# RAPPORT
## DÉVELOPPEMENT DURABLE & RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES 2013
EXTRAIT DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2013

M6 GROUPE

# DEVELOPPEMENT DURABLE ET RESPONSABILITE SOCIETALE DES ENTREPRISES

La Responsabilité Sociétale d'Entreprise a pris une dimension nouvelle en 2012 à la suite de la publication du décret d'application de l'article 225 de la loi Grenelle 2. La vérification des données sociales, sociétales et environnementales par un tiers indépendant est devenue obligatoire pour les entreprises françaises. Le Groupe M6 s'inscrit dans cette nouvelle obligation et poursuit sa dynamique d'action et de transparence dans ces trois domaines.
Le Groupe M6 est en effet persuadé que ces informations permettent aux différents acteurs concernés de mieux évaluer sa performance globale sur le moyen et long terme, et, plus globalement, que la responsabilité sociétale va de pair avec la performance économique.

Le Groupe M6 conduit donc une politique active de RSE et affiche clairement ses engagements auprès de tous ses partenaires : téléspectateurs, salariés, clients, actionnaires, fournisseurs, pouvoirs publics, et société civile.

Face aux différents enjeux sociaux, sociétaux et environnementaux, et afin de s'engager envers l'ensemble de ses parties prenantes, le Groupe a élaboré une démarche RSE structurée autour de trois priorités, directement liées aux activités du groupe :

- la gestion des talents : le Groupe est convaincu que ses collaborateurs sont la clé de voûte de sa réussite. C'est pourquoi la Direction des Ressources Humaines place au cœur de ses préoccupations le choix puis la fidélisation de ses salariés, et s'efforce de promouvoir leur épanouissement dans toutes les dimensions de leur vie professionnelle.

- le respect du public et sa responsabilité envers la société : l'activité du Groupe étant avant tout immatérielle et culturelle, l'impact sociétal est le fil conducteur de son engagement. En effet, à travers ses programmes le Groupe pénètre dans les foyers et doit donc placer le respect des téléspectateurs au cœur de son action.

- la non-discrimination : la prise en compte de la diversité est une donnée très importante pour le Groupe tant au niveau des contenus audiovisuels que des publics auxquels il s'adresse. Cela se traduit notamment par un engagement transversal et reconnu en faveur de la parité et d'une meilleure représentation de la femme et des minorités dans les médias.

En collaboration avec l'organisme tiers indépendant en charge de la vérification des données RSE, le Groupe M6 a déterminé 12 indicateurs prioritaires liés directement à ses enjeux principaux :

- les effectifs,
- les embauches et licenciements,
- l'organisation du temps de travail,
- les politiques mises en œuvre en matière de formation,
- le nombre total d'heures de formation,

- les conditions de dialogue avec les parties prenantes,
- les mesures prises en faveur de la santé et de la sécurité des consommateurs,
- les actions de soutien, de partenariat ou de mécénat,
- les actions engagées pour prévenir toute forme de corruption,

- les mesures prises en faveur de l'égalité Hommes/Femmes,
- les mesures prises en faveur de l'emploi et de l'insertion des personnes handicapées,
- la politique de lutte contre les discriminations.

# 1. NOTE METHODOLOGIQUE

## Référentiels

Le reporting des indicateurs extra-financiers s'appuie sur des référentiels nationaux et internationaux. Les indicateurs sociaux, sociétaux, et environnementaux se réfèrent notamment aux dispositions du décret du 24 avril 2012 pris en application de la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement.

## Indicateurs

Les indicateurs présentés dans cette section ont fait l'objet d'une vérification par le cabinet KPMG tel que requis par la loi incluant des tests de détail sur les indicateurs les plus pertinents. L'accent a notamment été mis sur les indicateurs sociaux et sociétaux relatifs aux enjeux stratégiques du Groupe.

## Périmètre de Reporting

Le périmètre du reporting a été établi conformément aux dispositions des articles L.233-1 et L 233-3 du Code de commerce et concerne les filiales et sociétés contrôlées.

Certains indicateurs portent sur des périmètres spécifiques excluant certaines entités ; le périmètre à considérer est alors précisé en regard des informations.

Les informations environnementales concernent le périmètre de Neuilly-sur-Seine qui correspond aux consommations totales des immeubles des 89 et 107 avenue Charles de Gaulle, 46 rue Jacques Dulud, et aux consommations privatives d'électricité des locaux occupés du 114 avenue Charles de Gaulle à Neuilly-Sur-Seine. En termes d'activités, le périmètre de Neuilly-sur-Seine comprend toutes les activités télévisuelles du Groupe hormis les antennes régionales de la Rédaction nationale, ainsi que les activités de diversification suivantes : M6 Interactions, Droits Audiovisuels et M6 Web hors activités localisées à Lyon (Direction Technique de la filiale principalement).

Par ailleurs, le périmètre de reporting social est basé sur le périmètre de consolidation financier, à l'exception de certains indicateurs pour lesquels les données des Girondins de Bordeaux (F.C.G.B) ont été exclues. Les indicateurs concernés par cette exclusion sont les indicateurs liés à l'organisation du travail, une partie des indicateurs liés à la rémunération et à l'épanouissement des talents.

À noter que le reporting inclut des variations de périmètre, résultat des acquisitions entre le 1er janvier et le 31 décembre de l'année 2013 : les données de l'année 2013 seront intégrées en totalité lors du reporting de l'année 2014 à moins que l'entité entrante ne puisse recueillir toutes les données au prorata temporis. Toutefois le décompte de l'effectif des filiales entrées en périmètre dans le cadre du reporting des données sociales est intégré dans le périmètre de l'année 2013.

## Période de reporting

Le reporting des données sociétales, sociales et environnementales est annuel et concerne la période du 1er janvier au 31 décembre 2013.

## Précisions et limites méthodologiques

Les méthodologies utilisées pour certains indicateurs sociaux, environnementaux et sociétaux peuvent présenter des limites du fait : de changements de définition pouvant affecter leur comparabilité, de variations de périmètres d'activités d'une année sur l'autre, des modalités de collecte et de saisie de ces informations.

Précisions sur les indicateurs environnementaux :

Afin de faciliter la comptabilité interne liée aux facturations des consommations d'électricité, la consommation reportée sur un mois donné correspond à la consommation réelle du mois précédent.

- Les émissions de $CO_2$ figurant dans la partie 7.4.1 sont les émissions directes de gaz à effet de serre liées aux consommations de gaz naturel et de fioul des bâtiments du Groupe à Neuilly. Les émissions indirectes liées aux consommations d'électricité des immeubles ne sont pas incluses dans les émissions de $CO_2$ reportées. Les facteurs d'émission utilisés pour le calcul sont issus de la base carbone de l'ADEME.

Précisions sur les indicateurs sociaux :

- Les heures de formation reportées concernent les formations dispensées par M6 Campus ainsi que des organismes externes de formation. Les heures de formation en e-learning sont incluses dans les données reportées. Le temps de formation passé en école pour les collaborateurs en contrat d'apprentissage ou de professionnalisation est exclu. Les heures de formation en BTS suivies par certains collaborateurs du F.C.G.B sont également exclues du nombre d'heures totales de formation reporté.

### Outils de reporting, consolidation et contrôles

Des outils de collecte, développés par la direction des Systèmes d'information du Groupe, permettent une remontée de l'ensemble des données consolidées et contrôlées à différents niveaux :
- Pour les données sociales, la collecte est réalisée dans un outil dédié, développé par la direction des Systèmes d'information du Groupe, et des contrôles de cohérence automatiques sont effectués par l'outil informatique pendant la saisie. D'autres contrôles et la validation sont effectués par la Direction des Ressources Humaines du Groupe M6. Enfin, un contrôle général assure la cohérence globale des flux d'effectifs entre l'année N-1 et l'année N ;
- Pour les données sociétales, la collecte des informations est réalisée par le Secrétariat Général du Groupe et le département de la Communication Financière ;
- Pour les données environnementales, la collecte est réalisée par les Services Généraux du Groupe, et un contrôle de cohérence interne est effectué par le correspondant en charge de la saisie des informations. Un nouveau contrôle est réalisé au moment de la consolidation.
Enfin le département de la Communication Financière rassemble les données et effectue des contrôles de cohérence.

# 2. RESSOURCES HUMAINES

## 2.1. Les collaborateurs du groupe

### 2.1.1. Les effectifs

**Répartition de l'effectif permanent du Groupe M6 par type de contrat**

| | 2011 | 2012 | 2013 |
|---|---|---|---|
| CDI | 1 609 | 1 614 | 1 613 |
| CDD | 234 | 242 | 248 |
| **Total permanents** | **1 843** | **1 856** | **1 861** |

Au 31 décembre 2013, l'effectif total du Groupe M6 s'élève à 1 861 collaborateurs permanents, contre 1 856 au 31 décembre 2012, dont 1 613 CDI en 2013 versus 1 614 en 2012. Au total, il y a eu 1 départ net CDI en 2013, qui s'explique comme suit :

**Evolution des CDI entre 2012 et 2013**

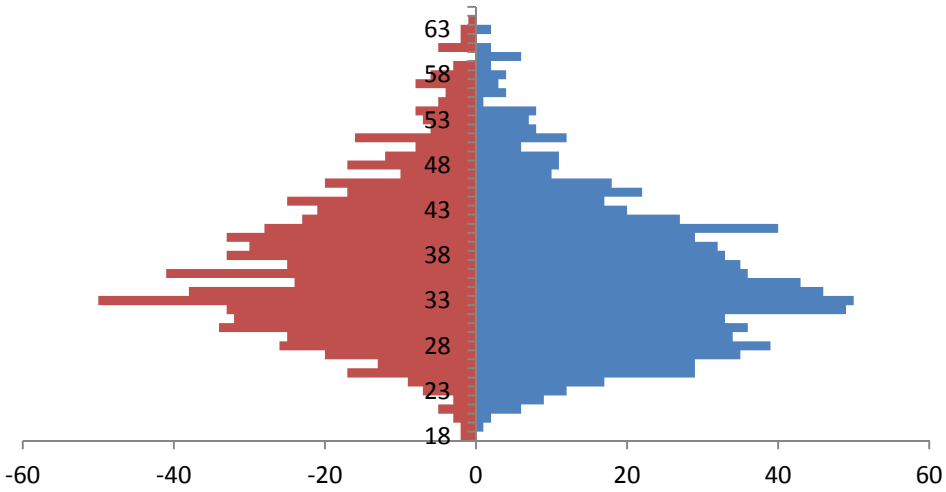
| | |
|---|---|
| **Effectif à fin décembre 2012** | **1 614** |
| Recrutements | 89 |
| Intégration Intermittents en CDI | 21 |
| Intégration CDD en CDI | 8 |
| Départs : | |
| - démissions | -59 |
| - licenciements | -24 |
| - ruptures conventionnelles | -29 |
| - retraite | -3 |
| - autres motifs (fin de période d'essai, décès...) | -4 |
| **Effectif à fin décembre 2013** | **1 613** |

Dans le souci d'assurer aux femmes une place équivalente à celle des hommes, le Groupe M6 veille particulièrement à l'équilibre des effectifs. Ainsi au 31 décembre 2013 le Groupe compte 49,8% de femmes et 50,2% d'hommes, qui se répartissent comme suit par catégorie :

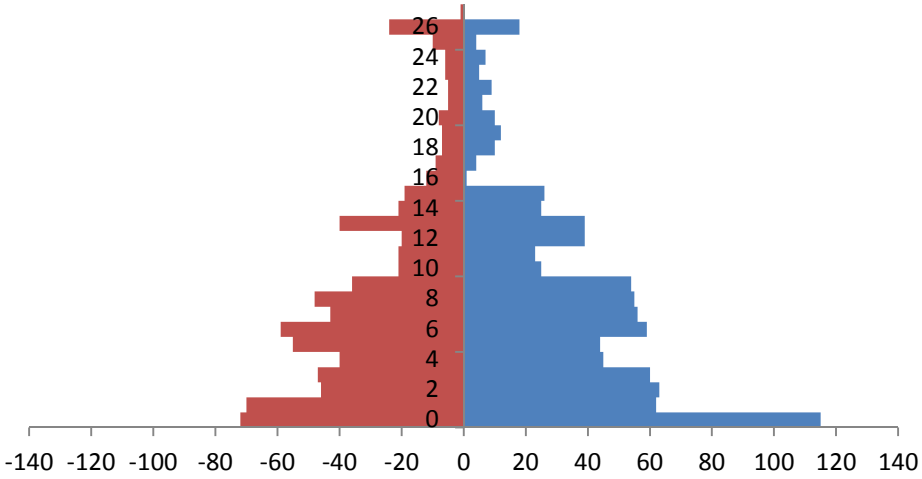
## Répartition de l'effectif permanent du Groupe M6 par catégorie et sexe

| | 2013 | Dont hommes | Dont femmes |
|---|---|---|---|
| Non cadres | 744 | 375 | 369 |
| Cadres | 883 | 402 | 481 |
| Journalistes | 156 | 103 | 53 |
| Cadres dirigeants | 78 | 54 | 24 |
| **TOTAL** | **1 861** | **934** | **927** |

## Pyramide des âges




## Pyramide de l'ancienneté




La moyenne d'âge des collaborateurs se situe à 37 ans en 2013 (contre 36 ans en 2012), 36 ans pour les femmes et 38 ans pour les hommes.
L'ancienneté moyenne s'établit à 8 ans, hommes et femmes confondus.

Au 31 décembre 2013, l'effectif de 1 861 permanents se répartit ainsi :

**Répartition des effectifs permanents par pôle**

| | 2011 | 2012 | 2013 |
|---|---|---|---|
| Pôle Télévision | 891 | 931 | 950 |
| Pôle Diversifications | 952 | 925 | 911 |
| **TOTAL** | **1 843** | **1 856** | **1 861** |

L'augmentation du nombre de permanents du Pôle Télévision (+19 CDI/CDD) est essentiellement liée à l'intégration d'intermittents en régie finale, à la Direction de la Production Exécutive et dans les Sociétés de production du Groupe.

La diminution de l'effectif permanent du Pôle Diversifications (-14 CDI/CDD) est principalement consécutive à des départs non remplacés sur les fonctions support (juridique et finance) suite à la mutualisation de ces équipes au sein du pôle Diversifications et au transfert de certaines activités de diversifications (Licences, Créations) vers le Pôle Télévision.

**Répartition des effectifs CDD**

| | 2012 | 2013 |
|---|---|---|
| CDD | 202 | 199 |
| Contrats de professionnalisation | 22 | 33 |
| Contrats d'apprentissage | 18 | 16 |
| **Total CDD** | **242** | **248** |

M6 poursuit son engagement dans l'alternance, puisque le Groupe a accueilli, en 2013, 49 jeunes en contrat d'apprentissage ou de professionnalisation.

**Intermittents**

| | 2012 | 2013 |
|---|---|---|
| **ETP intermittents et pigistes** | **427** | **440** |

Le recours à l'intermittence est en augmentation de +3%, qui s'explique pour la plupart des émissions par :

- l'accroissement de l'activité des sociétés de productions,
- le développement de l'activité de Golden Moustache.

Par ailleurs la baisse du recours aux intermittents sur les activités de diffusion est liée à leur intégration dans les effectifs permanents.

### 2.1.2. L'organisation du temps de travail

Depuis la conclusion d'un accord d'entreprise en 2000, les collaborateurs du Groupe (hors Ventadis et Girondins) bénéficient d'une organisation de leur temps de travail calculé en heures ou en jours selon les catégories.

**Principales durées du travail par catégorie (hors cas particuliers et hors F.C.G.B)**

| | Durée annuelle moyenne du travail | Jours RTT |
|---|---|---|
| **Non cadres** | 1575 à 1 589 heures | 22 ou 23 jours |
| **Cadres** | 215 jours | 13 jours |
| **Journalistes** | 205 jours | 11 jours |

| | | |
|---|---|---|
| Cadres dirigeants | non concernés | non concernés |

Le Groupe M6, convaincu que l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle des salariés participe à la bonne performance de l'entreprise, n'hésite pas à proposer des emplois du temps aménagés.

Temps partiels
Au 31 décembre 2013, 112 collaborateurs sont en CDI à temps partiel, dont 80,4% de femmes et 19,6% d'hommes. Au total, ils représentent 87,60 ETP.

Absentéisme
L'ensemble des absences hors congés payés a représenté 5,79% des heures travaillées théoriques en 2013, en baisse par rapport à 2012 (5,91%) :

Motifs d'absences (Groupe hors F.C.G.B)

| Type d'absences *(en jours ouvrés)* | 2012 | 2013 |
|---|---|---|
| Nb jours absences maladie | 9 358 | 10 703 |
| Nb jours absences maternité / paternité | 10 533 | 9 637 |
| Nb jours absences accidents du travail | 304 | 528 |
| Nb jours absences non payées | 1 789 | 1 923 |
| Nb jours absences congés exceptionnels | 2 705 | 1 566 |
| TOTAL | 24 689 | 24 357 |
| **Taux d'absentéisme** | **5,91%** | **5,79%** |

Au cours de l'exercice 2013, 10 572 heures supplémentaires ou complémentaires ont été effectuées par les salariés du groupe M6 contre 9 248 heures en 2012.

## 2.2. Les rémunérations du Groupe

Les rémunérations des collaborateurs du Groupe M6 sont revues chaque année dans le cadre des entretiens individuels. Les collaborateurs peuvent bénéficier d'augmentations individuelles basées sur leurs performances. Une augmentation générale est attribuée aux collaborateurs dont le salaire est inférieur au plafond de la sécurité sociale et dont l'ancienneté est supérieure à un an.

La rémunération annuelle d'un collaborateur se compose d'un salaire de base mensuel versé sur 13 mois.

360 collaborateurs bénéficient, en plus de leur salaire de base, d'une rémunération variable basée principalement sur des indicateurs financiers de performance (y compris l'intéressement commercial pour les salariés des sociétés M6 Publicité, M6 Créations, et du portail Thématiques de Web), contre 350 en 2012.

### 2.2.1. L'évolution de la rémunération moyenne

La rémunération moyenne annuelle des collaborateurs permanents du Groupe (hors F.C.G.B) s'élève à 55 078 € en 2013 contre 54 344 € en 2012 (+1,35%).

### 2.2.2. Épargne salariale

Participation
Trois accords de participation ont été conclus au sein du Groupe M6 sur les périmètres suivants :
- Groupe M6 hors pôle Ventadis et F.C.G.B
- Pôle Ventadis
- F.C.G.B

La réserve spéciale de participation totale du Groupe au titre de l'exercice 2012, versée en 2013, s'est élevée à 6 624K€ contre 7 911 K€ versés en 2012 au titre de 2011 ; 2 256 collaborateurs en ont bénéficié, contre 2 391 collaborateurs l'année précédente.

### Intéressement

Un accord d'intéressement au sein du groupe a été conclu le 20 juin 2011 avec les différentes instances représentatives pour trois exercices comptables soit jusqu'au 31 décembre 2013.
Cet accord a permis la mise en place d'un nouveau calcul de la prime d'intéressement, basé sur l'EBITA : si celui de l'année en cours atteint au moins 90% de l'EBITA de l'année précédente, une prime d'intéressement est répartie entre les collaborateurs.
Le résultat opérationnel a reculé entre 2011 et 2012 : de ce fait, aucune prime d'intéressement n'a été versée au titre de l'exercice 2012 en ce qui concerne l'accord Groupe M6.
Les collaborateurs du F.C.G.B n'ont également pas perçu d'intéressement au titre de 2012.
En revanche, sur le pôle Ventadis, une prime d'intéressement d'un montant total de 263 K€ a été versée à 475 collaborateurs.

### Prime de partage des profits

La loi du 28 juillet 2011 a instauré le versement d'une prime de partage des profits aux collaborateurs lorsque les dividendes versés sont en augmentation par rapport à la moyenne des dividendes par action versés au titre des 2 exercices précédents.

En application de cette disposition légale, une négociation s'est engagée avec les Instances Représentatives du Personnel, sur les conditions et modalités de versement de la prime de partage des profits, dès la transmission, par la Direction, du projet de résolution aux actionnaires prévoyant le versement de dividendes en augmentation, en vue de l'Assemblée Générale du 13 mai 2013.

A la suite de ces négociations et de la décision de l'Assemblée Générale des actionnaires du 13 mai 2013, les parties signataires ont convenu qu'une prime de partage des profits serait versée aux collaborateurs sous la forme d'un supplément de réserve spéciale de participation au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2012, conformément aux dispositions de l'article L.3324-9 du Code du travail.

Le montant global s'est élevé pour le Groupe à 2 065 K€, et 2 554 collaborateurs en ont bénéficié.

### Plan d'épargne Groupe (hors Ventadis et F.C.G.B)

En 2013, le Groupe M6 a renouvelé son plan d'épargne Groupe dans lequel il abonde les versements individuels de chaque salarié. Le montant versé au titre de cet abondement s'est élevé cette année à 1 011 K€.

Au total, les montants versés par le Groupe au titre de l'épargne salariale (Intéressement, Participation, Abondement et Prime de Partage des Profits) auront représenté 9 963 K€ contre 11 606 K€ en 2012, principalement en raison de la baisse du résultat opérationnel du Groupe entre 2011 et 2012.

Enfin, la gestion de l'épargne salariale a été confiée à un organisme extérieur qui propose aux collaborateurs cinq fonds distincts en termes de rendement et de risque pour placer leur épargne salariale :

- un FCPE Diversifié Actions (70% actions, 30% obligations), rendement élevé mais risque important ;
- un FCPE Diversifié Taux (20% actions, 80% obligations), rendement modéré mais risque moindre ;
- un FCPE monétaire (100% monétaire), rendement faible et sans risque ;
- un FCPE "Groupe M6", constitué à 100% d'actions Métropole Télévision ;
- un FCPE Impact ISR rendement solidaire, FCPE diversifié, investi sur les marchés européens, entre 5 et 10% en titres de l'économie solidaire.

## 2.2.3. Mutuelle et prévoyance

Les collaborateurs permanents du Groupe M6 bénéficient d'un régime "Frais de soins de santé" et d'un régime "Prévoyance" qui assurent à la fois un meilleur niveau de remboursement des soins de santé et une prise en charge des risques d'invalidité, d'incapacité et de décès.

### Frais de soins de santé

La garantie « frais de soins de santé » a principalement pour objet un complément au remboursement de la Sécurité Sociale (hospitalisation, médecine, dentaire, optique, bilan de santé).

L'adhésion au régime frais de soins de santé est obligatoire et doit correspondre à la situation de famille. La Cotisation mensuelle en 2013 s'est élevée à 149,67 euros, cette cotisation est répartie entre le salarié et l'employeur de la manière suivante :

- cotisation famille : 50 % de la cotisation à la charge du salarié et 50% à la charge de l'employeur,
- cotisation individuelle : 40 % de la cotisation à la charge du salarié et 60 % à la charge de l'employeur.

### Régime prévoyance

Il recouvre :

• La protection en cas d'incapacité, les indemnités complémentaires aux prestations en nature des assurances maladie, maternité ou accident du travail, maladie professionnelle de la Sécurité Sociale,
• La protection en cas de décès,
• La protection en cas d'invalidité.

Tous les collaborateurs titulaires d'un CDI ou d'un CDD dès la date d'embauche en bénéficient. La souscription est obligatoire. Les cotisations sont réparties entre le salarié et l'employeur. Tous les salariés du Groupe sont soumis à un régime unique, quel que soit leur statut (même pourcentage de cotisation et même répartition des cotisations entre employeur et salarié).

#### 2.2.4. Rémunération totale des 10 personnes les mieux rémunérées

Le montant versé aux 10 salariés permanents les mieux rémunérés du groupe (hors mandataire social et hors F.C.G.B) s'est élevé à 5 120 K€ en 2013 contre 5 211 K€ en 2012, dont 1 509 K€ pour les rémunérations variables en 2013, contre 1 379 K€ en 2012.

#### 2.2.5. Régime de retraite supplémentaire à cotisations définies

Marquant la volonté du Groupe de fidéliser ses cadres dirigeants et de répondre à leurs attentes dans le renforcement de leur couverture sociale retraite, il a été mis en place en 2007, pour cette catégorie de salariés, un dispositif de retraite supplémentaire et obligatoire à cotisations définies.
A fin décembre 2013, ce sont 81 cadres dirigeants du Groupe qui en bénéficient.
Ce dispositif permet la constitution d'un compte individuel de retraite dont l'objectif est le versement d'une rente viagère.

## 2.3. L'épanouissement des talents

### 2.3.1. Le parcours professionnel et le développement de carrière

**Promotions et mobilités**

*Groupe hors F.C.G.B*

| | 2012 | 2013 | Evol |
|---|---|---|---|
| Nombre de collaborateurs qui ont bénéficié d'une promotion sur la période | 52 | 60 | |
| Part des collaborateurs qui ont bénéficié d'une promotion sur la période | 3.5% | 3.7% | +15% |
| Nombre de collaborateurs qui ont bénéficié d'une mobilité sur la période | 72 | 59 | |
| Part des collaborateurs qui ont bénéficié d'une mobilité sur la période | 5% | 3.6% | -18% |
| Nombre de collaborateurs qui ont bénéficié d'une formation sur la période | 896 | 814 | |

| | | |
|---|---|---|
| Part des collaborateurs qui ont bénéficié d'une formation sur la période | 55% | 49% |

### Intégration des nouveaux arrivants

Tous les nouveaux collaborateurs suivent un parcours d'intégration comprenant notamment un séminaire. A cette occasion, le Président et de nombreux Directeurs opérationnels ou fonctionnels détaillent les activités du Groupe, permettant ainsi aux nouvelles recrues d'avoir une vision globale et de percevoir la diversité et la complémentarité des métiers du Groupe.

### Entretien annuel : entretien professionnel et entretien de performance

Chaque année, tous les collaborateurs bénéficient d'un entretien avec leur responsable hiérarchique. Les critères d'évaluation, au-delà d'une appréciation des résultats obtenus au cours de l'année écoulée, portent sur les compétences déployées. Il est aussi l'occasion de revenir sur l'efficacité des formations suivies, ainsi que sur l'équilibre professionnel (charge et organisation du travail, équilibre vie personnelle / vie professionnelle). Lors de ces entretiens, les collaborateurs font également part de leurs souhaits d'évolution et de formation.

La synthèse de l'entretien annuel est accessible de manière confidentielle via intranet et extranet par chaque collaborateur et historisée depuis 2008.
Les souhaits émis lors des entretiens sont systématiquement analysés par la Direction des Ressources Humaines afin qu'une suite puisse y être donnée : souhaits de formation, d'évolution professionnelle, demande d'entretien de seconde partie de carrière, équilibre vie professionnelle / vie personnelle.

### Entretien de seconde partie de carrière.

Il est proposé à tous les collaborateurs de 45 ans et plus un entretien spécifique avec leur Responsable de Ressources Humaines tous les 5 ans. Cet entretien a pour objet de définir leur projet professionnel à moyen terme et de mettre en place les actions d'accompagnement nécessaires.
Ainsi, les collaborateurs ayant 45 ans dans l'année se voient informés de leur accès prioritaire au Bilan de compétences et à la formation (notamment aux Périodes de Professionnalisation).
En 2013, ces entretiens ont été proposés à 136 collaborateurs et 33 entretiens ont été effectivement menés durant l'année.
Par ailleurs, dans le cadre de la mise en place du Contrat de Génération, un « point retraite » est désormais proposé aux collaborateurs de 45 ans et plus.

### Mobilité interne et promotions

L'ensemble des postes à pourvoir dans le Groupe est proposé sur l'intranet afin de privilégier les évolutions internes.

Par ailleurs depuis 2 ans des immersions professionnelles de quelques heures à 2 jours sont proposées aux collaborateurs du Groupe pendant 2 semaines.
Ces immersions permettent à ceux qui le souhaitent de découvrir un métier différent du leur dans un objectif de mobilité, de complémentarité, ou encore de simple curiosité. 80 collaborateurs ont ainsi pu vivre cette expérience en 2013. Cette opération, « Dans la Peau de… » est aussi l'occasion d'un événement interne de découverte et d'ouverture.

En 2013, 119 mobilités et promotions ont eu lieu dans le Groupe M6, dont 3 à la suite de l'immersion des collaborateurs, vs. 124 en 2012.

### Formation

Le Groupe M6 développe les compétences de ses salariés par une politique de formation continue, qui s'articule autour des métiers, des outils, du management et de la culture Groupe.

L'utilisation du DIF (droit individuel à la formation) est favorisée par le Groupe. Chaque salarié à plein temps dispose d'un DIF de 20 ou 21 heures par an (selon les branches professionnelles) cumulables sur une période de 6 ans et gérées par année civile. Ainsi, en 2013, dans l'ensemble du Groupe, 168 personnes ont utilisé 2 617 heures de DIF.

Par ailleurs M6 Campus, l'organisme de formation du Groupe, qui dispense en interne des formations au management, à la culture du groupe, aux nouveaux médias, mais aussi à des métiers techniques, a formé 295 collaborateurs en 2013.

Ainsi, en 2013, le budget formation du Groupe s'est élevé, DIF inclus, à 1 018 K€. Ce budget a permis de financer 1 432 actions de formation, soit 18 527 heures de formation.

Au total, 48 % des collaborateurs du Groupe ont bénéficié d'une formation en 2013, 45% d'hommes et 55% de femmes.

### 2.3.2. La politique des stages

| | 2012 | 2013 | Evol |
|---|---|---|---|
| Nombre de stagiaires accueillis sur la période pour une période de 3 à 12 mois | 280 | 316 | +12% |
| Part des anciens stagiaires recrutés en CDD ou CDI | 12% | 12% | |

Dans le respect de la Charte nationale sur les stagiaires, le Groupe mène un certain nombre d'actions en faveur des stagiaires étudiants :

- **Développer des partenariats avec les écoles** par la présence du Groupe à des forums étudiants, l'accueil de promotions des étudiants au sein du Groupe, la participation à des jurys d'examens ainsi que l'organisation de « job dating » (entretiens de courte durée).

- Favoriser le bon déroulement du stage
Tous les stagiaires accueillis en 2013 par le Groupe ont été conventionnés et indemnisés sur des périodes allant pour la plupart de 3 à 6 mois.
Par ailleurs, le Groupe M6 a reçu 113 élèves des classes de 3$^{e}$ ou de 2$^{de}$ en stages d'une semaine d'observation de l'entreprise.

- Préparer les futurs recrutements du Groupe et fidéliser les stagiaires
Avant la fin de leur stage, les jeunes sont reçus en entretien d'évaluation avec leur tuteur, ce qui permet de valider leur choix d'orientation professionnelle ainsi que leur potentiel et leur motivation pour le Groupe. Leurs candidatures sont privilégiées dans le cadre des recrutements à des postes de juniors, immédiatement à l'issue de leur stage ou ultérieurement.
En 2013, 37 stagiaires ont ainsi été recrutés en contrat à durée déterminée ou indéterminée.

## 2.4. Engagement en faveur de l'insertion des travailleurs handicapés

| | 2012 | 2013 | Evol |
|---|---|---|---|
| Nombre de travailleurs en situation de handicap | 10 | 10 | - |

Les engagements du Groupe et ses démarches vis-à-vis du handicap sont décrits dans la partie 7.3.2.1 du présent document.

## 2.5. Engagements en faveur de l'égalité hommes/femmes

Le Groupe s'est engagé dans son plan d'action égalité homme femme, de garantir une équité de traitement entre les hommes et les femmes au moment du recrutement.

Dans cet esprit, tous les recruteurs RH du Groupe ont été formés sur la non-discrimination en matière d'emploi et de profession lors des entretiens de recrutement, 9 collaborateurs en 2012 et 6 en 2013.

Indicateurs (hors F.C.G.B et Ventadis)

| | 2012 | 2013 | Evol |
|---|---|---|---|
| Part des femmes dans l'effectif total | 53% | 52% | -1% |
| Part des femmes parmi les cadres | 55% | 57% | +2% |
| Part des femmes parmi le Comité de Direction | 38% | 32% | -6% |
| Part des femmes ayant bénéficié d'une formation | 31% | 54% | +23% |
| Part des femmes recrutées | 59% | 61% | +2% |

Les femmes ont une place prépondérante dans le Groupe.

Les femmes représentaient déjà 50% de l'effectif en 2011 (49% en 2010 et 51% en 2009). Elles représentaient même 55% de l'effectif cadres en 2011 (54% en 2010 et 53% en 2009). Pour autant un plan d'action relatif à l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes a été mis en place à compter du 1er janvier 2012 pour l'ensemble du groupe (hors pôle Ventadis et F.C.G.B). Ce plan d'action triennal a deux objectifs :

- poursuivre les actions dans certains domaines tels que la formation, le recrutement, l'équilibre entre la vie professionnelle et la vie privée, la rémunération,

- confirmer une politique égalitaire déjà pratiquée dans le groupe M6.

Les actions du plan portent notamment sur plusieurs domaines :

- **l'équilibre vie professionnelle et vie privée** : la Direction a décidé de mettre en place un processus protecteur pour la femme enceinte en organisant notamment des entretiens, sous réserve de l'accord de la salariée, avec la DRH et le manager le mois avant le départ en congé maternité et le mois avant le retour de congé maternité. Il a été décidé de faciliter le lien avec la collaboratrice pendant son congé maternité en permettant un accès internet aux messages de la communication interne. Par ailleurs plus largement, la direction a pris l'engagement dans le cadre de l'organisation du temps de travail, de favoriser le respect de la vie privée (réunions débutant pendant les horaires collectifs, horaires aménagés pour la rentrée scolaire). Elle a également innové en prolongeant le congé parental à temps partiel dans la limite de 80% du temps de travail jusqu'aux 6 ans de l'enfant.

- **la rémunération** : la direction a mis en place, pour assurer un comparatif objectif entre hommes et femmes, une classification à 5 niveaux de responsabilité. L'objectif étant de permettre de comparer les situations et de supprimer les écarts entre les salaires moyens par sexe et par niveau dans la limite de + ou – 5 %.

A l'issue des deux premières années d'application (2012 et 2013), les indicateurs chiffrés et présentés aux élus des différentes sociétés démontrent que les engagements pris dans le cadre de ce plan d'action, notamment en matière de rémunérations, ont été respectés comme ils l'étaient déjà auparavant. Ainsi, l'écart constaté entre les salaires moyens par sexe et par niveau de responsabilité se situe entre + ou – 5 % en conformité avec l'objectif fixé.

De plus, dans le cadre des plans d'action relatifs au contrat de génération du mois d'octobre 2013, le Groupe M6 a réitéré son engagement en matière d'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes.

Enfin, le 17 octobre 2013, le Ministère du Droit des Femmes a dévoilé un palmarès inédit, qui distingue les entreprises du SBF 120 selon la place qu'elles donnent aux femmes dans leurs instances dirigeantes. Il s'avère que le Groupe M6 est bien classé dans ce Palmarès 2013 de la Féminisation des instances dirigeantes (30ème position sur les 120 entreprises du SBF120).

## 2.6. Dialogue social

Le Groupe M6 se conforme au Code du Travail pour ce qui concerne le dialogue social, l'exercice et la protection du droit syndical et la représentation du personnel.

Le Groupe M6 se conforme également aux stipulations des conventions fondamentales de l'Organisation internationale du Travail en termes de liberté d'association et du droit de négociation collective.

Au 31 décembre 2013, le groupe M6 compte 24 instances et 108 élus (toutes instances confondues et tenant compte des cumuls de mandats) soit :

- 4 instances de délégués du personnel avec 27 élus,
- 2 comités d'entreprise avec 22 élus,
- 9 délégations uniques du personnel avec 57 élus,
- 9 comités d'hygiène et de sécurité et conditions de travail avec 26 élus.

Ces différentes institutions représentatives du personnel favorisent un dialogue social régulier et actif. En 2013, 17 réunions en moyenne par mois, ordinaires ou extraordinaires, se sont tenues avec les représentants du personnel (toutes instances confondues).
Au sein de l'UES (Métropole Télévision, Métropole Production, M6 Bordeaux, M6 Toulouse, M6 Films), les commissions du Comité d'entreprise (commission logement, restauration, égalité professionnelle, formation …) se sont tenues régulièrement afin d'être au plus près des préoccupations des collaborateurs.

Les points importants abordés lors des réunions des Comités d'entreprise et délégation unique du personnel sur 2013 ont été notamment les suivants :

- Thèmes abordés mensuellement : la marche des entreprises du groupe
- Thèmes trimestriels : le suivi des effectifs
- Thèmes ponctuels ou annuels :

    - les comptes annuels 2012,
    - la situation comparée des conditions générales d'emploi et de formation des femmes et des hommes au sein de l'UES en 2012,
    - le plan d'action sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes,
    - le bilan 2012 de l'organisme en charge du 1% logement,
    - le bilan triennal du plan d'action sur l'emploi des seniors,
    - le bilan des œuvres sociales du Comité d'Entreprise 2012,
    - le bilan du plan de formation 2012,
    - les entretiens annuels 2012,
    - l'ouverture d'un coffre-fort électronique pour les collaborateurs,
    - le projet de plan d'épargne groupe 2013,
    - les Négociations Annuelles Obligatoires,
    - le projet de plan d'action relatif au contrat de génération,
    - le pré-bilan annuel sur le régime frais soins de santé,
    - le pré-bilan du plan de formation 2013,
    - le plan de formation prévisionnel 2014,
    - le projet de mise en place d'un enregistrement du temps de présence des collaborateurs,
    - le projet d'aménagement de l'horaire collectif par la mise en place d'un horaire individualisé,
    - le projet d'accord de supplément de participation en vue du versement de la prime de partage des profits,
    - le projet de modification du règlement intérieur,
    - le projet d'accord du cycle de la régie Finale,
    - des projets de plans de l'aménagement de bureaux et du cabinet médical,
    - la présentation des actions menées par la Fondation M6,
    - la journée de solidarité,
    - les FCPE suite au conseil de surveillance des FCPE,
    - l'enquête d'opinion auprès des collaborateurs,
    - les programmes de la rentrée,
    - le projet d'évolution de l'organisation de la société M6 Toulouse,

- l'arbre de Noël du CE,

S'agissant des comités d'hygiène et de sécurité, ils ont notamment été informés et/ou consultés sur les sujets suivants :

- l'analyse des accidents du travail 2013,
- le projet accord cycle régie finale,
- le bilan de la situation générale de l'hygiène, de la sécurité et des conditions de travail 2012,
- des projets d'aménagement de bureaux et du cabinet médical
- le projet de mise en place du DAM (Digital Asset Management),
- les projets d'aménagements des restaurants d'entreprise,
- le rapport d'activité 2012 de la médecine du travail,
- la visite du bureau de Bordeaux et des locaux situés à Neuilly,
- l'enquête d'opinion auprès des collaborateurs,
- la planification de la rédaction nationale,
- l'interdiction de la cigarette électronique au sein des locaux.

En 2013, un nouvel accord d'entreprise au sein de Métropole Télévision a été conclu, l'accord de répartition et d'aménagement du temps de travail des techniciens d'exploitation de la régie finale.
Le temps de travail des techniciens d'exploitation est à cet effet, organisé sous forme d'horaires cycliques selon un cadre pluri-hebdomadaire comportant 14 semaines.

Au sein du Groupe hors Ventadis et F.C.G.B, un plan d'épargne Groupe et un accord de supplément de participation en vue du versement de la prime de partage des profits ont été conclus avec les instances représentatives du Groupe ou à défaut, par ratification des salariés.

Au sein du F.C.G.B, des accords d'entreprise portant sur le contrat génération ainsi que sur le versement de la prime de partage des profits ont été conclus.

Aucun accord d'entreprise n'a été signé en matière de santé ou de sécurité au travail au sein du Groupe.

## 2.7. La sécurité et les conditions de travail

La sécurité et les conditions de travail des collaborateurs sont les principaux sujets qui occupent les 26 élus répartis dans les 9 comités d'hygiène et de sécurité et conditions de travail que compte le groupe.

Les domaines dont les CHSCT sont en charge font l'objet d'un suivi régulier, notamment dans le cadre de réunions ordinaires (31 réunions en 2013).

En 2013, cette instance a participé à la préparation du déménagement de près de 612 postes de travail dont 138 dans le tout nouveau bâtiment situé à Lyon.

Au sein de l'UES, la commission en charge de la qualité de vie au travail et de la prévention des risques psycho-sociaux s'est réunie en 2013. Dans le cadre de son action de prévention, cette commission a déterminé des indicateurs d'alerte étudiés semestriellement et un process associé.
Dans le cadre de cette politique de prévention des risques psycho sociaux, le Groupe a également continué de proposer des formations spécifiques sur la sensibilisation des différents acteurs de l'entreprise : représentants du personnel, managers, responsable ressources humaines afin de permettre à tous de parler le même langage, d'identifier les risques et d'agir en conséquence. En 2013, 42 managers ont été sensibilisés aux risques psycho-sociaux au moyen d'une demi-journée de formation.
Par ailleurs, dans le cadre des entretiens annuels, chaque collaborateur est amené à s'interroger sur l'équilibre entre sa vie personnelle et professionnelle. Ces indicateurs sont alors étudiés avec son manager et la Direction des ressources humaines afin si nécessaire de mettre en place un plan d'action permettant d'assurer cet équilibre.

### Formation à la sécurité, l'hygiène et la santé

En 2013, 230 personnes ont suivi des formations relatives aux normes de sécurité (évacuation, utilisation du matériel d'incendie…) dont 73 sauveteurs secouristes du travail.

### Médecine du Travail

La présence quotidienne de l'infirmière au sein du local médical lui a permis de renouveler, en lien avec la communication interne, les deux campagnes annuelles de Don du Sang, qui ont représenté 132 dons du sang en 2013.
L'infirmière donne des conseils préventifs aux collaborateurs sur des sujets divers par le biais de l'intranet : les positions à adopter en cas de travail sédentaire, un rappel sur les vaccinations à faire en cas de départ à l'étranger, les troubles du sommeil.
Elle dispense également une information complète sur la sécurité dans les locaux aux nouveaux arrivants sur les sites de Neuilly.

Une nouvelle convention avec le centre médical inter-entreprises a été négociée afin d'obtenir les services d'un médecin du travail sur la base de 3 vacations par semaine versus 2 auparavant, ce qui permet une présence plus importante du médecin sur site au service des collaborateurs. Cette nouvelle organisation a été mise en place depuis le mois d'octobre 2013 avec l'arrivée d'un nouveau médecin du travail.

### Accidents du travail et maladies professionnelles :

Le nombre d'accidents du travail ou du trajet des collaborateurs permanents et intermittents ayant entraîné un arrêt de travail s'élève à 14 pour 2013 vs 11 pour 2012 avec un taux de fréquence (nombre d'accidents avec arrêt de travail supérieur à un jour survenus au cours de l'année par million d'heures travaillées) de 3.414 (vs 2,696 en 2012) et un taux de gravité (nombre de journées d'arrêt indemnisées pour 1 000 heures travaillées) de 0.063 (vs 0.003 en 2012).

Aucune maladie professionnelle n'a été reconnue par la CPAM en 2013 dans le Groupe M6.

## 2.8. Déontologie

Au-delà du respect de la loi et des engagements contractuels, la déontologie est définie par le Groupe M6 comme un ensemble de principes professionnels que chaque salarié doit observer pour sa propre conduite et pour orienter ses choix dans les actions qu'il entreprend. Ces principes concernent tous les collaborateurs quel que soit leur statut et leur niveau hiérarchique, même le plus élevé. Ainsi, chacun doit être guidé en permanence par le souci d'agir avec professionnalisme et loyauté, tant envers le Groupe M6 qu'envers le public, les clients et les fournisseurs, en conformité avec les lois et réglementations en vigueur ainsi qu'avec les principes de déontologie énoncés par le Groupe.

C'est dans ce cadre que chaque nouvel arrivant se voit remettre le code de déontologie du Groupe M6 dans lequel sont également mentionnées les attitudes à adopter en cas de conflit personnel d'intérêt, de détention d'information sensible, de cadeaux et invitations, de période d'abstention en matière d'opérations sur les titres de la société. Ce code est également accessible sur le site intranet du Groupe.

### 2.8.1. Exigences générales

#### Respect de la loi

Le groupe M6 est géré dans le respect des lois et des réglementations qui composent son environnement juridique. Les collaborateurs des sociétés du Groupe sont ainsi tenus de respecter scrupuleusement les lois et règlements de toute nature qui s'imposent aux sociétés commerciales en général et plus particulièrement aux sociétés du secteur de l'Audiovisuel et du Cinéma. Ils ne doivent en aucune manière négliger ces textes ou les interpréter d'une façon qui porterait préjudice aux sociétés du Groupe.

#### Conflits d'intérêts

Lorsque dans ses activités professionnelles de tous les jours, un collaborateur est confronté à une situation dans laquelle une décision, censée être la meilleure pour l'entreprise, entre en conflit avec ses

intérêts personnels, ce dernier est encouragé à en faire part à son supérieur hiérarchique ou à la direction de l'entreprise dans l'objectif d'une résolution rapide de ce conflit d'intérêt.

### Prévention contre la fraude

Le Groupe M6 s'assure une utilisation et un traitement responsables de tous les biens corporels ou incorporels de l'entreprise, tels que les produits, les installations professionnelles, l'équipement informatique ou la propriété intellectuelle. Ainsi, l'ensemble des collaborateurs est sensibilisé au fait que les biens de l'entreprise doivent être utilisés uniquement aux fins commerciales auxquelles ils sont destinés et non à des fins personnelles impropres, illégales ou autres fins illicites.
Le Groupe a mis en place des mesures de contrôle adéquates (décrites au paragraphe 4.6.2 du présent document) pour prévenir toute forme d'activité frauduleuse.

### Liberté d'expression et réseaux sociaux

Une charte d'usage des réseaux sociaux diffusée auprès des collaborateurs du Groupe permet de rappeler certains principes. Ainsi, si les collaborateurs jouissent dans l'entreprise et en dehors d'elle de leur liberté d'expression, il leur est demandé de ne pas exprimer publiquement une opinion susceptible d'être perçue comme exprimant la position du Groupe M6 ou de ses dirigeants, de respecter leur obligation de discrétion professionnelle et de loyauté envers le Groupe et de ne pas communiquer d'informations confidentielles. Ces principes concernent tous les collaborateurs et tout particulièrement ceux qui par leurs fonctions, niveaux de responsabilité et/ou notoriété auprès du public ou sur leur réseau social sont susceptibles de bénéficier d'une visibilité particulière.

## 2.8.2. Relations avec nos partenaires commerciaux et avec les tiers

### Relations avec nos partenaires commerciaux

Dans le cadre des activités qui le lient aux autres, le Groupe fait preuve d'intégrité et attend de ses partenaires commerciaux qu'ils respectent la loi.

### Relations avec les instances gouvernementales et les organismes de régulation

Les relations institutionnelles du Groupe M6 sont assurées par le Secrétariat général regroupant une équipe dédiée au dialogue permanent avec ces différents acteurs et régulateurs. Le Groupe entretient des relations conformes à la législation avec l'ensemble des organismes de régulation et instances gouvernementales.

### Lutte anti-corruption

Les collaborateurs se doivent de refuser les cadeaux de toute nature d'une valeur qui dépasserait un coût considéré comme raisonnable, s'il devait être supporté par le Groupe. D'une manière générale, au sein du Groupe, tout cadeau ou invitation est considéré comme inacceptable, dès lors qu'il pourrait paraître susceptible d'influencer le comportement du bénéficiaire envers le donateur.

### Concurrence

Le Groupe veille à la conformité avec la législation applicable en matière de lutte anti-trust et de respect des règles de la concurrence. Ainsi, au-delà d'une charte de bonne conduite destinée aux membres du Comité de Direction et à tout membre du groupe spécialement exposé aux problématiques du droit de la concurrence, une formation concrète sur les principes contenus dans la charte a été dispensée cette année.

#### 2.8.2.1. Contenus et programmes

### Convention signée avec le CSA

Le Groupe M6 s'est engagé à respecter sur ses antennes les principes éthiques et déontologiques décrits dans les conventions signées avec le CSA.

### Charte d'éthique professionnelles des journalistes

En France, les principaux syndicats de journalistes ont adopté la Charte d'Éthique professionnelle des journalistes. De plus, la Convention Collective Nationale de Travail des Journalistes (CCNTJ) qui

s'applique à l'ensemble des journalistes titulaires de la carte de presse en France comprend également un certain nombre de principes éthiques. Cette convention est donc applicable aux journalistes travaillant au sein du Groupe, principalement à la Rédaction Nationale et chez C. Productions, filiale en charge de la production des magazines d'information tels que « Capital » et « Zone Interdite ».

#### Indépendance et responsabilité envers les médias

Le Groupe observe une totale indépendance éditoriale et journalistique dans la collecte et la diffusion des informations. L'indépendance éditoriale et journalistique est le fondement de ses activités de reportage et de diffusion d'informations. Le Groupe est conscient de sa responsabilité à l'égard du public en tant que faiseur d'opinion et il agit en conséquence.
Ainsi, le Groupe s'interdit d'exercer une quelconque influence externe sur les enquêtes journalistiques et refuse de se laisser influencer par les acteurs externes politiques et économiques.
Par ailleurs, le Groupe respecte les lois, règlements et principes d'entreprise relatifs à la séparation entre le contenu éditorial et la publicité commerciale.

#### Protection de la propriété intellectuelle

Le Groupe M6 respecte et protège la propriété intellectuelle et les contenus protégés sous toutes leurs formes. En sa qualité d'entreprise de médias, le Groupe est au fait de l'importance toute particulière que revêt la protection de la propriété intellectuelle pour son activité.

### 2.8.3. Délits d'initiés

Le Groupe a adopté un code de déontologie boursière ayant vocation à prévenir les délits et manquements d'initiés. Ce code, établi en conformité avec la recommandation de l'AMF n°2010-07 du 3 novembre 2010, s'applique à toutes les personnes initiées ou susceptibles d'être initiées. Il édicte les règles applicables à l'ensemble des collaborateurs du Groupe et est consultable sur l'intranet.

## 2.9. Cadre de vie

### 2.9.1. Les avantages et services du Comité d'Entreprise

Le budget des œuvres sociales du Groupe (hors F.C.G.B) s'établit :
- pour l'UES, à 0,95% de la masse salariale de l'année précédente soit 456 387,08 € (contre 476.273 € en 2012) ;
- pour les filiales, à 0,76% de la masse salariale soit 322 905 € (contre 325 274 € en 2012) ;
- pour le pôle Ventadis, 0,80 % de la masse salariale soit 137.107 € (contre 109.670 € en 2012).

Les Comités d'entreprise du Groupe proposent différentes prestations aux collaborateurs: chèques-cadeaux pour les naissances, participation aux frais d'activités sportives et culturelles des collaborateurs, organisation de vacances, séjours week-end sportifs ou touristiques en France ou à l'étranger…

### 2.9.2. La communication interne

#### Associer les collaborateurs aux grands projets du Groupe et faire connaître les métiers

Faire connaître les métiers du Groupe, afin de développer les synergies entre nos différentes activités, le sentiment d'appartenance au Groupe M6 et la mobilité interne, est l'un des objectifs communs aux médias internes dédiés aux collaborateurs :
- un portail intranet est mis à jour quotidiennement ;
- une newsletter mensuelle en ligne présente l'actualité de chaque entité du groupe.

#### Affirmer les valeurs du Groupe

Lors de sa dernière convention en avril 2013, le Groupe a réuni ses collaborateurs permanents (hors Ventadis et F.C.G.B) à la Maison de la Mutualité à Paris.
Les valeurs du Groupe y ont été affirmées et illustrées au travers de différentes activités du Groupe : Entreprendre, Innover, S'Adapter, et Jouer Collectif.

Demander leur avis aux collaborateurs et valoriser le travail de chacun

En juillet 2013, dans un objectif d'échanges et d'optimisation, une Enquête d'Opinion auprès des collaborateurs a été menée, pour la deuxième fois dans le Groupe, par l'institut Great Place to Work. 74% des collaborateurs ont répondu sur les thèmes aussi variés que la satisfaction au travail, le management, la stratégie, l'information, les conditions de travail... et ont fait part ainsi de leurs attentes mais aussi de leurs idées pour que le Groupe reste une entreprise où il fait bon travailler.

Le taux global de satisfaction enregistre une hausse significative (+6pts), atteignant 63% (57% en 2011).

Les points de force principaux que les salariés mettent en avant sont :

- La fierté de leur travail, le sentiment d'appartenance fort, qui font des collaborateurs du Groupe de véritables ambassadeurs.
  Ainsi 81% des collaborateurs du Groupe ont le sentiment que leur travail contribue à la réussite de leur entreprise.

- L'autonomie, la prise d'initiative qui renforcent l'engagement des collaborateurs et qui les valorisent.
  Ainsi 82% des collaborateurs estiment que leur responsable les encourage à apporter de nouvelles idées et à faire des suggestions.

- L'implication des salariés.
  Ainsi 83% des collaborateurs répondent que leur travail leur plaît.

- La solidarité au sein des équipes.
  Ainsi 83% des collaborateurs disent pouvoir, au besoin, compter sur le soutien de leurs collègues.

- Le soutien du manager direct.
  Ainsi 75% des collaborateurs répondent que leur responsable les aide lorsqu'ils rencontrent des difficultés dans leur travail.

- La clarté des objectifs, en relation avec la stratégie du Groupe.
  Ainsi 77% des collaborateurs expliquent que leurs responsabilités et leurs objectifs sont clairement définis.

Enfin le 20 mars 2014 le Groupe M6 a reçu le trophée *Randstad Award 2014* de l'employeur du secteur des médias le plus attractif auprès du grand public.

# 3. RESPONSABILITE SOCIETALE

Les responsabilités et engagements qui incombent à la société M6 Métropole Télévision sont issus des principes généraux édictés par la loi du 30 septembre 1986 modifiée. Des stipulations complémentaires ont été apportées dans la convention conclue avec le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA), à la suite de la décision n° 2001-107 du 27 février 2001 statuant favorablement sur la possibilité de reconduire, hors appel aux candidatures, l'autorisation dont la société Métropole Télévision est titulaire.

## 3.1. Un cadre garantissant un fort niveau d'engagement sociétal

### 3.1.1. Extraits de la convention entre le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et la société M6 Métropole Télévision en matière d'obligations générales et déontologiques

Parmi les obligations, mentionnées dans la Convention conclue avec le CSA, figurent notamment des

obligations générales et déontologiques garantissant un fort niveau d'engagement sociétal et portant sur (ci-dessous, extraits de la Convention de la chaîne M6 avec le CSA, disponible sur le site www.csa.fr en intégralité) :

- La société est responsable du contenu des émissions qu'elle programme. Dans le respect des principes constitutionnels de liberté d'expression et de communication ainsi que de l'indépendance éditoriale de la société, celle-ci veille au respect des principes énoncés aux articles suivants.
- La société veille à ce que les émissions qu'elle programme soient choisies, conçues et réalisées dans des conditions qui garantissent son indépendance éditoriale, notamment à l'égard des intérêts économiques de ses actionnaires (…)
- La société s'engage à n'établir aucune relation économique et financière entre les sociétés du groupe Métropole Télévision et celles de l'actionnaire principal ou de ses actionnaires de contrôle qui ne reposerait pas sur les conditions économiques usuelles observées sur le marché (…)

Au titre du pluralisme de l'expression des courants de pensée et d'opinion

- La société assure le pluralisme de l'expression des courants de pensée et d'opinion.

Au titre de la vie publique

- Dans le respect du droit à l'information, la société veille au respect de la présomption d'innocence, au secret de la vie privée et enfin à l'anonymat des mineurs délinquants.
- Le contenu des programmes ne doit pas inciter à des pratiques ou comportements délinquants ou inciviques, se doit de respecter les différentes sensibilités politiques, culturelles et religieuses du public, ne pas encourager des comportements discriminatoires en raison de la race, du sexe, de la religion ou de la nationalité, doit promouvoir les valeurs d'intégration et de solidarité qui sont celles de la République et prendre en considération, dans la représentation à l'antenne, la diversité des origines et des cultures de la communauté nationale.
- Chaque année, la chaîne informe le CSA des engagements pour l'année à venir tendant à favoriser la représentation de la diversité de la société française dans ses programmes.

Au titre des droits de la personne

- La société doit veiller au respect de la dignité de la personne, aux droits de la personne relatifs à sa vie privée, son image, son honneur et sa réputation, à ce qu'il soit fait preuve de retenue dans la diffusion d'images ou de témoignages susceptibles d'humilier les personnes, à éviter la complaisance dans l'évocation de la souffrance humaine, à ce que le témoignage de personnes sur des faits relevant de leur vie privée ne soit recueilli qu'avec leur consentement éclairé.

Au titre de la protection de l'enfance et de l'adolescence

- Le caractère familial de la programmation de la société doit se traduire aux heures où le jeune public est susceptible d'être le plus présent devant le petit écran, entre 6h et 22h. Dans ces plages horaires et a fortiori dans la partie dédiée aux émissions destinées à la jeunesse, la violence, même psychologique, ne doit pas pouvoir être perçue comme continue, omniprésente ou présentée comme unique solution aux conflits. La société respecte la classification des programmes selon cinq degrés d'appréciation de l'acceptabilité de ces programmes au regard de la protection de l'enfance et de l'adolescence et leur applique la signalétique correspondante.

Au titre de l'honnêteté de l'information et des programmes

- L'exigence d'honnêteté s'applique à l'ensemble du programme. La société vérifie le bien-fondé et les sources de l'information. Dans la mesure du possible, son origine doit être indiquée. L'information incertaine est présentée au conditionnel. Les personnes et les lieux ne doivent pas pouvoir être identifiés, sauf exception ou si le consentement des personnes a été recueilli préalablement à la diffusion de l'émission.
- Lorsque la société présente à l'antenne, en dehors des écrans publicitaires, des activités d'édition ou de distribution de services de communication audiovisuelle, développées par une personne morale avec laquelle elle a des liens capitalistiques significatifs, elle s'attache, notamment par la modération du ton et la mesure dans l'importance accordée au sujet, à ce que cette présentation revête un caractère strictement informatif. A cette occasion, elle indique au public la nature de ces liens.

Au titre de la défense et de l'illustration de la langue française

- La société veille à assurer un usage correct de la langue française dans ses émissions ainsi que dans les adaptations, doublages et sous-titrages des programmes étrangers. La société s'efforce d'utiliser

le français dans les titres de ses émissions. Un conseiller à la langue française est désigné par la chaîne.

Les autres chaînes du Groupe doivent elles aussi respecter un certain nombre d'obligations réglementaires et conventionnelles, quantitatives et qualitatives.

### 3.1.2. La conformité des messages publicitaires

La régie publicitaire du Groupe, M6 Publicité, a confié à l'ARPP (Autorité de régulation professionnelle de la publicité), en vertu d'un accord interprofessionnel, un rôle de conseil permettant de s'assurer de la conformité des messages aux règles générales de la publicité et de la communication audiovisuelle. La procédure actuelle, à la charge des agences et/ou des annonceurs, prévoit une déclaration préalable auprès de l'ARPP avant la première diffusion. Cette déclaration reçoit un numéro d'ordre qui doit impérativement être communiqué à M6 Publicité avant diffusion.

Comme mentionné dans ses Conditions Générales de Vente, M6 Publicité se réserve le droit de refuser l'exécution de tout ordre de publicité ou de l'interrompre, s'il lui apparaît non-conforme aux lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle ainsi qu'aux intérêts de la chaîne ou de ses filiales, ou si le CSA juge a posteriori un message non-conforme et qu'il en interdit toute nouvelle diffusion et/ou qu'il demande le retrait du film de l'antenne. Les aspects de contrôle qualité éditoriale et juridique sont gérés par le service de diffusion publicitaire de la régie.

### 3.1.3. Le respect de l'intensité sonore des programmes télévisés

Le Groupe M6, soucieux du bien-être des téléspectateurs, respecte les dispositions du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 qui impose notamment aux services de télévision d'harmoniser les niveaux sonores entre les programmes et les séquences publicitaires. D'ailleurs, le Groupe M6 a participé à la concertation au terme de laquelle le CSA a pris une délibération n° 2011-29 du 19 juillet 2011 permettant aux éditeurs de se conformer à ces dispositions en définissant des paramètres techniques relatifs à l'intensité sonore des messages publicitaires.

### 3.1.4. L'accessibilité des programmes au plus grand nombre

L'accessibilité passe avant tout pour M6, conformément à la loi du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, par la prise en compte des handicaps, et en premier lieu le sous-titrage de ses programmes à destination des personnes sourdes ou malentendantes.

Depuis 2010, l'intégralité des émissions de M6 est accessible aux déficients auditifs (hors écrans publicitaires, parrainage, bandes annonces, chansons interprétées en direct et musique instrumentale, téléachat, compétitions sportives retransmises en direct entre 0h et 6h du matin).
Depuis 2011, W9 est également tenue de sous-titrer l'ensemble de ses programmes.

Par ailleurs, depuis 2009, la régie de diffusion permet à toutes les chaînes du Groupe de diffuser ce sous-titrage spécifique et de rendre donc accessibles au plus grand nombre les émissions de Paris Première, Téva et des 3 chaînes musicales.

Enfin, M6 et W9 ont signé des avenants à leur convention en 2011 afin de permettre l'accessibilité de certains de leurs programmes aux personnes aveugles ou malvoyantes (audiodescription). 6ter, lancée le 12 décembre 2012 sur la TNT, s'efforce aussi de rendre accessibles ses programmes au plus grand nombre.
En novembre 2013, le Groupe M6 a même renforcé ses engagements en matière d'accessibilité des programmes aux personnes aveugles ou malvoyantes pour les années à venir.

### 3.1.5. Une structure de gouvernance adaptée

Les principes de gouvernement d'entreprise chez M6 sont régis par l'ensemble des lois et normes françaises. La Société Métropole Télévision a adopté en 2000 la forme anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance, qui présente une séparation claire entre la direction opérationnelle du Groupe et les membres du Conseil chargés de contrôler la gestion.

Par ailleurs, la limitation des droits de vote et l'organisation de la gouvernance de la société sont repris dans les statuts, en conformité avec la législation française et le CSA :

- dans le cadre des dispositions de l'article 39 de la Loi du 30 septembre 1986, une même personne, physique ou morale, agissant seule ou de concert, ne peut détenir, directement ou indirectement, plus de 49% du capital ou des droits de vote d'une société titulaire d'une autorisation relative à un service national de télévision par voie hertzienne terrestre ;
- dans le cadre du désengagement du groupe Suez agréé par le régulateur, dans une décision du 20 novembre 2003, l'article 2 de la convention de la chaîne M6 avec le CSA a été modifié afin de stipuler qu'aucun actionnaire ou groupe d'actionnaires agissant de concert ne peut exercer plus de 34 % du nombre total des actions de la société et/ou des droits de vote qui leur sont attachés et qu'un tiers au moins des membres du conseil de surveillance sont indépendants.

Enfin, il existe au sein du Groupe M6 un dispositif de contrôle interne qui vise à assurer :
- la conformité aux lois et règlements,
- l'application des instructions et des orientations fixées par la direction générale ou le directoire,
- le bon fonctionnement des processus internes de la société, notamment ceux concourant à la sauvegarde de ses actifs,
- la fiabilité des informations financières,

et d'une façon générale, contribue à la maîtrise de ses activités, à l'efficacité de ses opérations et à l'utilisation efficiente de ses ressources.

En contribuant à prévenir et maîtriser les risques de ne pas atteindre les objectifs que s'est fixée la société, le dispositif de contrôle interne joue un rôle clé dans la conduite et le pilotage de ses différentes activités.
Ce dispositif est détaillé dans le Rapport du Président du Conseil de Surveillance sur le gouvernement d'entreprise, les procédures de contrôle interne et de gestion des risques, en partie 2.6 du présent document.

## 3.2. Les programmes, principale responsabilité du Groupe

### 3.2.1. Représenter la diversité

L'un des principaux objectifs du Groupe M6 est de représenter le plus justement possible la diversité de la société française dans ses programmes.

Les quatre thèmes retenus par le Conseil supérieur de l'audiovisuel pour son baromètre de la diversité sont les suivants :
- les catégories socioprofessionnelles,
- les minorités visibles,
- le handicap,
- la parité hommes/femmes.

Dans la plupart des sujets abordant ces thèmes, la chaîne tente d'apporter des solutions afin d'améliorer le quotidien des personnes représentées et valorise toutes les initiatives publiques et privées faites dans ce même objectif. Son engagement en matière de représentation de la diversité de la société française est désormais inscrit dans sa convention, mais au-delà de son obligation conventionnelle, la chaîne M6 a depuis longtemps conscience de sa responsabilité en matière d'éducation et de respect de la différence. En tant que diffuseur, elle se doit de refléter sur son antenne l'image de la France pluriculturelle tant par la promotion des valeurs d'intégration et de solidarité que par la présence des minorités. Cette démarche

est aussi celle de W9 et de 6ter. Le CSA veille au respect des engagements pris chaque année par les chaînes, en se fondant notamment sur les résultats de baromètres de la diversité, dont les premiers résultats ont été satisfaisants pour M6 et W9.

### a) Intégration et diversité

Le groupe M6 représente l'ensemble des catégories socioprofessionnelles dans ses programmes, tant dans les choix des sujets traités (*Enquête exclusive* du 14 avril 2013 sur les Français vivant en-dessous du seuil de pauvreté, *C'est ma vie*, …) que dans les candidats participants aux émissions (*L'amour est dans le pré*, *Un diner presque parfait*, *Pékin Express*). Le Groupe M6 attache également une haute importance aux opérations relatives à l'insertion professionnelle : il a notamment soutenu le concours Graines de Boss qui aide les jeunes entrepreneurs (relai dans l'émission *Capital* du 22 septembre 2013 et participation des directeurs de chaînes au jury).

De la même manière, la valorisation des minorités visibles est une véritable préoccupation pour le groupe M6. Représentée sous tous ses aspects, la diversité s'illustre aussi bien au sein des équipes d'animateurs de la chaîne (Kareen Guiock, Karine Lemarchand, Karima Charni, Anicet Mbida, Laurence Roustandjee, Cali Morales), que dans les acteurs, les artistes (*Marrakech du rire*) ou tout simplement dans les choix des sujets de reportages (*ils ont voté Front national*, reportage diffusé dans 66 minutes le 9 juin 2013) et des fictions (*En Famille*, *Scènes de ménages*). Aussi, le Groupe M6 a diffusé un spot sur la diversité à titre gracieux les 13 et 14 juillet 2013.

Enfin, la parité et l'égalité entre les hommes et les femmes sont plus que jamais au cœur des combats et des engagements des chaînes M6 et W9, aussi bien dans la structure du groupe (voir partie 7.2.5 du présent document consacrée aux engagements du Groupe en faveur de l'égalité hommes/femmes) que dans les programmes. Ainsi, à titre d'illustration :

- les magazines et les journaux télévisés poursuivent leur objectif d'augmenter significativement la part des femmes expertes intervenant à l'antenne ;
- tous les jurys des émissions de *talent quest* sont mixtes (*Incroyable talents, Top Chef, Le meilleur pâtissier de France*) ;
- le Groupe M6 a répondu positivement à la demande du Ministère des droits des femmes en diffusant un spot gracieux visant à lutter contre les violences faites aux femmes sur M6, 6ter et Téva ;
- M6 a consacré un documentaire diffusé le 10 juillet 2013 aux ouvrières de l'entreprise Lejaby ;
- W9 a diffusé des matches de l'UEFA Euro féminin en juillet 2013 ;
- le Groupe M6 prête une attention particulière à l'image des femmes dans les vidéomusiques diffusées sur l'ensemble de ses chaînes.

### b) Une démarche impliquée vis-à-vis du handicap

Là encore, la mission du groupe M6 est non seulement d'aborder le quotidien des personnes handicapées dans ses reportages, mais aussi de leur permettre de participer aux émissions et aux jeux, au même titre que les autres candidats *(Un dîner presque parfait, La France a un incroyable talent…).*

Par ailleurs, M6 met en lumière le travail et les actions des associations d'aide aux handicapés dans la plupart des sujets consacrés à ce thème. En 2013 et pour la septième année consécutive, le Groupe M6 a mobilisé ses collaborateurs pour la semaine pour l'emploi des personnes handicapées qui s'est déroulée du 18 au 24 novembre 2013. Cette année, le groupe a mis en place un nouveau dispositif interne d'accueil de demandeurs d'emploi et d'étudiants en situation de handicap : 14 personnes en situation de handicap ont été accueillies au sein du Groupe lors de l'opération « Un jour un Métier en action »

a) Parallèlement, W9 a mobilisé son antenne en diffusant tout au long de la semaine du handicap des pastilles réalisées par des journalistes handicapés dans lesquelles un champion handisport fait découvrir sa discipline à un animateur du Groupe M6.

b) Le Groupe M6 a de plus multiplié ses partenariats avec les entreprises adaptées. Ainsi en 2013, plus de 450 plateaux repas, 300 petits déjeuners, de nombreux goodies, des travaux

d'impression, du recyclage de cassettes (etc..) ont été réalisés par des travailleurs en situation de handicap.

c) Enfin, cette année encore, le groupe M6 a consacré de nombreux reportages aux quotidiens des personnes handicapées dans les magazines *(Zone Interdite*, *C'est ma vie*), dans les fictions (*Difference Rock*, *Touch*), et dans le programme pour enfant *Kid & toi* avec un reportage par semaine traduit en langue des signes.

Le Groupe M6 a renouvelé ses partenariats avec des associations qui ont pour but d'intégrer des personnes en situation de handicap (Tremplin & Jaris Tv).

### 3.2.2. Protéger la jeunesse

Cette cause est un des piliers de l'engagement sociétal du groupe M6, qui chaque année prend de nombreuses initiatives en ce sens, que ce soit aux côtés des enfants malades, dans l'aide à la scolarisation, ou encore la prévention des dangers.

#### a) Les antennes, un relai puissant

L'antenne M6 est un relai puissant dans le cadre du dispositif Amber Alerte, mis en place en 2005 par toutes les principales chaînes de télévision et de radios qui ont signé un protocole d'accord à l'instar de l'exemple expérimenté avec succès aux Etats-Unis depuis plusieurs années. Il s'agit de mobiliser une puissance médiatique maximale pendant les 24 premières heures après l'enlèvement d'un enfant, et de diffuser le plus largement possible les informations permettant de retrouver l'enfant. Cet engagement du groupe consiste concrètement à communiquer au plus grand nombre les informations essentielles, comme le signalement de l'enfant ou de son ravisseur, ainsi que les circonstances de l'enlèvement, à l'aide de bandes défilantes au bas de l'écran, d'interruptions des programmes, ou de passages répétés de photos aidant à l'identification.

#### b) Protéger les plus jeunes

##### Signalétique

Concernant la programmation, la protection de l'enfance est assurée depuis 1989, date à laquelle M6 prend l'initiative de créer une signalétique précisant à quel public s'adressent les films. Elle sera finalement imposée aux autres chaînes par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel en 1996. Mais l'engagement de M6 dans ce domaine n'a pas faibli et le groupe s'assure toujours que ses programmes ne comprennent ni violence, ni vulgarité, ni aucun élément susceptible de choquer la sensibilité des plus jeunes. À ce titre, le Groupe suit avec vigilance l'élaboration des séries en coproduction, du concept jusqu'à la livraison du programme. Le doublage des œuvres étrangères est également réalisé avec le plus grand soin. Ainsi, tous les programmes jeunesse, films, séries, téléfilms ou clips musicaux sont visionnés et validés par un comité de visionnage qui délivre ses recommandations auprès du comité de signalétique, décideur final de l'attribution des 4 catégories (tous publics, moins de 10 ans, moins de 12 ans et moins de 16 ans).
Cette année encore, la chaîne M6 a soutenu et diffusé la campagne signalétique proposée par le CSA du 20 novembre au 10 décembre 2013, et la campagne spécifique pour la protection des enfants de moins de trois ans du 17 au 19 novembre 2013.

Par ailleurs, conformément aux termes de la délibération du CSA en date du 17 avril 2007, M6 encadre la participation de mineurs à ses émissions par une charte visant à préserver l'épanouissement de ceux-ci et définissant des conditions d'accueil spécifiques.

##### Charte alimentaire et lutte contre l'obésité juvénile

Sous l'égide du ministère de la santé et du ministère de la culture et de la communication, les chaînes de télévision, les producteurs et les annonceurs ont signé le 18 février 2009 une charte destinée à lutter contre l'obésité juvénile en France. D'une durée de 5 ans et contrôlée par le CSA, cette charte accorde à l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé des tarifs préférentiels pour la diffusion de ses messages de prévention sanitaire destinés à favoriser une alimentation équilibrée et la pratique d'une activité physique et comporte des engagements éditoriaux des chaînes pour promouvoir et éduquer le

jeune public notamment à des comportements alimentaires équilibrés.

En 2013, le groupe M6 a renouvelé son engagement de promouvoir une alimentation saine et équilibrée et une activité physique dans les programmes et les publicités, en signant le 23 mai 2013 la reconduction pour 5 ans de la charte alimentaire.

Le Groupe M6 a soutenu et relayé les journées européennes de l'obésité de 2013 par les actions suivantes : coproduction du spot de soutien avec les autres diffuseurs, diffusion du spot sur les antennes de M6 et 6ter en mai 2013, diffusion d'un sujet dans le journal télévisé sur M6.

Contrôler

Le Groupe M6 est responsable des informations diffusées sur ses sites Internet. Concernant ses sites Internet communautaires, un prestataire en charge de la modération contrôle, une fois les messages rendus publics, ceux à caractère insultant, diffamatoire, raciste ou représentant toute autre incitation à la violence ou à la haine, et le cas échéant les supprime des sites Internet.

Le Groupe M6 est par ailleurs partenaire depuis 6 ans d'Action innocence qui milite pour la prévention des dangers d'internet pour les enfants. Ce soutien passe par la diffusion gracieuse de leur campagne à la télévision, sur internet et sur mobile.
Enfin, à travers son offre de téléphonie ciblée à destination des 15/25 ans, M6 mobile propose des forfaits bloqués avec appels illimités soir et week-end. Depuis novembre 2007, les membres de l'AFOM (Association Française des Opérateurs de Téléphonie Mobile) dont M6 fait partie pour le compte de son offre M6 Mobile by Orange, ont signé un accord dans lequel ils s'engagent à proposer systématiquement un contrôle parental, dès l'ouverture de la ligne.

### 3.2.3. Sensibiliser le public aux grandes causes de société

Le Groupe M6 est très investi dans la promotion d'une télévision plus citoyenne, responsable et solidaire, et diffuse à cet effet gracieusement des messages et campagnes sur ses écrans.

De cette façon, le Groupe M6 entend aider et favoriser les actions associatives et caritatives et y sensibiliser le public. En 2013, de nombreuses campagnes d'œuvres humanitaires, organisations non gouvernementales et associations caritatives, ont ainsi été diffusées à titre gracieux sur M6 et sur les chaînes numériques du Groupe, soutenant des causes dans les domaines de la solidarité (Action Contre la Faim, Croix-Rouge Française, Fondation de France, Banques Alimentaires, Secours Catholique, etc), de la santé (lutte contre le sida, lutte contre le cancer, recherche sur les maladies orphelines, Fondation pour la recherche sur le cerveau, Médecins du Monde, Vaincre la Mucoviscidose, etc) et de l'éducation/culture (Unicef, Fondation pour l'enfance, etc), ou encore Reporters sans frontières.

Depuis 2006, M6 est le partenaire TV officiel de l'association Handicap International, relayant la communication de l'association sur l'antenne de ses chaînes et depuis ses sites Internet.
Ce soutien concerne deux grandes opérations annuelles de l'association : le sac à sapin et le kit plio (couvre-livres pour la rentrée) qui permettent, en consommant solidaire et responsable, de participer au financement des missions de l'association.

Les émissions des chaînes du Groupe sont autant d'occasion de sensibiliser l'opinion à des situations difficiles et d'apporter le concours des équipes pour améliorer le quotidien des personnes concernées. Parmi ces programmes : deux émissions du magazine *Capital* consacrées au gaspillage alimentaire (Croix-Rouge, Secours Populaire, Pain contre la Faim) et aux épiceries solidaires (association ANDES), *Enquête exclusive* du 15 avril 2013 consacré à l'association Emmaüs, le rallye Aicha des Gazelles avec l'association Cœur de Gazelles, ou encore le partenariat de *Top Chef* avec la Croix-Rouge.

### 3.2.4. Prévenir et agir sur les enjeux de santé publique

Depuis de nombreuses années, un dispositif Groupe, mis en place aussi bien sur les chaînes que sur Internet, accompagne la campagne du Sidaction, qui s'est déroulée en 2013 du 5 au 7 avril. Les chaînes du Groupe, soutenues par les animateurs, ont inscrit les émissions sous le signe du Sidaction ; annonces

de l'opération, information sur la prévention, émissions spéciales, sujets dédiés à la sensibilisation, diffusion des spots d'appel au don, réalisation de pastilles par W9.

Par ailleurs, dans ses nombreux magazines et reportages, M6 veille à avertir le téléspectateur des risques liés à l'alcool et à la drogue.

Enfin, M6 soutient de nombreuses autres causes dont la fondation Alzheimer, la ligue contre le cancer, l'association Initiative Cœurs portée par Tanguy de La Motte et François Damiens.

### 3.2.5. Favoriser la compréhension du monde

M6 cherche à délivrer une information la plus complète et la plus diversifiée possible et, ainsi que le stipule l'article 33 de sa convention, « amplifie sa politique de programmation de magazines et de documentaires favorisant la compréhension du monde contemporain, en abordant des domaines diversifiés tels que par exemple, l'emploi, l'intégration, l'économie, la science, l'écologie, la consommation ».

*Capital, Zone Interdite, 66 Minutes, E=M6, Enquête exclusive, le 12.45 et le 19.45* sont autant d'émissions et de journaux qui témoignent, au travers des thèmes abordés, de l'engagement de l'antenne M6 à informer et sensibiliser sur des problématiques actuelles et sociétales et de son savoir-faire en matière de décryptage des grands enjeux.

### 3.2.6. Soutenir la création et les nouveaux talents

Dans le cadre de ses obligations de diffusion et de production, M6 s'engage à développer la création artistique et à en valoriser la diversité en privilégiant les jeunes talents aussi bien dans l'univers du cinéma, des œuvres audiovisuelles que dans celui de la musique.

Le groupe partage ainsi ses investissements cinématographiques, réalisés par sa filiale M6 Films, entre réalisateurs confirmés et jeunes talents. Depuis 10 ans, sur les 106 films préachetés, 52% sont des premiers ou deuxièmes films. En 2013, M6 Films a par exemple misé sur la réalisatrice Audrey Dana pour son premier film prometteur intitulé *Homosapiennes* ou encore sur *Coming In*, la première réalisation de Noémie Saglio et Maxime Govare. M6 Films soutient aussi les jeunes acteurs, tels Baptiste Lecaplain, Félix Moati et Charlotte Le Bon dans *Libre et assoupi* de Benjamin Guedj ou Kev Adams dans *Fiston*.

Sur ses antennes, le Groupe démontre un attachement fort à révéler de nouveaux talents, qu'il s'agisse de jeunes comédiens dans ses coproductions audiovisuelles (*Soda*, *Scènes de ménages*), de présentateurs et animateurs (Kareen Guiock, Alex Goude, Sandrine Corman,…) ou encore de participants à ses programmes (Norbert Tarayre, Ruben Sarfati,...). Cette volonté, véritable marque de fabrique du Groupe, s'accompagne d'une fidélité aux talents révélés, en les accompagnant lors de leurs spectacles, productions de disques, livres de recettes, nouveaux films…

## 3.3. Le Groupe M6, un acteur impliqué dans la société

### 3.3.1. La Fondation d'entreprise M6

Le Groupe M6 a créé en 2010 sa fondation d'entreprise, décidant ainsi de s'impliquer sur le sujet sensible de l'univers carcéral.

Le Groupe exerce ainsi sa responsabilité pour une cause qui fédère ses collaborateurs autour d'un projet financé par toutes les entreprises du Groupe. La Fondation, dotée d'un budget de 2,5 M€ sur 5 ans, s'est donnée pour buts d'améliorer les conditions de vie des détenus et d'aider à leur réinsertion, notamment en soutenant les actions audiovisuelles qui leur sont proposées.

### a) Accompagner et améliorer la qualité de vie des détenus : une nécessité sociale

Le Groupe est la première entreprise qui décide de consacrer sa Fondation aux problématiques du milieu carcéral. Bien que la vie carcérale et la réinsertion professionnelle demeurent peu médiatisées, le projet du Groupe répond à une forte demande de l'administration, des associations et des détenus eux-mêmes et c'est avec ces partenaires que s'est développée la Fondation. Le choix inédit de cette cause peut sembler audacieux, mais il s'inscrit en cohérence avec le cœur de métier du Groupe puisque :

- la télévision, autorisée en prison depuis 1985 seulement, est pour la plupart des détenus leur seule fenêtre sur le monde extérieur. La chaîne, et au-delà le Groupe M6, puisent ainsi leur légitimité dans leur rôle d'éditeur de contenus et mettent à profit leur savoir-faire dans un univers souvent délaissé,
- la prison est un vrai sujet de société méritant d'y consacrer des moyens humains et financiers, afin que, au-delà de sa dimension punitive, elle soit pour le détenu un temps de réflexion et de reconstruction en vue de sa réinsertion,
- c'est un thème fort, pouvant être porté par une Fondation émanant d'une chaîne qui se veut différente des autres et se démarque par son ambition et son audace.

### b) Les actions menées par la Fondation

Les actions de la Fondation visent à permettre aux détenus de devenir partie prenante de leur réhabilitation. Au fil de ses 4 années d'intervention au sein du milieu carcéral, la Fondation M6 a pu mettre en avant les différents besoins des détenus et développer des projets adaptés. Elle a choisi de se concentrer sur trois grands thèmes : l'aide à la réinsertion, l'amélioration de la qualité de vie des personnes incarcérées, le soutien d'associations spécialisées.

La Fondation a, en effet, entrepris plusieurs actions destinées à favoriser la **réinsertion future des détenus** :

- **Elle mène plusieurs programmes de lutte contre l'illettrisme**, qui touche un peu plus de 20% de la population carcérale. L'accès à l'éducation en détention est un droit attaché à tous les détenus. La priorité des enseignants est l'acquisition des savoirs de base et la préparation au Certificat de Formation Générale (premier diplôme officiel de l'Éducation Nationale). Les cours sont dispensés gratuitement et non rémunérés. Bien que leur motivation soit un facteur de réussite, certains détenus doivent parfois choisir de quitter l'école afin d'améliorer leurs conditions de vie en intégrant un poste de travailleur. La poursuite d'études et parfois l'apprentissage des savoirs de base n'est donc pas possible pour les plus démunis. C'est pourquoi, un système de bourse au mérite (assiduité notamment) d'une valeur de 40 euros par mois a été mis en place pour les détenus indigents, afin de leur permettre d'entamer ou de continuer une formation leur permettant l'accès à un diplôme. Cette bourse a pour objectif de (i) donner « plus » à ceux qui ont « moins », (ii) « fidéliser » les personnes les plus démunies financièrement et intellectuellement sur une période de 3 mois minimum, (iii) vérifier l'assiduité, le niveau d'engagement, l'implication, les progrès des détenus sélectionnés. La Fondation M6 a permis à plus de 150 détenus de bénéficier de cette bourse au cours de l'année 2013.

- **Elle a participé à la formation de détenus aux métiers de l'audiovisuel**. Depuis la création de la Fondation, une dizaine d'ateliers audiovisuels en détention ont été soutenus. Ces ateliers permettent de former les détenus à la production de manière autonome (captation, tournage, montage …) de programmes qui alimenteront le canal vidéo interne de leur établissement.

- **Elle confie le sous-titrage de programmes à destination des personnes sourdes et malentendantes du Groupe M6 à huit personnes incarcérées** au centre de détention de Bourg-en-Bresse. Ce travail rémunéré pour lequel les détenus ont préalablement été formés, est encadré par des professionnels ayant un savoir-faire et une expérience reconnue dans ce domaine. Ainsi les détenus bénéficient en détention d'un projet de professionnalisation solide en vue de leur retour à la vie civile.
- **Elle contribue à la formation de détenus aux métiers de la cuisine/boulangerie.**

Les métiers de bouche étant un secteur sous pression et structurellement créateur d'emplois, l'association Panorama et Thierry Marx ont créé en mai 2012 un centre de formation aux métiers de la restauration à Paris dans le 20ème arrondissement : Cuisine Mode d'Emploi(s). La Fondation M6 s'est

associée à ce projet afin de permettre à des personnes incarcérées ou à des personnes sous contrainte judiciaire dans le cadre d'une mesure de composition pénale, d'accéder à des formations qualifiantes (validation par un certificat de qualification professionnelle). Ces formations (courtes et totalement gratuites) favorisent la dynamique de réinsertion et de socialisation des détenus, tout en s'inscrivant d'une manière globale dans la prévention de la récidive des personnes sous mains de justice.

La Fondation du Groupe M6 consacre aussi une partie de ses ressources à **l'amélioration de la qualité de vie des personnes incarcérées.** La Fondation s'est en effet donnée pour ambition d'apporter sa contribution culturelle aux dynamiques de réinsertion initiées par le Ministère de la Justice, à travers :

- **des projections de films** : 9 projections ont eu lieu en 2013, parmi lesquelles celle du film « Nous York ». Géraldine Nakache, Manu Payet et toute l'équipe du film sont ainsi venus animer un débat avec des détenues après la projection du film à la maison d'arrêt des femmes de Versailles.

- **des spectacles** :

(i) dans le nord et le sud de la France, la Fondation M6 s'appuie sur des relais associatifs pour présenter des spectacles dans une petite dizaine d'établissements pénitentiaires. La programmation couvre un répertoire varié : de concerts de rap, à des formations de jazz en passant par des lectures d'ouvrages littéraires de science-fiction…
(ii) Dans la région ile de France, un partenariat s'est institué avec l'Orchestre de chambre de Paris. Bien que la musique classique ne soit pas la plus fréquemment écoutée dans l'enceinte des murs d'une prison, les détenus ont pu, à l'occasion d'un concert, échanger avec les musiciens sur ce genre nouveau pour eux. A travers ce type d'actions, les musiciens ne font pas que jouer, ils parlent, expliquent, commentent ... et créent du lien.
(iii) des ateliers de BD avec l'artiste Berthet One (ex-détenu ayant publié un album après sa sortie) intervenant en détention. La rencontre avec Berthet One permet aux détenus de s'identifier à quelqu'un « qui leur ressemble » et suscite la réflexion sur leur propre projet de sortie.

- **des activités sportives** :

(i) avec la Fédération Française de Boxe à travers le projet « Boxer, juger et arbitrer ». Formation diplômante où chaque détenu devra boxer en démontrant qu'il maîtrise ses attitudes et canalise son agressivité ; juger et arbitrer pour comprendre la complexité d'un jugement (notion d'intime conviction et d'éléments factuels) ; faire respecter des règles et être garant de la sécurité des combattants. Ces manifestations permettent de rompre avec la monotonie de l'univers carcéral et créent des passerelles avec l'extérieur sur des projets de réinsertion.
(ii) avec la Fédération Française de Sport Adapté (handicap mental ou psychique) : 30 à 40% des personnes détenues sont atteintes de troubles psychiques. Un constat quant aux bienfaits du sport pour les publics concernés : élément essentiel de leur équilibre personnel et de leur insertion, à travers la mise en place d'un programme de formation à destination des surveillants moniteurs de sport et la possibilité de participer à des compétitions nationales pour des personnes détenues ayant un projet sportif compétitif.
(iii) avec le Comité Départemental Olympique et Sportif de Seine-Saint-Denis pour une formation d'arbitre de football.

- **la création de films d'accueil** à destination des personnes non-francophones et sourdes et malentendantes dans le but de réduire le choc carcéral et leur permettre d'accéder à des informations quant au fonctionnement interne de l'établissement.

La Fondation M6 apporte enfin un **soutien financier à plusieurs associations** :

a) Le **Relais Enfants Parents,** la Fondation a ainsi permis d'accompagner 1 350 enfants lors de droits de visite ; à 180 enfants de passer Noël avec leurs parents détenus et à 150 détenus de confectionner des cadeaux pour leurs enfants. Ces associations réparties sur toute la France, indépendantes de l'administration pénitentiaire, ont pour objectif de favoriser le maintien de la relation

entre un enfant et son parent détenu. Elles se donnent pour mission de créer des espaces de réflexion et de rencontre, où enfants et parents vont pouvoir vivre une interaction relationnelle et émotionnelle.

b) **Le Mouvement de Réinsertion Sociale** (MRS), qui a pour vocation la prévention de la récidive par la réinsertion sociale et professionnelle des sortants de prison. Ce suivi est initié en détention et poursuivi à la sortie via une offre d'hébergement provisoire jusqu'à l'autonomie. Parce que l'absence de prise en charge des détenus à leur libération était un facteur d'aggravation de la récidive, de la multi-récidive, le MRS s'est employé à rassembler une équipe de bénévoles issus du secteur privé, de l'administration ou du secteur social pour accompagner les détenus à leur sortie. Les solutions trouvées permettent d'envisager encore plus de sécurité et de pérennité dans le logement autonome, dans l'insertion globale afin de lutter efficacement contre la récidive.

c) **Les Yeux de l'Ouïe,** favorise la diffusion, la production et la promotion d'œuvres sonores et visuelles dans les établissements pénitentiaires et fédère des lieux et des institutions qui poursuivent le même objet afin de créer des réseaux d'échanges des différentes pratiques artistiques.

d) **L'association L'Oustal**, s'occupant des sortants de prisons en les aidant à trouver un logement, un travail ainsi qu'en les réinsérant dans les réalités des contraintes administratives (sécurité sociale, impôts, etc.). Equivalent au Mouvement de Réinsertion Sociale pour la région Sud-Ouest.

e) **L'Association Nationale des Visiteurs de Prisons**, avec la mise en place de formations et de cercles de parole pour les visiteurs de prisons permettant aux bénévoles de partager leur expérience afin d'apporter les réponses les plus adaptées aux détenus.

f) **Ensemble contre la récidive**, association qui œuvre pour l'amélioration des conditions de détention et la lutte contre la récidive. La Fondation M6 soutient cette association dans son projet de maison de réinsertion.

g) **Arapej**, le programme créé par l'association est un service de téléphonie gratuit, anonyme et confidentiel pour les personnes incarcérées et leurs proches afin de leurs donner accès à l'information (juridique, sociale et administrative) pour lutter contre l'isolement et maintenir les liens dans le but de préparer la sortie de prison. Ce projet a pour objectif de lutter contre l'exclusion sociale des personnes incarcérées, les responsabiliser dans l'exécution de leur peine et préparer leur sortir pour leur donner une meilleure chance de se réinsérer dans la société. A travers ce numéro vert, plus de 10 000 appels/an sont traités.

### c) Un projet qui fédère les collaborateurs

La Fondation M6 mobilise et soude les salariés du groupe autour d'un projet valorisant et fédérateur et marque la préoccupation grandissante du rôle social et citoyen de notre entreprise.

Une trentaine de collaborateurs du Groupe apportent ainsi leur concours, leur savoir-faire. Ils donnent de leur temps, apportent leurs compétences et expériences dans leur domaine d'activité respectif pour développer, mettre en place des activités spécifiques (informatiques, débats cinématographiques, ateliers culinaires…) aux côtés des 2 collaborateurs qui travaillent à temps plein pour la Fondation M6.

De plus, pour la troisième année consécutive, 40 collaborateurs du Groupe M6 ont accepté d'accompagner bénévolement des enfants auprès de leurs parents détenus dans plusieurs établissements d'Ile de France (Nanterre, Fresnes, Bois d'Arcy, etc.) pour les fêtes de Noel et fêtes des pères et mères organisées par le Relais Enfants Parents.

Pour finir, les salariés du Groupe M6 dans leur globalité se sont mobilisés pour soutenir l'association des Relais Enfants Parents qui organisait une collecte de fonds pour le Noël des enfants de détenus.

### 3.3.2. Le soutien de nombreuses autres causes

Le Groupe M6 est membre de l'association Neuilly Nouveaux Médias, association 1901 créée en septembre 2010 à l'initiative de Jean-Christophe Fromantin, député-maire de Neuilly, et composée de la Ville de Neuilly-sur-Seine et de grandes entreprises implantées sur le territoire de Neuilly-sur-Seine.
Le but de l'association est de favoriser le développement de start'up innovantes dans le domaine des nouveaux médias (sélectionnées sur concours), chaque entreprise offrant la mise à disposition de locaux au sein de leurs établissements pour 23 mois minimum.
En 2013 le Groupe M6 a ainsi accueilli la start-up Dymant dans ses locaux de Neuilly, et a mis à sa disposition un bureau ainsi que 5 postes de travail.

Par ailleurs le Groupe a choisi d'offrir chaque année les anciennes tenues des hôtesses d'accueil à une association de collecte de vêtements.

### 3.3.3. Des démarches en faveur du respect de la propriété intellectuelle

À l'heure où la dématérialisation accrue des supports nécessite des mesures nouvelles de protection des œuvres, le Groupe M6, producteur et diffuseur de contenus, contribue au développement d'une politique efficace de lutte contre le piratage et pour le respect de la propriété intellectuelle.

Cette politique repose sur deux axes principaux :
- le raccourcissement des délais de diffusion des œuvres, problématique adressée suite à l'adoption de la loi Création et Internet et de la signature de l'accord interprofessionnel ;
- le développement de la télévision de rattrapage et de la Video On Demand, qui permet au téléspectateur l'accès à une offre variée de programmes.

### 3.3.4. La valorisation et la préservation du patrimoine culturel

Les filiales de droits audiovisuels du Groupe contribuent à la préservation de chefs d'œuvre du cinéma européen au travers de la restauration de films classiques.
Depuis 2005, année du rachat par le Groupe M6 du catalogue SNC qui regroupe plus de 400 films classiques, un important travail de restauration a été mené. A fin 2013, 133 films auront été restaurés en totalité.
Ainsi l'œuvre de Jean Cocteau, « La Belle & la Bête », restaurée en 2012, a fait l'objet en 2013 d'une ressortie en salles exemplaire (près de 70.000 entrées et 33ème au rang du classement France après 11 semaines à l'affiche).

## 3.4. Des relations équilibrées et transparentes avec ses parties prenantes

Le Groupe M6 s'impose d'entretenir des relations équilibrées et transparentes vis-à-vis de ses interlocuteurs quels qu'ils soient, actionnaires, annonceurs, téléspectateurs, clients ou fournisseurs.

### 3.4.1. Téléspectateurs

Afin de renforcer le dialogue avec ses téléspectateurs et de répondre à leurs interrogations dans les meilleurs délais, le Groupe M6 a mis en place un service qui leur est intégralement consacré et décliné par Chaîne.

En 2013, les 3 sites internet « M6 et vous.fr », « W9 et vous.fr » et « 6ter et vous », dédiés aux téléspectateurs, ont enregistré presque 5 millions de consultations.
Cette procédure est utilisée par le Groupe à des fins d'amélioration de son offre de programmes et chaque jour une synthèse des différentes remarques est réalisée puis transmise aux équipes, qui ont

alors à cœur de tenir compte des attentes et des réactions des téléspectateurs.

Par ailleurs, 17 000 demandes de téléspectateurs ont été traitées par courrier électronique. Le nombre de demandes a diminué d'environ 15% entre 2012 et 2013, baisse amorcée en 2011, démontrant plus que jamais la modification du comportement des téléspectateurs depuis la création des sites dédiés.

Par ailleurs le premier enjeu pour un groupe de médias est aujourd'hui de favoriser l'innovation afin de s'adapter aux changements technologiques et à l'évolution des conditions de consommation et d'usage de ses services. Selon une étude de Médiamétrie (L'année TV 2013), « Chaque jour, 6,3% de Français regardent la TV sur un de ces écrans ou en Catch-Up sur tous les écrans, contre 4,8% il y a un an. Une proportion plus élevée chez les 15 – 34 ans qui sont 14%, soit 3,3 points de plus qu'en 2012 ».

Ces évolutions ont incité le Groupe, depuis quelques années, à élargir la distribution et la disponibilité de ses contenus, nécessitant à la fois des investissements en faveur des réseaux et de la numérisation, mais aussi à s'assurer de l'existence et du développement d'un modèle économique viable relatif à ces nouveaux usages.

### 3.4.2. Au service des consommateurs

Le Groupe M6, avec le développement de son pôle Ventadis (Vente à Distance) a acquis un véritable savoir-faire dans la gestion de sa relation clients, de la prise de commande au service clients, en vue de traiter dans les meilleurs délais et conditions l'ensemble des appels et demandes. Ainsi MisterGoodDeal avait-il été élu "meilleur service client de l'année 2012" (Étude Inférence Opérations - Viséo Conseil réalisée de mai à juillet 2011).

Ventadis a obtenu en 2013 le renouvellement de la Certification Qualité AFAQ ISO 9001, initialement obtenu en 2010, pour ses activités de « supply chain Mistergooddeal et Home Shopping Service » : relation client, logistique, centre de distribution de Chilly-Mazarin, magasins et points de retrait. Le renouvellement de ce certificat valable 3 ans confirme qu'avec plus de 400 téléopérateurs et 50 000 m2 d'entrepôts dédiés, Ventadis met tout en œuvre pour assurer la meilleure prestation pour les 3 millions de colis expédiés chaque année.

### 3.4.3. Actionnaires

Le Groupe M6 met l'accent sur sa communication financière afin de délivrer à l'ensemble des actionnaires une information exacte précise et sincère, en adéquation avec les normes et réglementations françaises en vigueur.
Se voulant attentif aux attentes de la communauté financière et de ses actionnaires en la matière, le Groupe a mis en place de nouveaux supports d'information à destination des actionnaires individuels et des investisseurs institutionnels, autour d'un site Internet consacré aux finances existant en français et anglais (www.groupem6.fr/rubrique Finances).
Les actionnaires peuvent échanger avec la société grâce à l'adresse électronique dédiée : actionnaires@m6.fr.

La politique d'information des actionnaires et de la communauté financière est détaillée en partie 3.2 du présent document.

Les actionnaires sont notamment invités chaque année à participer ou à se faire représenter à l'Assemblée Générale du Groupe.

Par ailleurs M6 répond régulièrement aux questionnaires des agences de notation extra-financières et entretient des relations directes avec les investisseurs socialement responsables (ISR) qui peuvent ainsi étayer leurs évaluations sur la base d'échanges approfondis menés en toute transparence.

En 2013, le titre M6 a été sélectionné dans la composition de l'indice Gaïa comprenant les 70 valeurs affichant les meilleures performances 2012 sur 230 sociétés analysées. Cet indice, établi par Ethifinance avec le soutien de la SFAF et de MiddleNext, est un indice dédié aux valeurs moyennes portant sur les

données extrafinancières.
Cet indice évalue le degré d'implication des sociétés étudiées dans les enjeux de développement durable et de responsabilité sociale. La notation est réalisée à partir de 117 critères dont 27 portent notamment sur l'environnement, 24 sur le social ou encore 43 sur la gouvernance.
Considéré comme une base de données de référence dans l'univers de l'ISR (Investissement Socialement Responsable), l'indice Gaïa index permet aux gérants et aux analystes de découvrir les entreprises les plus responsables et d'intégrer les enjeux extra-financiers dans leur processus d'analyse et décisions d'investissement. Le panel étudié représente plus de 140 milliards d'euros de chiffre d'affaires et plus d'un million d'emplois.

De même, le titre M6 a été sélectionné dans la liste des entreprises labellisées « Ethibel Excellence », parmi les sociétés meilleures que la moyenne dans leur secteur en termes de RSE.

### 3.4.4. Annonceurs

Les relations avec les annonceurs et les agences publicitaires sont régies par la loi du 1er avril 1993, dite "loi Sapin", qui assure une parfaite transparence du marché publicitaire.

### 3.4.5. Fournisseurs

Les relations avec les fournisseurs, notamment les producteurs de programmes, sont encadrées par des accords pluriannuels en ce qui concerne les studios américains (films, séries), qui permettent de fluidifier les échanges de contenu. De plus, le Groupe M6 joue un rôle primordial dans la création d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques françaises et européennes, en consacrant une part importante de son chiffre d'affaires publicitaire à de nombreuses coproductions et en réservant une part de ses investissements à des producteurs indépendants.

Plus généralement le Groupe M6 met en œuvre une politique visant à développer des relations durables et équilibrées avec ses fournisseurs et ses sous-traitants : dans chacun de ses actes d'achat, M6 entreprend une démarche visant à prendre en compte non seulement les facteurs économiques, mais aussi les facteurs sociaux, sociétaux et environnementaux. Cette politique est directement déployée par les pôles achats des différentes unités et filiales du Groupe.

A titre d'illustration la Direction des Productions et la Direction Juridique du Groupe ont mis en place dans les contrats de pré-achats de programmes d'animation une clause exigeant de la part du fournisseur le respect des conventions de l'Organisation Internationale du Travail, notamment celles relatives au travail forcé et au travail des enfants. En cas de non-respect par le contractant de l'une quelconque de ces dispositions, M6 est en droit de demander la résiliation de plein droit du contrat.

De la même manière, dans le cadre de ses principaux achats de prestations ou produits, SND, filiale du Groupe en charge de la distribution de droits audiovisuels, est très attentif aux engagements environnementaux et sociétaux pris par ses fournisseurs. Sont ainsi envoyées à SND et prises en compte dans le choix des fournisseurs lors des appels d'offre, les mesures prises par chaque prestataire comme le recyclage des déchets, le recours à des CAT, l'égalité de rémunération entre les hommes et les femmes, le respect des règles de concurrence, etc.

Par ailleurs fin 2013, 5 472 salles de cinéma en France sont équipées de matériel numérique, soit 99% des cinémas de deux écrans et plus. La France a dorénavant le parc de salles numérisées le plus important d'Europe. SND a contribué à cette transition numérique en proposant l'ensemble de ses films en format numérique, mais également en participant au financement de l'équipement numérique par des contributions versées aux cinémas dans le cadre de la diffusion des films SND.

Enfin, sur la TNT, les chaînes du Groupe M6 sont diffusées grâce à un réseau de 1 626 sites d'émission, dont l'exploitation est assurée par différents diffuseurs, après mise en concurrence. Lors des procédures d'attribution de ces sites, et compte tenu des fortes puissances électriques nécessaires au fonctionnement du réseau, le Groupe M6 encourage les diffuseurs à privilégier les solutions ayant la

meilleure efficacité énergétique.

Le présent document se réfère aux indicateurs sociétaux auxquels une attention particulière a été accordée et qui sont pertinents pour le Groupe. Les autres indicateurs suivants sont moins ou ne sont pas pertinents pour notre activité :

- autres actions engagées en faveur des droits de l'homme,
- respect des conventions de l'OIT concernant le travail forcé ou obligatoire et l'abolition du travail des enfants.

# 4. RESPONSABILITE ENVIRONNEMENTALE

Le Groupe Métropole Télévision n'exerce pas d'activités qui, structurellement, peuvent avoir un impact significatif sur l'environnement. Toutefois, à son échelle, le Groupe est attentif à sa propre consommation et a cherché à prendre des initiatives dans ce domaine, que ce soit en matière de recyclage ou par la sensibilisation du grand public aux enjeux du développement durable.
Pour démontrer son engagement, le Groupe M6 inscrit sa démarche dans le respect de la charte proposée en 2007 par le Ministre de l'Écologie, Monsieur Jean-Louis Borloo, et y répond sur de nombreux points. En effet, le groupe procède déjà à un bilan de son émission en $C0_2$ et amplifie sa diffusion d'informations à portée environnementale.

Par ailleurs le Groupe M6 s'attache à informer les collaborateurs sur les enjeux du développement durable et les démarches mises en place au sein de l'entreprise. Ainsi le service de communication interne organise des opérations de sensibilisation des collaborateurs sur des enjeux tels que la réduction des impressions papier etc, via différents supports de communication (mails, site intranet, écrans, lettre web mensuelle…).

## 4.1. Les indicateurs environnementaux

Depuis plusieurs années le Groupe poursuit ses efforts pour réduire son impact sur l'environnement dans tous les postes de l'entreprise : déplacements, gestion du courrier, flotte automobile, papier, abonnements presse,… A un objectif chiffré le Groupe a préféré une démarche pragmatique avec un ajustement des exigences chaque année sur les principaux indicateurs environnementaux.

La consommation des ressources en eau, matières premières et énergie est suivie et contrôlée par les Services Généraux du Groupe, dans une démarche de réduction de la consommation et de mise en place d'équipements visant à améliorer l'efficacité énergétique.

Toute une gestion moderne de la consommation en énergie est par ailleurs en place, permettant de réguler la température et l'éclairage dans les locaux en fonction d'un certain nombre de critères, comme par exemple leur niveau d'occupation. Cette gestion technique centralisée (GTC) de l'énergie a pour objectif une meilleure maîtrise par le groupe de sa consommation.

Celle-ci est d'ailleurs suivie très régulièrement dans tous les domaines et s'établit pour l'eau, l'énergie et les rejets de CO2 en 2013 de la façon suivante dans les bâtiments de Neuilly dont le Groupe M6 est propriétaire :

| | 2011 | 2012 | 2013 |
|---|---|---|---|
| Consommation d'eau (en milliers de $m^3$) | 19,9 | 20,9 | 24,1 |
| Consommation de gaz (en kWh) | 1 141 781 | 1 408 665 | 1 382 770 |
| Consommation d'énergie électrique (en kWh) | 8 728 981 | 9 236 454 | 10 112 009 |
| Rejet de $CO_2$ (en millions de kilogrammes) | 0,27 | 0,31 | 0,31 |
| Consommation de fioul (en L) | 2 616 | 2 440 | 3 456 |

L'augmentation de la consommation de gaz est liée à l'évolution des conditions climatiques.

Le Groupe M6 n'a pas de sites soumis à la Directive européenne de quotas d'émissions de gaz à effet de

serre.

## 4.2. Production de déchets, gestion du papier et recyclage

| | 2011 | 2012 | 2013 |
|---|---|---|---|
| Déchets Papier et carton (en tonnes collectées dans les poubelles) | 148 | 197 | 105 |
| Déchets industriels banals (en tonnes collectées dans les poubelles) | 119 | 234 | 90 |
| Déchets alimentaires (en tonnes collectées dans les poubelles) | 51 | 62 | 60 |
| Piles (en kg) | 611 | 265 | 563 |
| Papier bureautique (en tonnes acheté) | 33 | 26 | 23 |

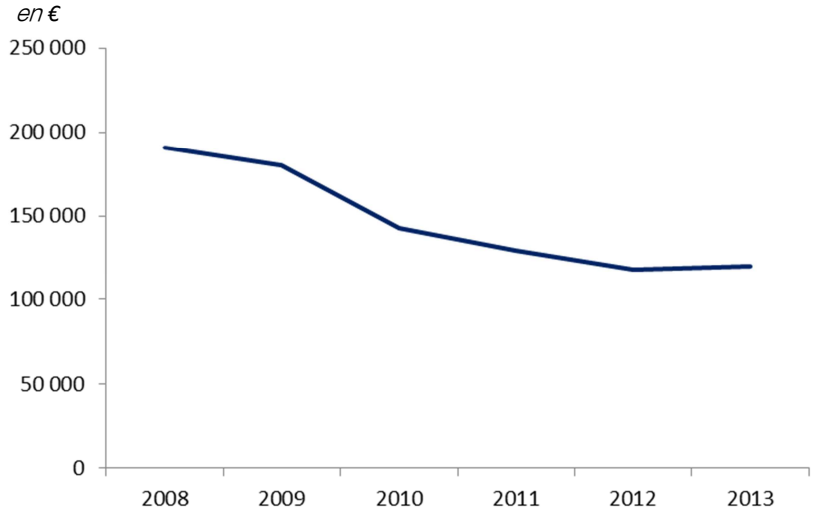
*Données correspondant aux dépenses des sites localisés à Neuilly-Sur-Seine*

Pour un Groupe comme M6, la principale consommation de matières premières concerne l'utilisation du papier. Le Groupe s'est fortement mobilisé ces dernières années en faveur de la limitation de l'utilisation du papier en interne :

- Mise en place de copieurs multifonctions remplaçant les imprimantes individuelles du Groupe : en systématisant le recto & verso et en imposant le badgeage pour lancer l'impression, la consommation de papier a ainsi diminué de près d'un tiers entre 2011 et 2013.
  En outre le papier utilisé porte un éco-label.

- Le bulletin de salaire électronique (instauré en 2011 en lieu et place du bulletin papier) a séduit 48 % des collaborateurs permanents du Groupe qui reçoivent chaque mois leur bulletin de salaire dématérialisé dans un coffre-fort électronique personnel.

  En lien avec cette mise en place, le Groupe a parallèlement réduit fortement ses dépenses d'affranchissement de courrier ces dernières années, et donc contribué favorablement à la protection de l'environnement :




*Données correspondant aux dépenses des sites localisés à Neuilly-Sur-Seine*

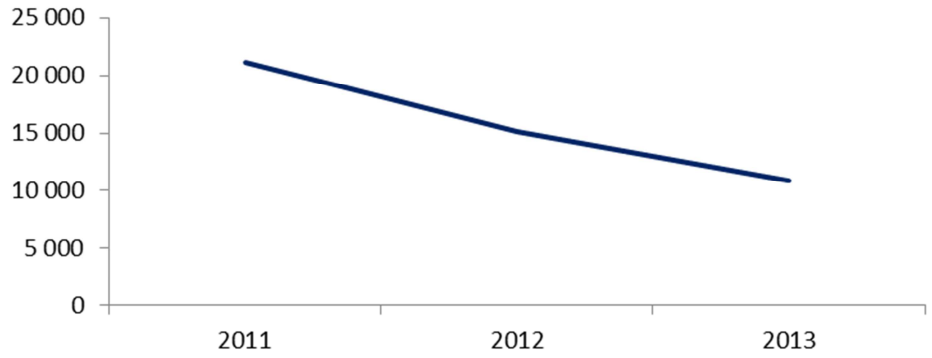
- Depuis septembre 2012, M6 Publicité propose à ses clients et agences médias de recevoir leurs factures au format électronique. 18 agences ont d'ores et déjà souscrit au service, soit plus de 40%, ce qui représente 7 000 factures dématérialisées sur un total de 22 000 pièces.

- En collaboration avec le prestataire du Groupe en charge des coursiers, il avait été décidé en mai 2012 de supprimer totalement les bons de course papier : en 2013 environ 20 000 bons ont ainsi été économisés.

- De la même manière le Groupe a choisi de passer progressivement les abonnements presse d'une version physique à une version numérique : en 2013 environ 10% des journaux et magazines sont ainsi reçus directement en numérique.

En parallèle de cette volonté de maîtrise de ses consommations (eau, énergie…) et de réduction du papier, le Groupe M6 pratique également une politique active de recyclage des déchets liés à son activité (piles, néons, matériel informatique, cartouches de toner, lampes fluo, huile pour machine frigorifique…).A titre d'exemple cette démarche a permis en 2013 de consommer 29% de cassettes neuves de moins qu'en 2012 pour les programmes.

Nombre de cassettes neuves achetées :




*Données correspondant aux dépenses des sites localisés à Neuilly-Sur-Seine*

Par ailleurs, le pôle Ventadis (Vente à Distance), dans le cadre du recyclage des Déchets d'Equipements Electriques et Electroniques (DEEE ou D3E), a collecté auprès de ses clients une participation en sus du prix des appareils à composantes électriques ou électroniques. Cette éco-participation qui est intégralement reversée aux fournisseurs doit financer le recyclage des anciens matériels par des organismes spécialisés. En 2013, le montant collecté s'est élevé à 1,7 M€, équivalent à 2012.

Enfin chez MonAlbumPhoto.fr une démarche est en place, confirmée par le label national "Imprim' vert", reconnu par l'ensemble des acteurs de l'industrie graphique, qui certifie que l'ensemble des déchets sont recyclés et qu'il n'y a pas d'utilisation de produits toxiques.
Ainsi les engagements de MonAlbumPhoto.fr sont les suivants :

- faire collecter et éliminer de façon conforme à la réglementation ses déchets par des collecteurs agréés ;
- sécuriser le stockage des liquides neufs dangereux et des déchets liquides en cours d'utilisation ou non ;
- s'engager à ne pas utiliser de produits étiquetés "toxiques" ;
- mettre en place des actions de sensibilisation environnementale ;
- instaurer un suivi trimestriel de ses consommations énergétiques et transmettre ce relevé à chaque renouvellement de la marque.

Enfin dans chacun des métiers du Groupe, des réflexions sont menées pour réduire l'impact des activités sur l'environnement : la direction informatique a ainsi opté pour la virtualisation de 549 serveurs moins énergivores que les plus classiques serveurs physiques ; les équipes travaillent également sur le stockage numérique des contrats et la validation numérique des factures dans les process internes...

## 4.3. Gestion environnementale des bâtiments

- Bâtiment du 107 avenue Charles de Gaulle à Neuilly

La construction de l'immeuble de bureaux du 107 avenue Charles de Gaulle a fait l'objet d'une démarche de Haute Qualité Environnementale visant à la fois le confort et la qualité de vie des utilisateurs ainsi que le respect de l'environnement.
L'opération a ainsi obtenu en 2012 la certification HQE pour la phase Conception et Programme : les équipements et les matériaux ont été choisis pour favoriser le confort des occupants et réduire l'empreinte environnementale de l'immeuble avec :

- une climatisation performante et économe en énergie grâce à l'utilisation de pompes à chaleur et d'une ventilation double flux,
- une ambiance acoustique adaptée aux différents locaux,
- une utilisation optimale de l'éclairement naturel pour les bureaux et les espaces communs,
- une optimisation des débits de ventilation et une recherche poussée dans les matériaux prévus en finition intérieure pour assurer une bonne qualité de l'air,
- des terrasses en partie végétalisées et des patios plantés d'arbres pour permettre une conservation de la biodiversité.

En 2013 l'immeuble a obtenu le label THPE (Très Haute Performance Energétique) pour sa phase réalisation. Toutes les améliorations mises en place qualifient cet immeuble pour un *Passeport Bâtiment Durable* de niveau « Excellent ».
Ainsi, ont notamment été qualifiés de « Très performants » par l'organisme de certification les éléments suivants :

- le confort olfactif du bâtiment,
- la qualité sanitaire de l'air,
- la gestion de l'énergie,
- la pérennité des performances environnementales en maintenance.

On peut ainsi citer à titre d'exemples différents choix faits par M6 pour améliorer la consommation énergétique et favoriser l'environnement :

- la généralisation des lampes à basse consommation,
- la mise en place de détecteurs de présence dans les sanitaires, ascenseurs, …
- l'installation de terrasses végétales favorisant la bio-diversité.

Cette année le Groupe s'est par ailleurs mis en conformité avec la Circulaire du 5 juin 2013 exigeant que les façades des bâtiments soient éteintes entre 1h et 7h du matin.

L'augmentation de la consommation d'énergie en 2013 (paragraphe 7.4.1) est due principalement à l'exploitation de ce nouveau bâtiment.

- Nouveau stade de Bordeaux

Le Groupe a veillé à ce que le nouveau stade de Bordeaux, dont le club des Girondins de Bordeaux sera le club résident, prenne en compte les problématiques environnementales tant dans sa phase de conception que dans sa phase de construction.
Ainsi le stade s'est officiellement engagé à inscrire la réalisation des travaux dans le cadre d'une démarche à faible impact environnemental : le groupement a signé une charte « chantier vert » qui est intégrée aux pièces contractuelles et qui est signée par toutes les entreprises intervenant sur le chantier.
Cette charte concerne :

- la gestion du chantier,
- l'optimisation de la gestion des déchets,
- la limitation des nuisances,
- la limitation des pollutions et des consommations des ressources du chantier.

Cet engagement se traduit par la mise en place d'objectifs visant d'une part à limiter l'empreinte environnementale du gros-œuvre et d'autre part à limiter la production de déchets et des nuisances (sonores, visuelles et olfactives) résultantes des activités de construction.
Les principaux leviers d'actions pour atteindre ces objectifs sont les choix des procédés de fabrication et de construction ainsi que la gestion globale de la logistique des travaux du nouveau stade. Afin d'évaluer la pertinence des mesures mises en place et contrôler le respect des objectifs annoncés, le bilan

prévisionnel d'empreinte carbone simulé durant la préparation du chantier sera comparé au bilan réel remis à la Mairie à la livraison du stade.

A titre d'illustration, concernant la protection de la faune et de la flore, les actions mises en œuvre sont les suivantes :

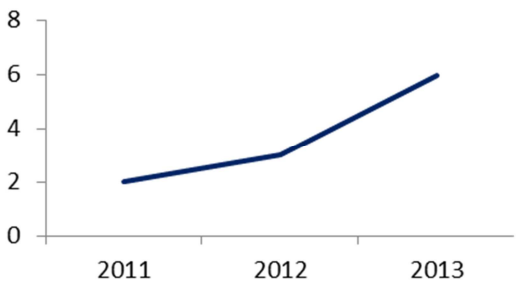
- création d'une commission pour mettre en place les procédures nécessaires et suivre l'impact global,
- rétablissement des zones de passage pour la faune semi-aquatique,
- suivi par un écologue des prescriptions de la Préfecture de Gironde.

## 4.4. Les transports et les déplacements professionnels

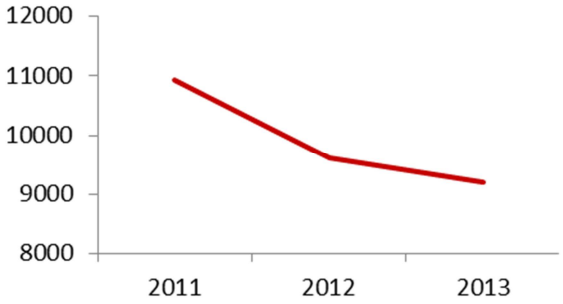
Le Groupe M6 a dès 1997 pris la décision, pour le confort de ses salariés et la baisse de leur temps de transport, d'installer son siège social à proximité des transports publics. Aujourd'hui la majeure partie des salariés du Groupe sont toujours localisés en face de la station de métro Les Sablons, à Neuilly-sur-Seine. Au 31 décembre 2013, 731 collaborateurs, soit 40% des salariés du Groupe, utilisent quotidiennement les transports en commun lors de leurs déplacements domicile-travail.

Par ailleurs le Groupe M6 a délibérément fait le choix du numérique pour réduire les déplacements professionnels, même si certains sont difficilement compressibles (reportages et productions notamment). Ainsi le nombre de salles équipées de la visioconférence sur les sites de Neuilly est passé de 2 à 6 en l'espace de deux ans, durée pendant laquelle le nombre de déplacements a baissé.

Nombre de salles équipées de visioconférence :



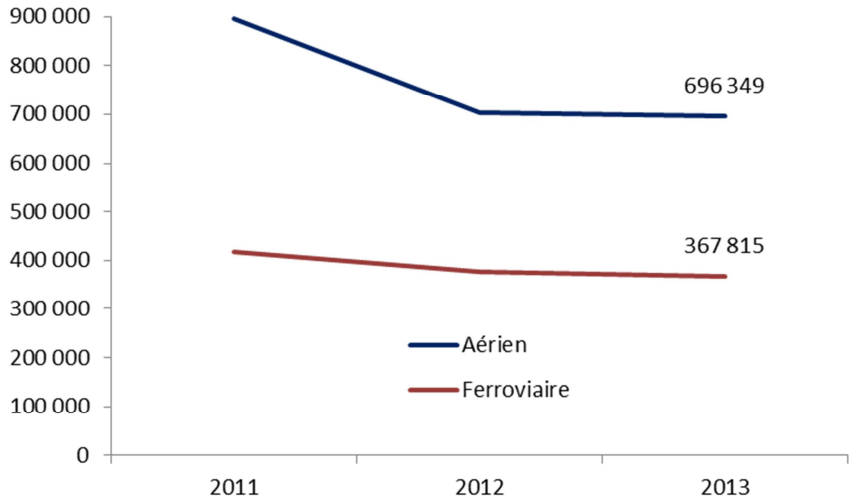

Nombre de déplacements professionnels :




*Données correspondant aux dépenses des sites localisés à Neuilly-Sur-Seine*

La conséquence de la baisse du nombre de déplacements est la baisse de l'émission de CO2. Ainsi, concernant les trajets aériens et ferroviaires, les émissions du Groupe sont les suivantes :

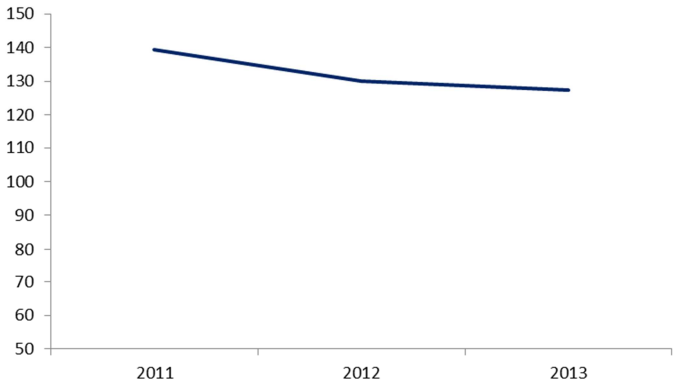
Emissions de CO2 des déplacements professionnels :




*Données correspondant aux dépenses des sites localisés à Neuilly-Sur-Seine*

Enfin le groupe M6 mène une politique très contraignante en matière de critères d'émission de CO2 de son parc de véhicules de direction et de société. Ainsi l'émission moyenne par véhicule a baissé ces deux dernières années, passant de 139 à 127 grammes au km. Début 2014 le Groupe a de nouveau décidé d'abaisser la limite d'émission de CO2, à 130 gr/km pour tous les véhicules achetés ou loués.
Il faut ajouter que tous les véhicules de société sont nettoyés à sec par le prestataire en charge.

Emissions moyennes du Parc de véhicules (en g/km) :




*Données correspondant aux dépenses des sites localisés à Neuilly-Sur-Seine*

## 4.5. Une sensibilisation de la communauté

La responsabilité d'un groupe producteur et diffuseur de contenus repose également sur sa volonté de sensibiliser le grand public aux enjeux du développement durable.

M6 a décidé de jouer ce rôle éducatif via des documentaires de qualité présentant des problématiques écologiques d'actualité. Ces magazines sont devenus emblématiques de la chaîne et représentent ainsi un relais d'audience important pour ces thématiques auprès d'un public de plus en plus généraliste.

La chaîne a ainsi poursuivi en 2013 la diffusion de l'émission « Capital Terre ». Le magazine s'est attaché à décrypter les nouveaux usages alimentaires et modes de consommation et leurs effets parfois dévastateurs sur la planète. Durant l'émission le présentateur a ainsi pu explorer de multiples pistes qui

permettent de préserver la planète (« De l'eau… De l'eau pour boire, pour se nourrir, pour se laver,…»).

Les enjeux environnementaux et leur actualité ont également fait l'objet de nombreux sujets dans les journaux d'information (Le 12.45 et Le 19.45) : la Directive européenne sur les nitrates, le label Pavillon bleu, les centrales nucléaires, la conférence environnementale pour la transition écologique, la couche d'ozone,…
Les journaux ont aussi régulièrement mis en avant des « insolites » ou innovations ayant trait à l'écologie : « Mulhouse va baisser la température de l'eau de la piscine pour réaliser des économies budgétaires et énergétiques», « Ecologie : une maison 100% en plastique recyclé », « Faire des économies d'électricité en éteignant les appareils en veille ou sous tension », « Lorient : un bateau 100% ecolo ! » ...

Par ailleurs, la société de production interne de magazines et documentaires d'information, C Productions, a produit pour M6 plusieurs sujets autour de l'écologie et du développement durable parmi lesquels « Ne jetez plus vos épluchures, mangez-les! », « Etonnant : ils produisent de l'électricité grâce à de la bouse de vache », « Bon plan : Ils ne jettent rien, ils réparent tout ! », « Ils transforment les légumes invendus en plats gastronomiques »,…, dans le cadre de 100% Mag.

Enfin on peut ajouter que le Groupe veille à ce que l'ensemble des programmes diffusés renvoie une image positive d'une vie rurale respectueuse de l'environnement (dans L'Amour est dans le Pré notamment).

Le présent document se réfère aux indicateurs environnementaux auxquels une attention particulière a été accordée et qui sont pertinents pour le Groupe. Les autres indicateurs suivants sont moins ou ne sont pas pertinents pour notre activité :

- les moyens consacrés à la prévention des risques environnementaux et des pollutions (cf. partie 4.7 du présent document),
- le montant des provisions et garanties pour risques en matière d'environnement,
- l'adaptation aux conséquences du changement climatique,
- l'utilisation des sols,
- la prévention, la réduction ou la réparation des rejets dans l'air, l'eau et le sol affectant gravement l'environnement.

**MÉTROPOLE TÉLÉVISION**
89 avenue Charles de Gaulle
92200 Neuilly-sur-Seine
tel : 01 41 92 66 66
fax : 01 41 92 66 10

**www.groupem6.fr**