr 	<p>Opportunité</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consolider la relation client • Perfectionner nos compétences en interne • Renforcer l'image du groupe
--	--	--	--

RESPECT DES RÈGLES DE DÉONTOLOGIE DANS L'INFORMATION

Risque : non respect des règles et notamment journalistiques

<p>Impacts</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impact crédibilité de la branche médias • Impact sur notre organisation • Poursuites juridiques 	<p>Politique / Programme pour prévenir les risques et limiter les impacts</p> <p>Branche Médias & Communication</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mise à jour de la charte de l'égalité et de la diversité • Mise en place du procédure et des personnes contacts en cas de harcèlement et de discrimination • Travail sur la charte du fait divers en 2024 pour une signature en 2025 	<p>Réalisation 2024</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'intervention de l'ARCOM (partie TV) : 0 • Nombre d'intervention du médiateur : 0 	<p>Opportunité</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consolider la relation client • Perfectionner nos compétences en interne • Renforcer l'image du groupe
---	--	---	--

Enjeux sociaux

QUALITÉ DES RELATIONS SOCIALES ET ACCORDS COLLECTIFS

Risque : mauvaise gestion des relations sociales

Impacts

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

Politique / Programme pour prévenir les risques et limiter les impacts

- Échanges réguliers et proactifs avec les salariés
- Recours accru à l'intranet pour une meilleure communication interne
- Mise en place d'un outil interne d'animation et de mise en avant des contenus du Groupe Télégramme

Réalisation 2024

- 8 accords collectifs passés dans l'année au niveau de la Branche Médias & Communication

Objectif 2025 :

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

Opportunité

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

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

Risque : différence de traitements discriminatoires entre les salariés

Impacts

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

Politique / Programme pour prévenir les risques et limiter les impacts

- Mixité sur toutes les activités et tous les niveaux hiérarchiques
- Primes de victoires équivalentes (H/F) chez OC Sport

Réalisation 2024

- 57 % des collaborateurs recrutés en CDI en moyenne, sont des femmes dans le Groupe
- Annonce en 2024 de la mixité obligatoire pour la Transat Paprec 2025, faisant de cette course la première voile à imposer une composition homme-femme dans chaque équipage

Opportunité

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

CONDITIONS DE TRAVAIL ET SANTÉ SÉCURITÉ AU TRAVAIL

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

Impacts

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

Politique / Programme pour prévenir les risques et limiter les impacts

- Mise à disposition de matériel adapté selon les postes en télétravail
- Infirmière présente sur le site de production, y compris tous les lundis soirs
- Livret sécurité routière diffusé en juin 2024, accompagné d'une Pause Web
- Mise en place d'une matrice des équipements et de protection dans l'imprimerie
- Formation « Parcours managers » incluant un module dédié à la sécurité et aux conditions de travail

Réalisation 2024

- Taux de gravité Arrêt de Travail du Groupe : 0,0003
- Jours d'absence par salarié pour des raisons d'accidents du travail et/ou de déplacements: 291 jours

Opportunité

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

GESTION DES COMPÉTENCES DES SALARIÉS POUR REPENDRE A LA TRANSFORMATION DE L'ENTREPRISE

Risque : inadéquation offre client / compétences salariés

Impacts

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

Politique / Programme pour prévenir les risques et limiter les impacts

- Accompagnement individualisé des parcours professionnels
- Développement des compétences via l'Academy, y compris pour les profils non-commerciaux
- Accord égalité professionnelle et QVCT signé en 2024
- Plan d'action pour anticiper les besoins de recrutement ou mobilité interne
- Partenariats actifs avec des écoles, universités
- Programme de formation pour les managers (Parcours managers, T-Manager)
- Participation au DuoDay et sensibilisation au handicap en interne
- Engagement dans la qualité de vie au travail

Réalisation 2024

- Réajustement de notre objectif de formation à 20% minimum de salariés, plus adapté à notre stratégie.

Branche Emploi, Recrutement & Formation

- Généralisation du passage par l'Academy, système de formation interne et aux profils non-commerciaux
- Système de mentoring dans les équipes techniques (profils expérimentés vers juniors)

Branche Médias & Communication

- Tous les managers sont passés par le programme de formation DISC, prévention à certains arrêts et accompagnement aux retours

Opportunité

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

Enjeux environnementaux

LUTTE CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

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

<p>Impacts</p> <ul style="list-style-type: none"> • Augmentation de l’empreinte carbone • Bouleversement dans le modèle d’affaire du groupe • Impact sur l’image du Groupe 	<p>Politique / Programme pour prévenir les risques et limiter les impacts</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sensibiliser les salariés, les parties prenantes et les spectateurs des événements • Réflexions sur les transports professionnels et trajets domicile-travail • Travaux d’isolation de certains bâtiments • Sensibilisation des collaborateurs aux éco gestes • Réaliser le calcul de nos empreintes carbone pour faire ressortir les axes de travail prioritaires • Définir une stratégie et un plan d’action RSE au niveau du Groupe et des branches 	<p>Réalisation 2024</p> <p>Groupe Télégramme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cadrage et lancement du projet CSRD en relation avec les 3 branches <p>Branche Sports & Culture</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plan de contribution carbone local en collaboration avec Agoterra • Réalisation des fresques du climat Quizz et de la Diversité auprès du public <p>Branche Emploi, Recrutement & Formation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enquête mobilité avec 70% de taux de réponse • Baisse de l’intensité carbone de 4% (vs 2023) sur les déplacements domicile-travail 	<p>Opportunité</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meilleure résilience de l’organisation • Contribuer à la décarbonation de l’économie • Améliorer l’image du groupe • Contribuer au rayonnement de la marque employeur
--	--	---	--

MAÎTRISE DES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DE NOS ACTIVITÉS ET ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Risque : mauvaise maîtrise des impacts environnementaux des activités

<p>Impacts</p> <ul style="list-style-type: none"> • Augmentation de l’empreinte carbone • Bouleversement économique • Bouleversement dans le modèle d’affaire du groupe • Impact l’image du Groupe 	<p>Politique / Programme pour prévenir les risques et limiter les impacts</p> <p>Branche Médias & Communication</p> <ul style="list-style-type: none"> • Réduction de consommation d’énergie : programme de relamping initié en 2023 et terminé en 2024 • Journal fabriqué avec du papier recyclé • Recyclage des invendus de journaux transformés en isolant par l’entreprise Cellaouate <p>Branche Sports & Culture</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consommation d’eau du robinet sur événements (fin bouteilles plastiques) • Partenariats pour sensibiliser les spectateurs à la protection de l’environnement <p>Branche Emploi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Optimisation des serveurs, réduction des emails envoyés, acco • Accompagnement des salariés à la mobilité douce 	<p>Réalisation 2024</p> <p>Branche Médias & Communication</p> <ul style="list-style-type: none"> • 75 % du papier utilisé est composé de papier recyclé • Plus de 1 600 tonnes de journaux recyclés en isolant <p>Branche Sports & Culture</p> <ul style="list-style-type: none"> • Partenariats avec Surfrider pour sensibiliser les spectateurs d’événements de voile <p>Branche Emploi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Labellisation Pro-vélo niveau argent pour les sites de Rennes et Bordeaux 	<p>Opportunité</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consolider la relation client • Perfectionner nos compétences en interne • Renforcer l’image du groupe
---	---	--	--

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

03



LES PRINCIPAUX ENJEUX SOCIÉTAUX



L'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. Le Journal, fidèle à sa mission d'information de proximité, est un acteur engagé dans la cohésion et le dynamisme des territoires. À travers ses activités, le Groupe contribue activement au tissu socio-économique local : création d'emplois via ses plateformes,

recours à des fournisseurs de proximité, accompagnement des associations (visibilité, mécénat, actions terrain), ou encore partenariats médiatiques et sportifs au service des initiatives locales. Cet engagement quotidien reflète une volonté constante de soutenir, valoriser et relier les forces vives des territoires.

Actions menées

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

BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION



Les Victoires, pour ceux qui préparent aujourd'hui la Bretagne de demain

Depuis 2014, les Victoires de la Bretagne contribuent à mettre en avant les personnalités, institutions et entreprises qui font avancer le territoire. A travers plus de 100 trophées distribués en 11 éditions, l'événement, devenu le principal palmarès généraliste régional, a soutenu de nombreuses initiatives marquantes, de la Pierre Le Bigaut-Mucoviscidose (2014) à l'Institut de cancérologie et d'imagerie du CHU de Brest (2024) en passant par La Vallée des Saints (2016), l'ESAT de Vannes (2018), EcoTree (2019), Claripharm (2022), les Compagnons Bâisseurs (2023) et bien d'autres... Soutiens de l'innovation responsable depuis le départ, les Victoires s'affirment chaque année davantage comme le rendez-vous de ceux qui préparent aujourd'hui la Bretagne de demain.

La FAB Cup met le foot amateur sous les projecteurs

Lancée en 2022, la FAB Cup est à la fois l'aboutissement des efforts de la rédaction sportive du Télégramme pour couvrir le sport amateur et le couronnement d'une saison réussie pour ses acteurs, sélectionnés en fonction de leurs performances sur le terrain tout au long de l'année. Tournoi de foot amateur traité comme un tournoi professionnel (médiatisation amont et aval, direct TV), il vise aussi à apporter un soutien aux clubs et aux associations locales via l'apport d'occasions de financement et de visibilité. Le tout au cours d'un événement créateur de lien social et qui contribue à la vitalité du tissu sportif breton.



"180 secondes", les Expertes, les Victoires : la longue marche vers l'égalité hommes-femmes

"180 secondes", opération de mise en avant d'entrepreneuses via leur sélection, leur préparation et leur médiatisation, a été créée en 2022 au sein du Forum Économique Breton, dont elle représente à elle seule chaque année la moitié des intervenantes. En trois éditions, elle a permis à 30 porteuses de projets d'entreprise, choisies parmi 200 candidates, de rencontrer clients, conseils et même investisseurs, et participe en cela à la féminisation de l'économie bretonne, dont les Victoires se veulent aussi un acteur essentiel. Le dispositif a été complété en 2024 par le soutien, y compris financier, apporté par le Télégramme au réseau Expertes.bzh, base de données d'intervenantes et de consultantes visant à rééquilibrer les prises de parole dans les médias, les colloques et les entreprises.



Relation avec le lecteur

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

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

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

- Défense de l'économie locale (création du label J'achète Breton) ;
- Incubateurs et fonds start-up bretons et nationaux (1kubator, West Web Valley, Village By CA) ;
- Soutien des associations en leur apportant des espaces de communication et de promotion dans ses colonnes, avec des associations sportives et culturelles (plusieurs centaines de partenariats en 2021) ;
- Soutien de plusieurs grandes causes participant à la lutte contre le cancer ou à la lutte contre la mucoviscidose ;
- Diverses opérations de mécénat en nature (SNSM par exemple), fonds de dotation du CHU de Brest pour la recherche médicale.

BRANCHE EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION



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

Chaque année, elle permet la mise en relation des entreprises et des candidats aux quatre coins du territoire (80 % des candidats et des offres sont hors de l'Île-de-France). Hellowork est par ailleurs une entreprise dynamique qui recrute et forme ses salariés présents dans les plus grandes villes françaises.

En 2024, Hellowork a continué à développer avec MV Group l'école Stage301 à Rennes, ville de son

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

HelloWork a accompagné plus de 130 territoires (dont 3 régions, 9 départements, 90 villes et agglomérations, 2 OPCO et 6 syndicats professionnels ou fédérations, 5 CCI) pour leur permettre de mettre en relation les candidats et les recruteurs sur leur zone. Hellowork a également soutenu, en faisant participer plus de 1 000 clients, des associations agissant sur l'emploi et de la formation à un niveau local, comme La Cravate Solidaire, Proximité, Thot, Ladapt, Elles bougent et Emmaüs connect.

#Engagé avec HelloWork



hellowork group

BRANCHE SPORTS & CULTURE

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

Cette année 2024 a été marquée par : La première édition de l'Arkea Ultim Challenge - Brest, une course autour du monde qui se court au temps, en solitaire et qui réunit des multicoques de la classe Ultim. Avec 5 bateaux au départ, c'est Charles Caudrelier qui inscrit son nom dans l'histoire en remportant cette première édition. La 2ème édition est prévue en 2028.

Appelée autrefois OSTAR, La Transat Anglaise et aujourd'hui The Transat CIC, l'histoire de la course au large s'écrit depuis 1960 à travers cette course. Elle a rassemblé les skippers de la class40, de la classe IMOCA et de la catégorie vintage entre Lorient et New York pour cette traversée classique de l'Atlantique Nord.

La 55ème édition de La Solitaire du Figaro Paprec. 39 skipper ont pris le départ de cette nouvelle édition ponctuée par 3 grandes étapes entre Rouen, Gijon en Espagne, Royan et La Turballe. C'est l'irlandais Tom Dolan qui s'est imposé en 2024 au terme d'une course forte en rebondissement.

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. 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. Les événements du Groupe sont aussi porteurs de valeurs de responsabilité, de partage et de solidarité.



OC Sport organise également :

- Le Generali Genève Marathon et s'engage au travers de son partenariat avec la fondation THSN (The Human Safety Net) qui travaille à l'intégration de réfugiés par le sport.
- Le Balexert 20 km de Genève qui sont partenaires du réseau Cancer du Sein
- La Tour Genève Triathlon soutient à travers cet événement l'UHNCR - Le Haut-Commissariat des Nations unies pour les réfugiés.
- Le Triathlon d'Evian soutient l'association de sauvetage du Léman.

Ces événements sensibilisent l'ensemble des coureurs, des spectateurs et de nos autres partenaires aux enjeux sociétaux et environnementaux.

Indicateurs de performance

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

Objectif groupe : maintenir un niveau de collaborateurs CDI/total effectif supérieur ou égal à 90 % à horizon 2024

	MÉDIAS & COMMUNICATION	EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION	SPORTS & CULTURE
2024	85 % de contrats CDI au 31 décembre	95 % de contrats CDI au 31 décembre	84 % de contrats CDI au 31 décembre
2023	87 % de contrats CDI au 31 décembre	94 % de contrats CDI au 31 décembre	87 % de contrats CDI au 31 décembre

89% des recrutements au niveau du Groupe Télégramme sont des contrats en CDI, l'objectif est donc quasiment atteint. Chaque branche du Groupe Télégramme tient à maintenir ce niveau dans le temps afin de construire dans la durée nos relations professionnelles avec les collaborateurs.

L'INNOVATION DANS LES OFFRES ET SATISFACTION CLIENT

Le contexte

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

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

Actions menées

BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION



Au sein du Télégramme, l'abonné constitue la première source de satisfaction et le socle de la diffusion du journal, avec près de 165 000 exemplaires diffusés chaque jour, pour une audience quotidienne moyenne de 527 000 lecteurs papier et 310 000 sur le web.

Dans la continuité des investissements réalisés en 2023 avec l'installation d'une des rotatives les plus modernes d'Europe, Le Télégramme a poursuivi en 2024 plusieurs évolutions structurelles pour se rapprocher de ses lecteurs et renforcer la qualité de service. La réorganisation commerciale et logistique menée en 2024 a permis de mieux harmoniser les périmètres d'intervention des équipes, en structurant l'activité autour de trois axes

- Réseaux : gestion renforcée de la logistique et de la diffusion auprès des abonnés (VCP) et des points de vente,
- Ventes : création d'une équipe dédiée, lancement d'une École de vente, et nomination d'un référent pour les

professionnels (commerces, GMS),

- Partenariats : centralisation de leur gestion pour favoriser leur développement et leur cohérence.

Cette transformation s'accompagne d'une volonté affirmée de proximité avec les lecteurs. Le projet Locales 2025, lancé cette année, vise à remodeler le maillage territorial afin de renforcer la pertinence des contenus, quel que soit le support (print, numérique, vidéo, réseaux sociaux). Cela se traduit notamment par des initiatives concrètes, comme la présence d'une journaliste une fois par semaine dans un espace de coworking sur la presqu'île de Crozon, favorisant un lien direct avec les habitants et une présence au plus près des sujets.

En parallèle, le journal a lancé en 2024 le Club T, un espace privilégié pour les abonnés premium, espace dédié offrant avantages exclusifs, jeux-concours, accès à des événements et possibilités de partager son avis. Cet espace valorise la communauté de lecteurs et renforce la relation entre Le Télégramme et ses lecteurs. Enfin, la production de grandes enquêtes thématiques ancrées dans les réalités bretonnes se poursuit. Voici quelques exemples d'enquêtes :

- Marée blanche - série sur le trafic et la consommation de cocaïne en Bretagne
- Tourisme : Belle-Île a-t-elle trouvé l'équilibre ?
- Fest-noz : le nouveau souffle
- Logement social : la file d'attente s'allonge

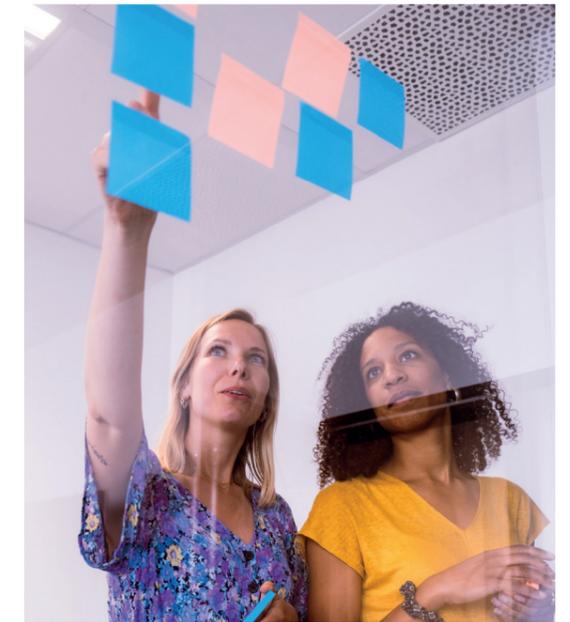
Ces séries éditoriales mobilisent les expertises croisées des journalistes de terrain et des pôles spécialisés (vidéo, data, infographie), et participent à l'enrichissement de l'offre d'information multimédia du Groupe.



BRANCHE EMPLOI RECRUTEMENT & FORMATION

L'innovation est un facteur clé de succès au sein du Groupe Télégramme pour répondre aux évolutions constantes, et tout particulièrement dans les activités emploi et éducation. Les services proposés par Hellowork sont nombreux, les innovations et la dimension technique et informatique sont stratégiques dans un environnement hyper concurrentiel avec des concurrents nationaux et internationaux.

L'équipe technique, qui représente un tiers des effectifs Hellowork, est organisée en méthode impact afin de produire en continu une multitude d'améliorations des produits. Parmi celles-ci, des nouveautés représentant des innovations de rupture importantes comme le suivi par le candidat de l'ensemble du processus de sa candidature dans l'entreprise, et la détection par l'IA des caractéristiques de salaire et de télétravail dans toute offre d'emploi. Cette maîtrise de la technologie permet ainsi de conserver dans le temps la satisfaction des clients et des candidats et se traduit par exemple par le lancement du label Super Recruteur (obtenu par plusieurs centaines d'entreprises).



BRANCHE SPORTS & CULTURE

En 2024, OC Sport a maintenu son engagement envers la satisfaction des participants à ses événements majeurs tels l'Abalone Marathon de Nantes, le Generali Genève Marathon, Run Mate by Core Lean Lac Léman, ou encore le Marathon de la Côte d'Amour Amarris, avec un taux moyen de recommandation dépassant les 98%. Parallèlement, OC Sport a lancé en 2024 le Marathon de la Côte d'Amour Amarris, s'inspirant du succès des marathons déjà organisés. Cette nouvelle initiative témoigne de la volonté d'OC Sport d'explorer de nouveaux horizons tout en continuant à offrir des expériences sportives de qualité, tout en mettant un accent particulier sur les enjeux de durabilité, avec une évaluation approfondie de l'empreinte carbone dès la première édition du Marathon de la Côte d'Amour Amarris, comme c'est le cas pour chacun des événements organisés.

Indicateurs de performance

Du fait de la nature très différenciée des activités des trois branches du Groupe, des indicateurs spécifiques ont été définis pour évaluer leur capacité à répondre aux attentes de leurs publics respectifs.

Objectifs fixés sur la période 2019-2024 :

- Médias : progression du nombre de pages vues de 50 % minimum entre 2019 et 2024

- Services (Emploi, Recrutement & Formation) : progression du nombre de mises en relation de 30 % minimum sur l'horizon 2019-2024

- Événementiel (Sports & Culture) : maintien d'un taux de recommandation supérieur à 90 % pour les événements.

	MÉDIAS & COMMUNICATION	EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION	SPORTS & CULTURE
2024	<p>623 millions de pages vues en 2024 sur letelegramme.fr</p> <p>22 millions de visites** par mois en moyenne sur letelegramme.fr soit une augmentation de 10 % par rapport à 2023</p>	<p>+ de 100 millions de mise en relation candidats/recruteurs***</p> <p>+ de 1 440 000 personnes**** ont été mises en relation avec des centres de formation initiale ou continue</p>	<p>97 % des coureurs recommandent les événements suivant :</p> <ul style="list-style-type: none"> Run Mate 99% Triathlon de Genève 92 % Marathon Genève 98% MICA (Marathon International de la Côte d'Amour 99%
2023	<p>585 millions de pages vues en 2023 sur letelegramme.fr</p> <p>20 millions de visites** par mois en moyenne sur letelegramme.fr soit une augmentation de 13 % par rapport à 2022</p>	<p>+ de 58 millions de mise en relation candidats/recruteurs***</p> <p>+ de 950 000 personnes**** ont été mises en relation avec des centres de formation initiale ou continue</p>	<p>97 % des coureurs recommandent les événements suivant :</p> <ul style="list-style-type: none"> Run Mate 98% 20 km de Genève 98 % Triathlon de Genève 93 % Marathon Genève 98%

Sur la branche Médias & Communication, le nombre de pages vues a progressé de 6,6 % par rapport à 2023, traduisant une dynamique toujours forte en matière de développement numérique. L'objectif initial sur la période 2019-2024 est dépassé, avec une hausse globale de plus de 50 % depuis 2019.

Sur la branche Emploi, Recrutement & Formation, la progression des mises en relation est marquée : +42 % pour l'emploi et +52 % pour la formation. L'objectif est largement atteint et dépassé depuis 2022.

Sur la branche Sports & Culture, les événements maintiennent un très haut niveau de satisfaction. Les taux de recommandation restent supérieurs à 95 % sur l'ensemble des événements mesurés, témoignant de la qualité de l'expérience proposée. Ces résultats traduisent la capacité du Groupe à anticiper les attentes de ses clients, usagers ou partenaires, et à maintenir un haut niveau d'exigence dans ses offres et services, avec des performances en progression constante, ou se maintenant à un niveau élevé.

* Chiffre exact : 623 447 224 pages vues

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

Chiffre exact : 21 966 996 de visiteurs

*** Chiffre exact : 102 608 320 mises en relation

**** Chiffre exact : 1 444 983 personnes

RESPECT DES RÈGLES DE DÉONTOLOGIE DE L'INFORMATION

Le contexte

Le Télégramme est un journal phare dans le paysage breton et français de l'information, reconnu pour la qualité de son traitement éditorial et son ancrage territorial. Il est en 2024, le 2e quotidien régional le plus diffusé en France au format papier (source : ACPM).

Depuis sa création, Le Télégramme s'engage à produire une information honnête, rigoureuse et indépendante, en phase avec les valeurs démocratiques qu'il défend. Cet engagement se traduit par une attention constante portée au respect des règles déontologiques, à la responsabilité éditoriale et à la pluralité des points de vue.

Au sein de la branche Médias & Communication du Groupe, cette exigence est partagée par l'ensemble des équipes rédactionnelles, et renforcée par un ensemble de chartes internes. Celles-ci encadrent les pratiques professionnelles et visent à garantir une information respectueuse des personnes, du débat public et des principes fondamentaux du journalisme. Anticipant les obligations de la loi Bloche (n° 2016-1524 du 14 novembre 2016), visant à renforcer la liberté, l'indépendance et le pluralisme des médias, Le Télégramme a mis en place depuis plusieurs années un cadre éthique solide applicable à l'ensemble de ses journalistes.

Ces chartes sont remises à chaque professionnel dès son entrée dans l'entreprise, et constituent un référentiel partagé pour l'ensemble des collaborateurs de la rédaction. Elles rappellent l'importance de la prudence dans l'expression, de l'équilibre dans le traitement des sujets sensibles, et de la responsabilité éditoriale dans un contexte médiatique en constante évolution.



Actions menées

Les chartes internes qui encadrent les pratiques rédactionnelles sont actualisées régulièrement en concertation avec un groupe de journalistes expérimentés, en particulier sur les sujets sensibles tels que les faits divers, les affaires judiciaires ou encore la gestion de l'information en ligne. Ces règles sont partagées avec l'ensemble des rédactions, et forment un socle commun dans la conduite du travail journalistique.

La charte éditoriale rappelle les valeurs fondamentales portées par Le Télégramme. Elle renforce les obligations issues du droit de la presse et formalise des règles de publication précises, partagées à l'échelle de l'ensemble des équipes : protection des mineurs et des victimes, respect de la présomption d'innocence, prudence dans la publication d'identités et équilibre dans le traitement des sujets sensibles.

La charte d'usage des réseaux sociaux, accessible publiquement, précise les règles de modération appliquées sur les comptes du journal, ainsi que les bonnes pratiques attendues des journalistes, y compris sur leurs comptes personnels. Elle vise à préserver un espace de débat respectueux et pluraliste, à lutter contre les propos haineux, dif-

famants ou discriminatoires, et à responsabiliser les usages numériques dans un contexte de forte exposition.

En 2024, Le Télégramme a signé la charte nationale de la traçabilité de l'information, afin de renforcer la transparence sur la provenance des contenus, leur contexte de production, et les modalités de leur diffusion, dans un environnement où la désinformation et la perte de repères se multiplient. Ce nouvel engagement s'inscrit dans une volonté plus large de soutenir la confiance entre médias et citoyens.

Enfin, la structure du capital exclusivement détenue par des personnes physiques, conjugée à la présence d'une Société des Journalistes (SDJ) siégeant au Conseil d'administration, constitue une garantie forte d'indépendance éditoriale. Cette organisation favorise un dialogue interne ouvert sur les questions déontologiques, dans les instances quotidiennes ou hebdomadaires de coordination de la rédaction, à Morlaix comme dans les rédactions locales.

Indicateurs de performance

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

MÉDIAS & COMMUNICATION	
2024	Nombre d'intervention de l'Arcom (ex-CSA) : 0 Nombre d'intervention du médiateur : 0
2023	Nombre d'intervention du CSA (partie TV) : 0 Nombre d'intervention du médiateur : 0

Les contenus éditoriaux du Groupe (journaux, magazines, émissions) n'ont fait l'objet d'aucune intervention de l'Arcom (anciennement CSA) ni de saisine du médiateur au cours des trois dernières années.

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

Le contexte

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

Sur la branche Sports & Culture en 2024, ce sont

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

Actions menées

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



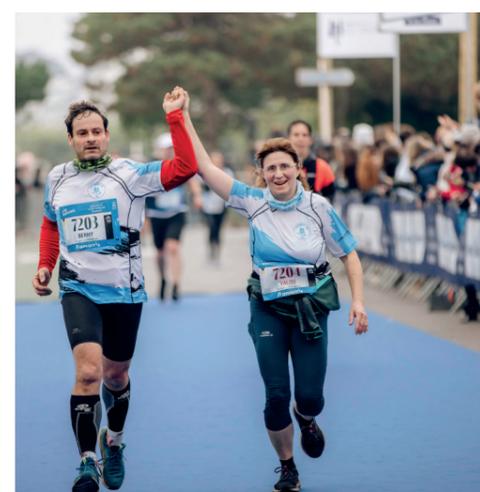
BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

Des vélos électriques sont désormais mis à disposition non seulement au siège du Télégramme, mais également dans plusieurs agences, pour faciliter les déplacements professionnels, notamment pour les journalistes.

À l'occasion de plusieurs événements sportifs partenaires, des dossards sont proposés aux salariés via le réseau social interne. Des challenges internes permettent aussi de gagner des dossards pour participer à différentes courses.

À Morlaix, des balades pédestres sont organisées sur l'heure du déjeuner par notre infirmière, offrant aux collaborateurs l'opportunité de découvrir la ville sous un nouveau regard tout en pratiquant une activité physique.

Le Télégramme et les entités Groupe ont également participé au Challenge des Mobilités. Les salariés ont comptabilisé ensemble 3 636 km parcourus à vélo, à pied, en covoiturage ou en transports en commun. Un challenge interne par équipes a également été organisé pour dynamiser la participation.



BRANCHE EMPLOI RECRUTEMENT & FORMATION

- Des cours de Yoga et des groupes de course à pieds sont mis en place pour les salariés de HelloWork à Rennes

- Les salariés de HelloWork participent également à des événements sportifs comme le "Rennes Urban Trail" ou le "Tout Rennes court".

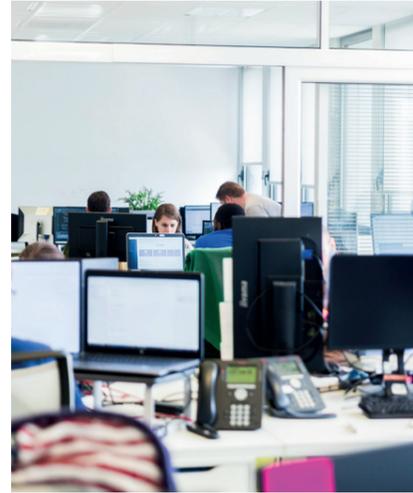
- Favoriser l'utilisation du vélo électrique en proposant 3 mois d'essai gratuit à tous les salariés de Hellowork qui le souhaitent

BRANCHE SPORTS & CULTURE

- Le sport est au cœur de l'ADN d'OC Sport, porté par la nature même de ses activités. Il fait partie intégrante du projet d'entreprise, et une très grande majorité des collaborateurs sont des pratiquants réguliers.

- Par ailleurs, les événements organisés par OC Sport sont ouverts à l'ensemble des salariés du Groupe Télégramme, qui peuvent y participer et bénéficier de moments de partage autour de la pratique sportive.

04



LES PRINCIPAUX ENJEUX SOCIAUX



QUALITÉ DES RELATIONS SOCIALES ET ACCORDS LIÉS

Le contexte

Le Groupe accorde une attention constante à la qualité du climat social au sein de ses différentes entités. Il veille à maintenir un dialogue ouvert et constructif avec ses collaborateurs, fondé sur l'écoute, la transparence et la disponibilité des équipes managériales et dirigeantes.

Actions menées

BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

Le secteur de la presse poursuivant ses mutations, la branche Médias & Communication du Groupe Télégramme reste engagée dans l'accompagnement de ses collaborateurs à travers un dialogue social régulier et adapté aux enjeux actuels.

En 2024, plusieurs accords structurants ont été signés, notamment un nouvel accord télétravail, entrant en vigueur au 1er janvier 2025. Cet accord, en élargissant le dispositif à l'ensemble des services de l'entreprise, marque une nouvelle étape dans l'organisation du travail hybride au sein de l'entreprise permettant au collaborateur de mieux concilier vie professionnelle / vie personnelle.

L'année a également été marquée par la signature d'un accord Égalité Professionnelle et Qualité de Vie et des Conditions de Travail (QVCT). Cet accord, renforcé par des engagements concrets, vise à favoriser une culture de l'égalité et du bien-être au travail à travers des actions ciblées sur la qualité de vie, l'équilibre des temps de vie, la prévention des risques psychosociaux, et l'égalité d'accès à la formation et à l'évolution professionnelle.

Concernant la mutuelle, un avenant de révision a été signé tant au sein du Télégramme que chez Viamédia. Les prestations ont évolué afin de préserver l'équilibre économique du dispositif, dans un contexte de forte hausse des coûts des complémentaires santé, tout en maintenant une couverture de qualité pour les salariés.

Voici la liste des accords signés en 2024 :

- Le Télégramme : Constat NAO 2024
- Le Télégramme : Accord d'intéressement 2023-2025
- Le Télégramme : Accord Égalité professionnelle & QVCT
- Le Télégramme : Accord télétravail (applicable au 1er janvier 2025)
- Le Télégramme : Avenant de révision n°4 à l'accord mutuelle
- Viamédia : Accord Égalité professionnelle & QVT 2024
- Viamédia : Constat NAO 2024
- Viamédia : Avenant de révision n°3 à l'accord mutuelle du 04/12/2017



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

BRANCHE EMPLOI RECRUTEMENT & FORMATION

Les plans d'action menés au sein d'HelloWork le montrent également à travers un dialogue fluide entre les dirigeants et les collaborateurs. HelloWork utilise depuis plusieurs années des outils pour maintenir, créer un lien avec les collaborateurs via le réseau social d'entreprise Viva Engage, Cdanslair, ou encore les FridayWeb en visioconférence et diffusés en replay, ces dispositifs ont pris tout leur sens pour maintenir le lien entre la société, ses dirigeants et les équipes, dans une entreprise en forte croissance d'effectifs.

Par ailleurs, chaque année, un plan d'action portant sur les objectifs d'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes est signé par le CSE et HelloWork.

BRANCHE SPORTS & CULTURE

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

Indicateurs de performance

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

	MÉDIAS & COMMUNICATION	EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION
2024	8 accords collectifs ou avenants passés	0 accord collectif
2023	13 accords collectifs ou avenants passés	1 accord collectif

L'année 2024 a été encore dynamique sur le plan des relations sociales et des échanges avec les salariés. Nous souhaitons maintenir ce degré d'interaction avec chacun dans le temps.

CONDITIONS DE TRAVAIL ET SANTÉ SÉCURITÉ AU TRAVAIL

Le contexte

La santé, la sécurité et le bien-être des collaborateurs sont des préoccupations majeures partagées par l'ensemble des branches du Groupe Télégramme. Cet engagement s'incarne à travers une

culture de l'écoute, un accompagnement attentif des équipes et des politiques favorisant un équilibre durable entre vie professionnelle et personnelle.

BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

Dans la continuité des efforts entrepris, l'année 2024 a vu la formalisation et la structuration renforcée du télétravail au Télégramme, avec la signature d'un accord le 29 novembre, applicable dès le début de l'année suivante.

En 2024, un plan absentéisme a été mis en place pour mieux suivre l'absentéisme, améliorer le contact avec les salariés pendant leur période d'absence et faciliter leur retour en poste. Des actions de prévention contre les TMS Troubles musculo squelettiques ont aussi été proposées à l'ensemble des salariés. Les managers dans le cadre du parcours mis en place en 2024 ont également sensibilisé à l'identification des signaux faibles afin de prévenir certains arrêts de travail et de contacter le moment opportun le service RH et le service de santé au travail.

Un livret dédié à la sécurité routière a été diffusé en juin, et une « Pause web » a permis de le présenter et d'échanger sur les risques liés aux déplacements

professionnels.

Au sein de l'imprimerie, une matrice des équipements de protection individuelle a été mise en place pour optimiser la sécurité en fonction des tâches. Les procédures d'accueil des secours ont également été revues et renforcées.

L'engagement envers la santé au travail s'est poursuivi avec la présence quotidienne d'une infirmière sur le site de production, étendue par une permanence le lundi soir pour les équipes de nuit. Le développement des compétences en secourisme a été initié par la formation SST de l'infirmière en janvier 2024.

BRANCHE EMPLOI RECRUTEMENT & FORMATION

Concernant les conditions de travail et plus particulièrement le télétravail, dans un contexte de changement des manières de travailler, la direction s'est attachée à garder un temps minimum de trois jours en présentiel commun à toutes les équipes afin d'assurer le bon fonctionnement des échanges au sein du groupe.

Afin de palier à la problématique de l'année dernière liée au manque de place, nous avons effectué des travaux d'envergure sur plusieurs étages afin d'optimiser les espaces et nous avons aussi récupéré de nouveaux espaces de travail au sein du même bâtiment.

Nous avons redécoré l'ensemble de nos locaux pour plus de luminosité, mis en place des cloisons pour éviter les nuisances sonores. Et nous avons inauguré une salle de pause plus grande et plus équipée pour des moments conviviaux.

De plus, côté sécurité, nous formons tous les ans une partie de nos collaborateurs aux formations SST, évacuation et manipulation des extincteurs.

BRANCHE SPORTS & CULTURE

Au sein du pôle Outdoor, une Happyness Manager a été recrutée en 2021 afin de favoriser l'épanouissement des collaborateurs au travail. Des activités sportives régulières telles que le yoga, le running ou encore le padel sont proposées pour renforcer le bien-être physique et mental des équipes.

L'organisation d'événements sportifs expose les collaborateurs à des risques spécifiques liés aux environnements de travail temporaires : manutention de matériel, cohabitation avec des véhicules ou des engins motorisés, installation de structures techniques, etc. Cette réalité nécessite une prévention

rigoureuse et une formation adaptée des équipes. C'est grâce à cette vigilance permanente que la Branche Sports & Culture maintient un taux d'accident du travail nul depuis plusieurs années.

Par ailleurs, la santé et la sécurité concernent également les sportifs participants. OC Sport s'engage activement dans la prévention du dopage, qu'il soit volontaire ou involontaire, et dans la sensibilisation à un usage raisonné des traitements médicaux par les concurrents.

Indicateurs de performance

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

Malgré la diversité des activités et des tailles des trois branches du Groupe, un objectif commun de taux de gravité des accidents du travail a été fixé à 0,4. Ce seuil correspond au taux le plus faible observé dans les moyennes nationales issues des statistiques du régime général, et reflète notre volonté

de prévenir les risques professionnels de manière exigeante et homogène à l'échelle du Groupe.

	MÉDIAS & COMMUNICATION	EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION	SPORTS & CULTURE
2024	Taux de gravité AT : 0,21	Taux de gravité AT : 0	Taux de gravité AT : 0
2023	Taux de gravité AT : 0,49	Taux de gravité AT : 0	Taux de gravité AT : 0

L'analyse des données 2024 montre que l'objectif est atteint dans les trois branches du Groupe. La branche Médias & Communication, qui affichait un taux de 0,49 en 2023, a été divisée par 2 pour atteindre un taux de 0,21, bien en deçà de l'objectif fixé. Ce résultat reflète les efforts menés en matière de prévention, de sensibilisation et d'organisation du travail.

Pour les branches Emploi et Sports, qui maintiennent un taux nul depuis deux ans, l'enjeu reste de préserver ce haut niveau de sécurité pour les collaborateurs, en poursuivant les actions de formation, d'anticipation des risques et de dialogue social.

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

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

Le contexte

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

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

BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

Le Télégramme mène depuis de nombreuses années une politique active en faveur de l'égalité, de la diversité et de l'inclusion. Signataire dès 2008 d'une convention avec l'AGEFIPH, il agit concrètement pour favoriser l'emploi des personnes en situation de handicap : recours à des ESAT pour certaines prestations, désignation d'un référent handicap dans la branche Médias & Communication.

En novembre 2024, le Groupe a organisé sa première participation au DuoDay, mobilisant des collaborateurs de plusieurs directions (service clients, RH, DSI, rédaction, etc.).

L'opération a été saluée en interne et a permis une embauche en CDI au sein du service clients

début 2025. Une « Pause Web » a également été proposée pour sensibiliser les équipes au handicap.

La Charte de l'Égalité et de la Diversité, adoptée en 2022, continue d'orienter les engagements du Groupe. En 2024, cette dynamique s'est poursuivie avec la mise en place de nouveaux outils de sensibilisation et d'information. Un document dédié à la prévention du harcèlement et de la discrimination, a été élaboré à destination des salariés, stagiaires et alternants. Il s'inscrit dans une volonté de structurer davantage notre démarche et de renforcer la culture d'inclusion et de respect au sein de l'entreprise.



BRANCHE EMPLOI RECRUTEMENT & FORMATION

Hellowork affirme son engagement en faveur de la diversité et de l'égalité des chances, en intégrant ces enjeux dans sa culture d'entreprise et dans le dialogue social. Les recrutements, pilotés par les équipes RH, sont réalisés avec une attention particulière portée à l'inclusion, à la mixité et au respect de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes. L'entreprise veille également à garantir une expérience candidat équitable, fondée sur des critères objectifs et non discriminants.

Sur la base d'une analyse moyenne sur deux exercices, le Groupe Télégramme considère qu'une répartition équilibrée des recrutements se situe dans une fourchette de 40 à 60 %, en tenant compte des réalités du marché de l'emploi, notamment des tensions dans certains bassins de recrutement ou sur des métiers en tension, comme les profils IT, très présents dans les branches Médias & Communication et Emploi, Recrutement & Formation, où la dominante masculine est historiquement forte.

BRANCHE SPORTS & CULTURE

Le sport demeure une activité phare et favorable pour le partage de ces valeurs, la société OC Sport souhaite mettre en place une stratégie forte et peut déjà compter sur des séries d'actions qui permettent de développer les valeurs de respect de l'égalité des chances. Les événements courses à pied favorisent par exemple l'accès au sport pour les personnes réfugiées à travers du bénévolat, mais aussi grâce aux dossards offerts ou à tarif réduit. Des courses pour tous sont organisées afin de permettre à tous les publics de prendre part à la fête. Afin de promouvoir l'égalité entre les sexes, les primes et victoires sont équivalentes entre les hommes et les femmes sur les courses à pied. Enfin, les accès aux fauteuils sont privilégiés dans l'organisation des événements OC Sport.



Indicateurs de performance

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

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

Emploi, Recrutement & Formation, qui sont marqués par une dominante masculine forte¹. Nous avons inclus les recrutements de la société GTS (transverse aux 3 branches) dans les chiffres de la Branche Médias & Communication pour une question de continuité méthodologique avec les années précédentes.

	MÉDIAS & COMMUNICATION	EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION	SPORTS & CULTURE
2024	Recrutements F : 64% Recrutements H : 36%	Recrutements F : 49% Recrutements H : 51%	Recrutements F : 63% Recrutements H : 38%
2023	Recrutements F : 54% Recrutements H : 46%	Recrutements F : 49% Recrutements H : 51%	Recrutements F : 40% Recrutements H : 60%

On note en 2024 un taux de féminisation toujours élevé dans la branche Médias & Communication, notamment en lien avec le renforcement des fonctions support. La branche Sports présente une hausse significative de la part des femmes recrutées cette année. Au global Groupe, les recrutements en CDI en 2024 atteignent 57 % de femmes et 43 % d'hommes, traduisant un équilibre conforme à l'objectif fixé. Cet équilibre reste à consolider dans la durée, tout en tenant compte des contraintes spécifiques à chaque filière métier et territoire.

¹ - <https://www.techtalks.fr/journee-internationale-des-droits-des-femmes-le-numerique-recrute/>

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

Le contexte

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

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

BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

Afin de faire face à des activités évolutives, le Télégramme met en place une série de mesures menées sous la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC). Ces plans d'actions permettent ainsi l'anticipation des besoins en recrutements, des plans mobilités internes forts et nécessaires (géographiques ou fonctionnels) et la création de plans de développement des compé-

tences. Les relations et partenariats externes tant avec les écoles, que les Universités favorisent une politique de recrutement efficace auprès de stagiaires et des alternants. Au niveau de la Branche Médias, des entretiens sont menés annuellement avec l'ensemble des collaborateurs, alors que la loi impose des entretiens professionnels tous les deux ans.

BRANCHE EMPLOI RECRUTEMENT & FORMATION

La partie technique est une composante forte et en constante croissance de l'entité HelloWork, des évaluations spécifiques sont mises en place sur cette partie afin de pouvoir améliorer constamment le niveau des collaborateurs et répondre aux exigences d'évolution.

Les salariés sont conviés toutes les semaines à des formations différentes (1h/semaine) sur un sujet spécifique - appelées Friday Web. A cela s'ajoute, pour les équipes techniques, tous les vendredis un HelloPitch : c'est un événement d'échanges entre équipes techniques et produits. C'est l'occasion d'échanges transverses, de partage de veille, de conseils sur des outils, de démo produits, de retour d'expériences...

L'Academy représente une structure de formation interne pour former l'ensemble des ressources commerciales aux outils, services et métiers. Cela se traduit par 3 semaines de formation à l'arrivée puis des formations complémentaires tout au long de l'année. Nous avons un dispositif similaire pour l'intégration des équipes techniques « Hello Tech Tour ».



De plus, nous dédions un budget pour le développement des compétences et sommes à l'écoute des collaborateurs en matière de formation.

BRANCHE SPORTS & CULTURE

Chez OC Sport des actions de formation sont mises en œuvre afin de répondre aux besoins des collaborateurs.

En 2024, les collaborateurs ont bénéficié de diverses formations et notamment sur l'IA ou encore

la possibilité de suivre des formations spécifiques en ligne et des Webinar relatifs à l'évolution des métiers au sein de l'événementiel sportif.



Indicateurs de performance

Objectifs : permettre à au moins 20 % des effectifs de bénéficier d'actions de formations chaque année

La formation constitue un levier essentiel pour accompagner l'évolution des métiers et renforcer l'employabilité des collaborateurs. Le Groupe s'est fixé comme objectif que 20 % des effectifs bénéficient d'au moins une action de formation chaque année, un

seuil jugé pertinent au regard de ses enjeux d'adaptation et de montée en compétences.

	MÉDIAS & COMMUNICATION	EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION	SPORTS & CULTURE
2024	39 % de salariés formés	26 % de salariés formés	30 % de salariés formés*
2023	28 % de salariés formés	11 % de salariés formés	0 % de salariés formés

Les résultats 2024 montrent une progression générale, notamment dans la branche Emploi et Sports, où les taux de formation ont fortement augmenté par rapport à 2023.

Ce résultat confirme l'engagement du Groupe à favoriser la formation continue comme outil d'adaptation stratégique, de valorisation des parcours professionnels et de qualité de vie au travail.

Au niveau Groupe, l'objectif de 20 % est atteint et dépassé pour l'année 2024.

05



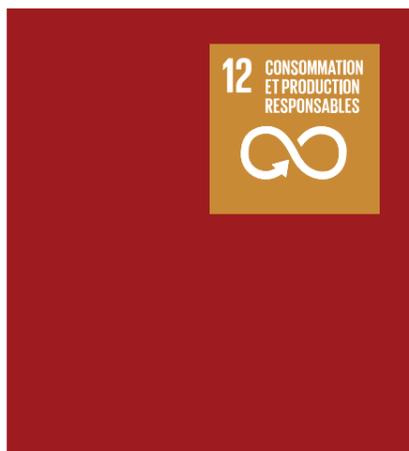
LES PRINCIPAUX ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX



7 ÉNERGIE PROPRE ET D'UN CÔTÉ ABORDABLE



13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES



12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES

LUTTE CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

Le contexte

Il est primordial de s'engager pleinement dans la lutte contre le changement climatique en diminuant l'intensité carbone de nos activités au sein du Groupe. Cela implique d'établir un plan d'actions précis visant à réduire les émissions de gaz à effet de serre, ainsi

que la mise en œuvre de mesures concrètes pour réduire l'empreinte carbone de nos activités. Cette démarche inclut notamment la sensibilisation des collaborateurs, des partenaires et de tous les acteurs impliqués dans nos événements et activités.

Actions menées

En 2024, les efforts du Groupe se sont principalement concentrés sur la préparation des premières étapes de mise en conformité avec la directive CSRD, qui constituera un socle structurant de la stratégie climat à venir. Ce travail a permis de documenter le modèle d'affaires du Groupe, d'analyser la chaîne de valeur, et de réaliser un exercice approfondi de double matérialité, identifiant les risques, opportunités et impacts environnementaux significatifs de ses activités.

Cette phase de structuration, menée en lien avec les directions des branches, représente une étape essentielle vers une stratégie climat plus ambitieuse, alignée sur les attentes européennes et sur les enjeux spécifiques aux activités du Groupe.

BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION

En 2024, la Branche a poursuivi la dynamique engagée autour de la lutte contre le changement climatique, en traduisant les enseignements de son empreinte carbone en actions concrètes.

Plusieurs études ont été menées pour identifier des leviers de réduction de notre impact environnemental, notamment autour de l'installation de panneaux photovoltaïques et de l'optimisation de la gestion des déchets sur nos sites.

La thématique de la mobilité domicile-travail a également été abordée, avec le déploiement de l'application Blablacar Daily afin de favoriser le covoiturage entre collaborateurs.

Parallèlement, des travaux d'amélioration des conditions de travail et de performance énergétique ont été réalisés, incluant le changement de bureaux, l'isolation des locaux, le remplacement du système de chauffage et un relamping complet.

Ces actions s'inscrivent dans une volonté forte de concilier bien-être des salariés, efficacité énergétique et engagement environnemental.

BRANCHE EMPLOI RECRUTEMENT & FORMATION

En 2024, Hellowork a poursuivi son engagement en faveur de la réduction de son empreinte carbone, le focus a été porté sur la préparation à la directive CSRD. L'empreinte carbone globale de l'entreprise sera actualisée en 2025, sur la base des données 2024, avec pour objectif de maintenir la trajectoire de réduction de 10 % de l'intensité carbone, en cohérence avec la stratégie climat engagée depuis plusieurs années. En parallèle, des groupes de travail RSE actifs, tels que ceux dédiés à la mobilité domicile-travail et à l'accompagnement d'associations à vocation sociale et sociétale, ont poursuivi leurs actions tout au long de l'année, maintenant une dynamique collective d'engagement et d'impact positif.



BRANCHE SPORTS & CULTURE

La voile, la course à pied et le triathlon sont 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 généralement disponible sur les sites internet des événements organisés. Par ailleurs, sur les événements de courses, l'utilisation de modes de transport alternatifs bas carbone et/ou actifs est encouragée auprès des coureurs, accompagnants et bénévoles via notamment la distribution gratuite de bons de transport en commun.

Notre engagement s'est renforcé à partir de 2018, pour les 40 ans de La Route du Rhum - Destination Guadeloupe, événement majeur du calendrier sportif français et mondial. Depuis mi-2021, OC Sport réalise des calculs d'empreinte carbone de chacun des événements organisés en prenant en compte les scopes 1, 2 et 3 (émissions directes et indirectes). Une trajectoire de réduction a été définie à horizon 2034, sur la base des événements 2022, et un pilotage du carbone a été mis en place.

Ces empreintes carbone nous ont permis d'identifier les axes de réduction des GES (Gaz à Effet de Serre),

de nombreuses actions sont déjà en place et d'autres doivent suivre dans les prochaines années, en collaboration avec les parties prenantes.

Au-delà de challenger l'ensemble de nos pratiques afin de minimiser l'impact carbone de nos événements, chez OC Sport nous avons lancé un plan de contribution carbone local en collaboration avec Agoterra. L'idée est simple : soutenir des initiatives agricoles vertueuses et régénératrices qui contribuent à séquestrer des quantités significatives de CO2 tout en soutenant une dynamique d'emploi durable. L'agriculture régénératrice, ce sont aussi de

AGOTERRA

nombreux co-bénéfices comme l'amélioration de la qualité de l'eau et des sols, ainsi que la préservation de la biodiversité environnante.

Indicateurs de performance

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

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

tions météorologiques ou sanitaires extérieures, nous retenons un objectif de fluctuation limité (+/-5 %) par rapport à la consommation de l'année précédente. Nous avons exclu l'événementiel, du fait de la magnitude des activités et de la nature des consommations (estimé < 5 % du total groupe).

	MÉDIAS & COMMUNICATION	EMPLOI, RECRUTEMENT & FORMATION
2024	Gaz : 606 MWh Électricité : 2 580 MWh Bois : 830 MWh Évolution : -2%	Consommation électricité : 188 MWh ; -18% vs 2023
2023	Gaz : 774 MWh Électricité : 2 593 MWh Bois : 718 MWh Évolution : -17%	Consommation électricité : 228 MWh ; +8% vs 2022

Pour la **branche Médias & Communication**, la consommation énergétique globale poursuit sa tendance à la baisse. La consommation de gaz enregistre une baisse marquée de 22 % par rapport à 2023, confirmant l'efficacité des actions engagées sur le pilotage du chauffage (programmation, équipements plus performants). La consommation de bois, uniquement sur le site de Morlaix, augmente de 16 %. Cette hausse s'explique principalement par un hiver 2024 plus long, avec un démarrage précoce et une fin tardive de la saison de chauffe. Elle ne reflète donc pas un changement structurel dans les usages. Dans l'ensemble, la branche Médias continue de réduire son intensité énergétique, grâce à un effort de long terme sur les équipements et l'optimisation des bâtiments.

Pour la **branche Emploi, Recrutement & Formation**, la consommation d'électricité a connu une baisse significative de 18 % par rapport à 2023. Cette évolution marque une inflexion notable, après une hausse enregistrée l'année précédente. Elle traduit les effets des actions mises en œuvre sur les comportements et les équipements, malgré une activité en croissance.

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

MAÎTRISE DES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DES ACTIVITÉS

Le contexte

Dans chacune de ses branches, le Groupe Télégramme s'attache à réduire les impacts environnementaux liés à ses activités. Cela passe notamment par une meilleure gestion des ressources, la limitation des déchets, le recyclage

des matériaux utilisés, ainsi qu'une attention portée aux transports et à la logistique. Ces actions s'adaptent aux spécificités de chaque métier.

Actions menées

BRANCHE MÉDIAS & COMMUNICATION



En 2024, la branche Médias & Communication poursuit ses efforts pour limiter l'impact environnemental de ses activités d'impression, de diffusion et de fonctionnement quotidien. En 2024, Le Télégramme a renouvelé sa certification PEFC, label qui garantit que le journal contient à minima 70 % de matières issues de forêts gérées durablement.

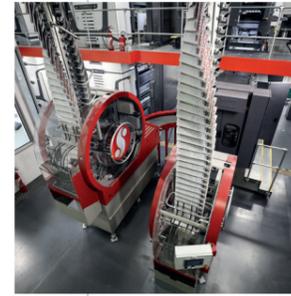
Le partenariat avec l'usine Cellaouate reste au cœur de la démarche de recyclage du journal. Plus de 1 600 tonnes de journaux invendus sont ainsi collectées et transformées en ouate de cellulose, matériau isolant utilisé dans le bâtiment. Le Télégramme représente aujourd'hui plus de 80 % de l'approvisionnement de l'usine, dans un modèle d'économie circulaire territoriale.

En complément, les papiers usagés (bureautique, archives...) du siège de Morlaix et les invendus sont triés par l'association d'insertion Les Genêts d'Or, puis redirigés vers la filière de recyclage.

L'entreprise respecte également les exigences de CITEO :

- Papier composé à plus de 75 % de fibres recyclées,
- Approvisionnement papier à moins de 1 500 km du site d'impression,

L'ensemble des plaques aluminium est recyclé, et les techniques d'impression permettent d'atteindre une consommation d'encre très faible : 2 g pour un journal de 48 pages.



En parallèle, des actions ont été menées pour améliorer l'efficacité énergétique des bâtiments :

- Changement complet des éclairages en LED,
- Automatisation de l'éclairage dans plusieurs locaux,
- Remplacement de systèmes de chauffage par des équipements plus modernes et performants sur certains sites.
- Changement de locaux pour les moins bien isolés

Ces évolutions s'inscrivent dans une logique de sobriété énergétique et de réduction progressive de l'empreinte carbone des activités.

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

BRANCHE EMPLOI RECRUTEMENT & FORMATION

Les groupes de travail initiés en 2022 ont continué leur mobilisation en 2024, sur la base du volontariat. Les collaborateurs engagés ont poursuivi leurs réflexions et expérimentations sur des thématiques clés telles que la mobilité quotidienne, l'accompagnement d'associations, ou encore la réduction des impacts numériques.

Ces démarches collectives permettent à Hellowork de continuer à intégrer les enjeux environnementaux et sociaux dans son fonctionnement quotidien, en mettant l'accent sur des actions concrètes, pragmatiques et portées par les salariés eux-mêmes.



BRANCHE SPORTS & CULTURE

Dans le cadre de l'organisation des événements sportifs, les pratiques visant à limiter notre impact environnemental sont également mises en œuvre. Nous pouvons notamment citer la suppression des bouteilles d'eau en plastique remplacées par de l'eau du robinet sur plusieurs de nos événements outdoor : Marathon de Genève, Marathon de Nantes, etc.

Pour les événements de voile, le recours à des gobelets réutilisables est systématisé, en proposant des fontaines à eau pour les visiteurs et pour les partenaires.

Sur certains événements des partenariats scientifiques ont été conclus avec l'IFREMER, cela s'est notamment traduit par la co-création d'un kit pédagogique et d'une exposition sur la protection de l'océan. Depuis 2021, nous réalisons également une quantification des émissions carbone (scopes 1, 2 et 3) et mettons en place, pour l'ensemble des événements, des «budgets carbone» de manière à piloter la réduction de ces émissions de Gaz à effet de serre (GES). Enfin, de la contribution carbone locale est réalisée sur une majorité de nos événements, avec des acteurs locaux et en lien avec l'agriculture.



Indicateurs de performance

Objectifs médias : maintenir au moins 75 % de papier recyclé pour la production du journal.

La maîtrise des impacts environnementaux reste un enjeu fort pour Le Télégramme, en particulier dans le cadre de la production d'un journal papier en grande quantité, nécessitant la consommation de papier, de consommables et d'énergie. En 2024, cet engagement s'est traduit par la poursuite d'actions concrètes en matière de recyclage, de réutilisation et de gestion optimisée des ressources tout au long du cycle de production.

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

MÉDIAS & COMMUNICATION

2024	76 % minimum de fibres recyclées utilisées dans le journal Le Télégramme
2023	75 % minimum de fibres recyclées utilisées dans le journal Le Télégramme

Nous tenons particulièrement à maintenir l'objectif de 75 % de papier recyclé dans la fabrication du journal Le Télégramme, condition nécessaire pour répondre aux standards définis par CITEO. L'ensemble des équipes concernées, de l'approvisionnement à l'impression, reste mobilisé pour garantir le respect de ce seuil et contribuer ainsi à une production plus responsable.

Nous avons exclu l'événementiel et Hellowork de cet indicateur, en raison de l'absence d'outils ou d'indicateurs consolidés permettant, à ce jour, de déterminer un ICP pertinent sur ces périmètres.

CONCLUSION

Ce document a été élaboré en concertation avec les différentes branches d'activité du Groupe Télégramme, afin de mettre en lumière les actions économiques, sociales et environnementales menées en 2024, tant en interne qu'en lien avec nos parties prenantes.

La branche Emploi, Recrutement & Formation, à travers Hellowork, poursuit son développement et consolide sa position de leader en France dans le secteur de l'emploi et de l'accompagnement des recruteurs, candidats et étudiants. Sa capacité d'innovation et de mise en relation à grande échelle reste un pilier stratégique du Groupe.

La branche Médias & Communication continue d'évoluer dans un contexte marqué par la pression sur le marché international et la concurrence accrue sur le temps d'attention des publics. Le Télégramme a engagé une restructuration interne, afin d'ajuster son organisation éditoriale, commerciale et territoriale pour rester au plus proche de l'information et de ses lecteurs.

La branche Sports & Culture poursuit ses efforts pour proposer des événements sportifs de qualité, à fort ancrage territorial et à haut niveau de satisfaction des participants.

En parallèle, l'année 2024 a été marquée par la préparation du chantier CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive). Bien que le calendrier réglementaire ait été repoussé (de 2026 à 2028), le Groupe Télégramme a commencé à anticiper cette évolution et amorcer une dynamique structurante, en lien avec l'ensemble de ses branches. Cette démarche s'inscrit dans une vision à long terme de la RSE, visant à renforcer la transparence, à mieux piloter les enjeux de durabilité, anticiper les risques et opportunités face aux évolutions sociales et environnementales de chaque branche du Groupe Télégramme.