



GROUPE



RAPPORT DÉVELOPPEMENT DURABLE ET
RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES
ENTREPRISES

EXTRAIT DU DOCUMENT D'ENREGISTREMENT UNIVERSEL

2021

MÉTROPOLÉ TÉLÉVISION

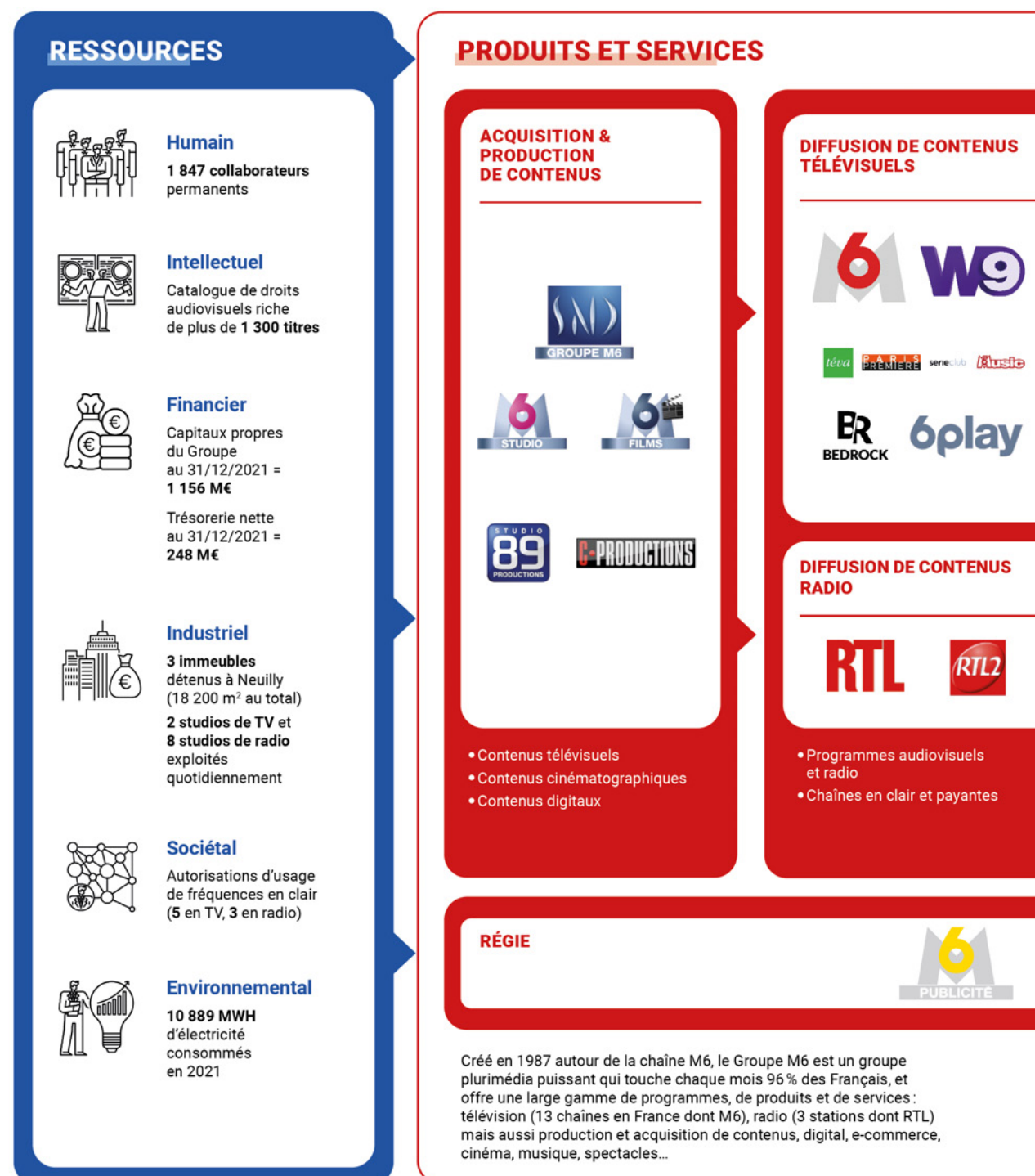
DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

1	UN GROUPE QUI S'ENGAGE	3	4	ENGAGEMENT ENVIRONNEMENTAL	45
1.1	La RSE dans le Groupe M6	3			
1.2	Les parties prenantes, au cœur de la nouvelle feuille de route RSE	9	4.1	Maîtriser l'empreinte carbone des activités	45
1.3	Un enjeu de responsabilité éthique	15	4.2	Promouvoir la sobriété numérique	52
2	ENGAGEMENT SOCIÉTAL	19	5	REPORTING	54
2.1	Se mobiliser avec la Fondation, au service de l'intérêt général	19	5.1	Note méthodologique relative au reporting extra-financier	54
2.2	Représenter la diversité dans les programmes	24	5.2	Indicateurs prioritaires	56
2.3	Accompagner les publics sensibles, y compris la jeunesse	25	5.3	Taxonomie verte européenne	57
2.4	Sensibiliser le public	28	6	TABLE DE CONCORDANCE	59
3	ENGAGEMENT SOCIAL	31	7	RAPPORT DE L'ORGANISME TIERS INDÉPENDANT SUR LA DÉCLARATION CONSOLIDÉE DE PERFORMANCE EXTRA FINANCIÈRE	60
3.1	S'engager auprès de ses collaborateurs	31			
3.2	Promouvoir la diversité et l'égalité des chances dans le Groupe	33			
3.3	Développer les compétences des collaborateurs	37			
3.4	Garantir de bonnes conditions de travail	38			
3.5	Maintenir l'attractivité du Groupe	42			

1 UN GROUPE QUI S'ENGAGE

1.1 La RSE dans le Groupe M6

1.1.1 MODÈLE D'AFFAIRES DU GROUPE



Le modèle d'affaires du Groupe M6 (au sens du Décret n° 2017-1265 du 9 août 2017 pris pour l'application de l'ordonnance n° 2017-1180 du 19 juillet 2017 relative à la publication d'informations non financières par certaines grandes entreprises et certains groupes d'entreprises) présente de manière synthétique les éléments de cette chaîne de valeur, sources de revenus et de croissance pour le Groupe.

Il intègre à la fois la performance financière et la performance extra-financière, et a pour but de donner une vision de la stratégie de moyen-long terme et de la performance globale de M6. La stratégie du Groupe est présentée en parties 1.3 et 1.4 du présent document. Les chiffres clés extra-financiers sont présentés dans le rapport intégré.



DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Un groupe qui s'engage

Pour présenter son modèle d'affaires, le Groupe a pris comme référence la grille d'analyse de l'Integrated Reporting de l'International Integrated Reporting Council (IIRC) :

- Conformément aux possibilités offertes par le cadre de référence du reporting intégré, M6 présente les ressources utilisées sous 3 formes :
 - Les ressources humaines et intellectuelles. Au sein de la chaîne de valeur, les collaborateurs occupent une place privilégiée. La formation et le développement des compétences sont ainsi des ressources essentielles pour M6, qui s'appuie également sur le savoir-faire des équipes, la propriété intellectuelle de formats et de marques, ainsi que sur un large catalogue de droits audiovisuels.
 - Les ressources financières et industrielles que sont les capitaux apportés par les actionnaires ainsi que les bénéfices générés au fil des années et réinvestis dans le développement du Groupe M6. Le Groupe M6 utilise également des bâtiments, des studios, des entrepôts, des équipements ... pour créer la valeur.
 - Les ressources sociales, sociétales et environnementales qui sont à la fois les ressources naturelles utilisées (électricité, papier, ...) mais aussi les engagements du Groupe M6 envers la société, les liens entre les marques du Groupe et les téléspectateurs et les auditeurs...
- Pour chacun des cycles d'activité du Groupe (qui sont repris des 4 segments de l'information financière), correspondent des valeurs créées par M6 (contenus audiovisuels, chaînes, etc), qui constituent la base de la performance financière et extra-financière.

1.1.2 ENJEUX RSE

Face aux différents enjeux sociaux, sociétaux et environnementaux, le Groupe M6 conduit une politique active de RSE depuis de nombreuses années et affiche clairement ses engagements auprès de tous ses partenaires : il a en effet élaboré une démarche RSE structurée autour de quatre priorités, directement liées à ses activités :

- 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 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.
- 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.
- l'environnement : le Groupe est conscient que la préservation des ressources naturelles et la lutte contre le changement climatique sont des enjeux fondamentaux pour

- Enfin, des parties prenantes du Groupe sont à l'origine des ressources mises à disposition de la société, et bénéficient des valeurs créées : auteurs et créateurs, téléspectateurs et auditeurs, internautes et spectateurs, mais aussi collaborateurs et fournisseurs, ayants droit et annonceurs, clients et investisseurs, consommateurs et actionnaires... Ces parties prenantes du Groupe M6 sont multiples et peuvent être classées selon la typologie ci-dessous :

- Les collaborateurs, les premiers « talents » de l'entreprise,
- Les téléspectateurs et les auditeurs, à qui sont destinés les chaînes et les programmes,
- Les producteurs qui approvisionnent le Groupe, notamment en contenus audiovisuels,
- Les pouvoirs publics, aux premiers rangs desquels l'État et l'ARCOM (Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique - fusion de l'Hadopi et du CSA),
- Les actionnaires, dont les capitaux investis permettent au groupe M6 de fonctionner, qui votent en Assemblée Générale et reçoivent des dividendes,
- Les distributeurs qui proposent au sein de leurs offres de distribution nos chaînes et nos services
- Les annonceurs qui bénéficient des écrans publicitaires mis à leur disposition.

le XXI^{ème} siècle. Il prend donc part à la sauvegarde de l'environnement, en étant attentif à sa propre consommation et en prenant des initiatives, tant en matière de recyclage que par la sensibilisation du grand public au changement climatique.

En revanche, par la nature même de son activité, la lutte contre la précarité alimentaire, le respect du bien-être animal et l'alimentation responsable, équitable et durable ne constituent pas des thématiques prioritaires pour la politique RSE du Groupe. Toutefois, conscient de leur importance, il mène des actions en ce sens et traite régulièrement ces sujets dans les programmes d'information de ses chaînes.

Lors de la réunion du 18 novembre 2019, les membres du Directoire ont établi formellement la liste des enjeux RSE prioritaires pour le Groupe M6. Étroitement liés à sa performance et créateurs de valeur sur le long terme, ils constituent le socle de base de sa démarche RSE. Au nombre de douze, ils sont classés par ordre d'importance et incluent la fondation d'entreprise du Groupe M6, qui symbolise sa vocation sociétale.

Cette liste d'enjeux prioritaires n'est pas figée et sera amenée à évoluer. La Direction de l'Engagement a en effet mené en 2021 un exercice de matérialité pour mettre à jour les principaux enjeux RSE du Groupe et établir sa stratégie RSE à partir de l'exercice 2022. Les résultats de cette étude de matérialité sont détaillés ci-après.

1.1.3 DESCRIPTION DES RISQUES

L'analyse de ces enjeux, et des opportunités et risques qui en découlent, permet d'anticiper leurs impacts économiques, sociaux et environnementaux sur l'activité du Groupe M6 et d'apporter des réponses opérationnelles concrètes.

Les points principaux soulevés par cette analyse ont été intégrés dans le processus d'élaboration de la matrice de risques, tel que décrit dans le paragraphe 2.2 du présent document d'enregistrement universel. Les risques associés aux enjeux prioritaires décrits précédemment sont par conséquent repris dans la partie consacrée à la description des facteurs de risques (en partie 2), comme expliqué dans la table de correspondance ci-dessous.

Enjeux RSE 2021	Risques associés	Parties
1. Respecter les obligations déontologiques et conventionnelles	<i>Risque lié aux autorisations d'émettre</i>	2.1.3.1 / 7.1.3
2. Favoriser l'accès des programmes au plus grand nombre	<i>Risque lié à la baisse des audiences</i>	2.1.1.1 / 7.2.3
3. Représenter la diversité dans les programmes	<i>Risque lié à la baisse des audiences</i>	2.1.1.1 / 7.2.2
	<i>Risque lié aux autorisations d'émettre</i>	2.1.3.1 / 7.2.2
4. Garantir l'indépendance éditoriale et le respect de l'éthique dans les programmes d'information	<i>Risque lié à la baisse des audiences</i>	2.1.1.1 / 7.1.3
	<i>Risque lié aux autorisations d'émettre</i>	2.1.3.1 / 7.1.3
5. Accompagner et protéger la jeunesse dans les médias	<i>Risque lié à la baisse des audiences</i>	2.1.1.1 / 7.2.3
	<i>Risque lié aux autorisations d'émettre</i>	2.1.3.1 / 7.2.3
6. S'impliquer dans une grande cause sociale	<i>Risque lié à la baisse des audiences</i>	2.1.1.1 / 7.2.1
7. Développer des relations équilibrées et transparentes avec les parties prenantes	<i>Risque lié aux autorisations d'émettre</i>	2.1.3.1 / 7.1.2
	<i>Risque d'augmentation du coût des programmes</i>	2.1.1.2 / 7.1.2
	<i>Risque lié aux évolutions législatives et réglementaires</i>	2.1.3.2 / 7.1.2
8. Fidéliser les talents	<i>Risque lié à la baisse des audiences</i>	2.1.1.1 / 7.3.1 - 7.3.4 - 7.3.5
	<i>Risque d'augmentation du coût des programmes</i>	2.1.1.2 / 7.3.1 - 7.3.4 - 7.3.5
9. Développer les compétences des collaborateurs	<i>Risque d'augmentation du coût des programmes</i>	2.1.1.2 / 7.3.3
10. Promouvoir la diversité et la mixité dans l'entreprise	<i>Risque lié aux autorisations d'émettre</i>	2.1.3.1 / 7.3.2
11. Maîtriser et réduire la consommation énergétique	<i>Risque lié à la sensibilité à la conjoncture économique</i>	2.1.1.3 / 7.4.1
12. Sensibiliser le public aux enjeux environnementaux	<i>Risque lié à la baisse des audiences</i>	2.1.1.1 / 7.2.4

DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Un groupe qui s'engage

1.1.4 ACTIONS CLÉS ET INDICATEURS PRIORITAIRES

Pour chacun des enjeux, le Groupe M6 a identifié un levier prioritaire, "l'action clé", et y a associé un indicateur prioritaire pour suivre la mise en œuvre de son plan d'action :

SOCIÉTAL		
ENJEUX RSE 2021	ACTIONS CLÉS	INDICATEURS PRIORITAIRES
1. RESPECTER LES OBLIGATIONS DÉONTOLOGIQUES ET CONVENTIONNELLES	Contrôler la conformité des programmes avec les obligations déontologiques et conventionnelles	Nombre de mises en demeure du CSA confirmées sur l'année écoulée
2. FAVORISER L'ACCÈS DES PROGRAMMES AU PLUS GRAND NOMBRE	Sous-titrer les programmes et les proposer en audiodescription	Taux d'accessibilité des programmes de la chaîne M6 aux personnes sourdes ou malentendantes
3. REPRÉSENTER LA DIVERSITÉ DANS LES PROGRAMMES	Assurer la mixité dans les programmes	Part des femmes dans la présentation des programmes d'information produits en interne pour les chaînes en clair
4. GARANTIR L'INDÉPENDANCE ÉDITORIALE ET LE RESPECT DE L'ÉTHIQUE DANS LES PROGRAMMES D'INFORMATION	S'assurer du respect par les journalistes de leur charte de déontologie	Nombre de mises en garde et de mises en demeure du CSA confirmées sur l'année écoulée concernant la déontologie de l'information
5. ACCOMPAGNER ET PROTÉGER LA JEUNESSE DANS LES MÉDIAS	Mettre en place une signalétique adaptée	Nombre de mises en garde et de mises en demeure du CSA confirmées sur l'année écoulée concernant la signalétique
6. S'IMPLIQUER DANS UNE GRANDE CAUSE SOCIÉTALE	Développer la Fondation d'entreprise M6 qui s'implique dans l'accompagnement et l'amélioration de la qualité de vie des détenus	Budget de la Fondation
7. DÉVELOPPER DES RELATIONS ÉQUILIBRÉES ET TRANSPARENTES AVEC LES PARTIES PRENANTES	Développer un service dédié aux relations téléspectateurs	Nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux

SOCIAL		
ENJEUX RSE 2021	ACTIONS CLÉS	INDICATEURS PRIORITAIRES
8. FIDÉLISER LES TALENTS	Développer l'attachement des collaborateurs à l'entreprise (suivi personnalisé des salariés, ambiance de travail et cadre agréable, rémunérations attractives, événements pour assurer la cohésion des équipes, etc.)	Taux de turnover
9. DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES DES COLLABORATEURS	Assurer des formations aux collaborateurs	Part des collaborateurs (CDI) qui ont bénéficié d'une formation sur la période
10. PROMOUVOIR LA DIVERSITÉ ET LA MIXITÉ DANS L'ENTREPRISE	S'engager en faveur du handicap	Nombre de travailleurs en situation de handicap

ENVIRONNEMENTAL		
ENJEUX RSE 2021	ACTIONS CLÉS	INDICATEURS PRIORITAIRES
11. MAÎTRISER ET RÉDUIRE LA CONSOMMATION ÉNERGÉTIQUE	Limiter la consommation électrique	Évolution de la consommation électrique
12. SENSIBILISER LE PUBLIC AUX ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX	Proposer des reportages sur les problématiques écologiques d'actualité	Nombre de sujets diffusés dans les JT consacrés à la thématique environnementale

Dans ce chapitre se trouve la description des actions menées en 2021. Une table de concordance disponible à la fin de ce chapitre permet de faire le lien entre les textes et chiffres publiés dans ce document et les informations listées dans l'article R. 225-105-1 du Code de commerce.

1.1.5 GOUVERNANCE RSE

Une structure de gouvernance adaptée

Les principes de gouvernement d'entreprise dans le Groupe 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 (voir partie 3. Gouvernement d'entreprise du présent document).

Par ailleurs, l'organisation de la gouvernance de la société est reprise dans les statuts, en conformité avec la législation française et la convention conclue par le groupe M6 avec le CSA.

Ainsi, 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.

Direction de l'Engagement

Depuis sa création, le Groupe M6 assume la responsabilité et le rôle sociétal qui lui incombe en tant qu'entreprise de médias à travers des initiatives sur ses antennes, au sein de son organisation ou à travers sa fondation. Afin d'incarner, de piloter et de mieux coordonner sa politique RSE, le Groupe M6 a annoncé en fin d'année 2020 la création d'une Direction de l'Engagement.

Celle-ci a pour but le développement d'une stratégie RSE globale qui répond aux enjeux économiques et sociétaux du Groupe M6. Elle vient en appui des différentes directions opérationnelles pour les accompagner dans la mise en œuvre de cette stratégie RSE.

Cette stratégie RSE se déploie à travers quatre dimensions :

- la mission sociétale, en poursuivant notamment le développement de la Fondation M6 et de la mission

Comité RSE du Conseil de Surveillance

Lors de sa réunion du 16 février 2021, le Conseil de Surveillance du Groupe M6 a décidé de constituer un Comité RSE, composé de Sophie de Bourgues (membre représentant les salariés), Marie Cheval (membre indépendant), Elmar Heggen (Président du Conseil) et Mouna Sepehri (membre indépendant).

Les missions du Comité sont les suivantes :

- Examiner les engagements et les orientations de la politique de la Société en matière de responsabilité sociale, environnementale et sociétale, leur cohérence avec les attentes des parties prenantes, en suivre le déploiement et plus généralement s'assurer de la prise en compte des sujets relevant de la RSE dans la stratégie de la Société et dans sa mise en œuvre,
- Examiner les projets de rapports de la Société relatifs à la gouvernance et à la RSE, et de manière générale s'assurer de l'établissement de toute information requise par la législation en vigueur en ces matières

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 fixés 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 la partie du présent document d'enregistrement universel consacrée aux risques. (chapitre 2.1)

handicap, mais aussi en se mobilisant en faveur d'enjeux de société en lien avec le « cœur de métier » du Groupe ;

- la mission sociale, en soutenant les actions menées au sein du Groupe concernant notamment la diversité, l'inclusion, le handicap, mais aussi la qualité de vie au travail pour les salariés ;
- la mission environnementale, en pilotant toutes les mesures contributives à une économie durable et plus respectueuse de l'environnement (économies d'énergie, recyclage, production des programmes, mobilité du personnel...);
- la mission économique, en renforçant les liens avec l'ensemble de ses partenaires afin de mettre en adéquation les pratiques communes avec les principes de développement durable.

- S'assurer de la mise en place de relations régulières avec les actionnaires sur les sujets de gouvernement d'entreprise et de RSE et d'en déterminer les modalités, en veillant à ne pas porter atteinte aux principes d'égalité entre actionnaires et de collégialité du Conseil

- Identifier et discuter les tendances émergentes en matière de gouvernance et de RSE, et s'assurer que la Société s'y prépare au mieux au regard des enjeux propres à son activité et à ses objectifs.

Le Comité s'est réuni une fois en 2021 et a traité des sujets suivants :

- les actions phares du Groupe en matière de RSE en 2021 ;
- la consultation des parties prenantes du Groupe pour déterminer ses enjeux RSE stratégiques ;
- le plan d'action RSE du Groupe pour l'année 2022 ;
- la taxonomie verte européenne et les nouvelles obligations de transparence.

1.2 Les parties prenantes, au cœur de la nouvelle feuille de route RSE

1.2.1 CARTOGRAPHIE DES PARTIES PRENANTES



Télespectateurs et auditeurs

Afin de répondre aux interrogations des téléspectateurs, le Groupe M6 dispose d'un service qui leur est consacré.

En 2021, ce site « etvous.m6.fr », dédié aux téléspectateurs, a enregistré 0,5 million de visiteurs uniques (vs. 1,3 million en 2020) et 1,1 million de pages vues.

8 598 demandes de téléspectateurs ont été traitées en 2021 (vs. 6 335 en 2020).

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. 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.

Annonces

Les relations avec les annonceurs et les agences publicitaires sont régies par la loi du 29 janvier 1993, entrée en vigueur le 31 mars, dite "loi Sapin", qui assure une parfaite transparence du marché publicitaire.

Producteurs

Les relations avec les producteurs de programmes, sont encadrées par des accords portant sur des volumes conséquents en ce qui concerne les studios américains (films, séries), qui permettent de fluidifier les échanges de contenus. 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. Ainsi la Direction Juridique vise à s'assurer qu'ils respectent les dispositions du droit de la propriété intellectuelle, du droit de la presse et de la personnalité, mais aussi qu'ils prennent en compte les aspects éthiques, et s'attachent aux problématiques de sécurité.

Cette politique est directement déployée par les pôles achats des différentes unités et filiales du Groupe.

À 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 centres d'aide par le travail (CAT), l'égalité de rémunération entre les hommes et les femmes, le respect des règles de concurrence, etc.

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.

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 des 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_Finance).

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 4.4 du présent document.

Les actionnaires sont notamment invités chaque année à participer ou à se faire représenter à l'Assemblée Générale du Groupe. Hors contexte sanitaire exceptionnel, ils sont également régulièrement conviés à des visites des plateaux et des régies, et à assister au tournage des journaux télévisés.

Par ailleurs, le groupe 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 2021 et pour la 9^{ème} année consécutive, le titre M6 a été sélectionné dans la composition de l'indice Gaïa comprenant les 70 valeurs affichant les meilleures performances 2020. Cet indice, établi par Ethifinance, est dédié aux valeurs moyennes françaises et il porte sur les données extrafinancières.

Cet indice évalue le degré d'implication des sociétés étudiées dans les enjeux de développement durable, de responsabilité sociale, de gouvernance et de relations avec les parties prenantes externes. La notation est réalisée à partir de 170 critères dont 34 portent sur l'environnement, 43 sur le social, 58 sur la gouvernance et 23 sur les parties prenantes externes.

Considéré comme une base de données de référence dans l'univers de l'ISR (Investissement Socialement Responsable), l'indice Gaïa Research 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.

La note (sur 100) de M6 progresse sensiblement en 2021, passant de 73 pour les données de l'exercice 2019 à 78 pour celles de 2020.



Pouvoirs publics et régulateurs de marché

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.

1.2.2 CONSULTATION DES PARTIES PRENANTES

Dans une démarche de co-construction de sa politique d'engagement sociétal et environnemental, le Groupe M6 a mené en 2021 une consultation de ses parties prenantes afin d'identifier ses enjeux RSE prioritaires. Il s'agit d'un exercice structurant et une étape essentielle à la construction d'une politique cohérente avec les activités du groupe et les attentes de tiers avec lesquels il interagit. Menée en collaboration avec

un cabinet de conseil spécialisé en stratégie et conduite de changement RSE, la consultation des parties prenantes s'est déroulée en deux grandes phases : une phase d'analyse contextuelle permettant d'identifier les enjeux RSE pertinents pour le secteur des médias et de l'audiovisuel, suivie d'études quantitatives et d'interviews des parties prenantes internes et externes du groupe.

Analyse contextuelle et identification des enjeux RSE

En s'appuyant sur l'étude de référentiels sectoriels (GRI Media, sustainable accounting standards boards, guide sur "La RSE dans le secteur des médias" réalisé par l'ORSE et le Forum RSE Médias, BC-9001), un benchmark des concurrents directs du groupe et une analyse approfondie des tendances sectorielles, 24 enjeux RSE ont été identifiés. Répartis en 4 grandes

catégories thématiques (gouvernance, social, sociétal et environnemental), ces enjeux reflètent les sujets RSE sectoriels incontournables, tant au niveau des programmes diffusés sur les antennes, que de la relation d'un média avec ses parties prenantes ou de son rôle en tant qu'employeur et la conduite des affaires en général.

Identification et consultation des parties prenantes internes et externes

Suite à l'identification d'enjeux RSE propres au secteur des médias ; des parties prenantes internes et externes du Groupe M6 ont été sélectionnées pour participer à la consultation. En plus des collaborateurs et d'un panel de publics, ce sont autant de parties prenantes externes que de parties prenantes internes (principalement des membres des instances dirigeantes) qui se sont exprimées entre avril et juillet 2021 sur :

- leur perception de l'engagement du secteur du média en général, et plus spécifiquement du groupe M6
- leur perception de la pertinence de ces enjeux RSE pour le Groupe M6. Pour cela, elles se sont prêtées à un exercice de cotation des enjeux RSE afin de déterminer, sur une échelle de 1 à 4 :
 - l'importance de chaque enjeu pour le groupe M6, c'est-à-dire leur impact sur la pérennité des activités
 - la performance du Groupe M6 sur chaque enjeu

Les résultats de la cotation des enjeux ont permis d'alimenter la matrice de matérialité du Groupe M6 (cf. matrice de matérialité).

Les parties prenantes identifiées ont été interrogées de la manière suivante :

En interne :

- une enquête en ligne auprès de l'ensemble des collaborateurs du Groupe M6
- des entretiens qualitatifs auprès des instances de direction (COMEX, CODIR et Directoire)

Un focus groupe composé d'une douzaine de collaborateurs a également été organisé afin de réfléchir aux modalités de déclinaison des enjeux identifiés comme prioritaires.

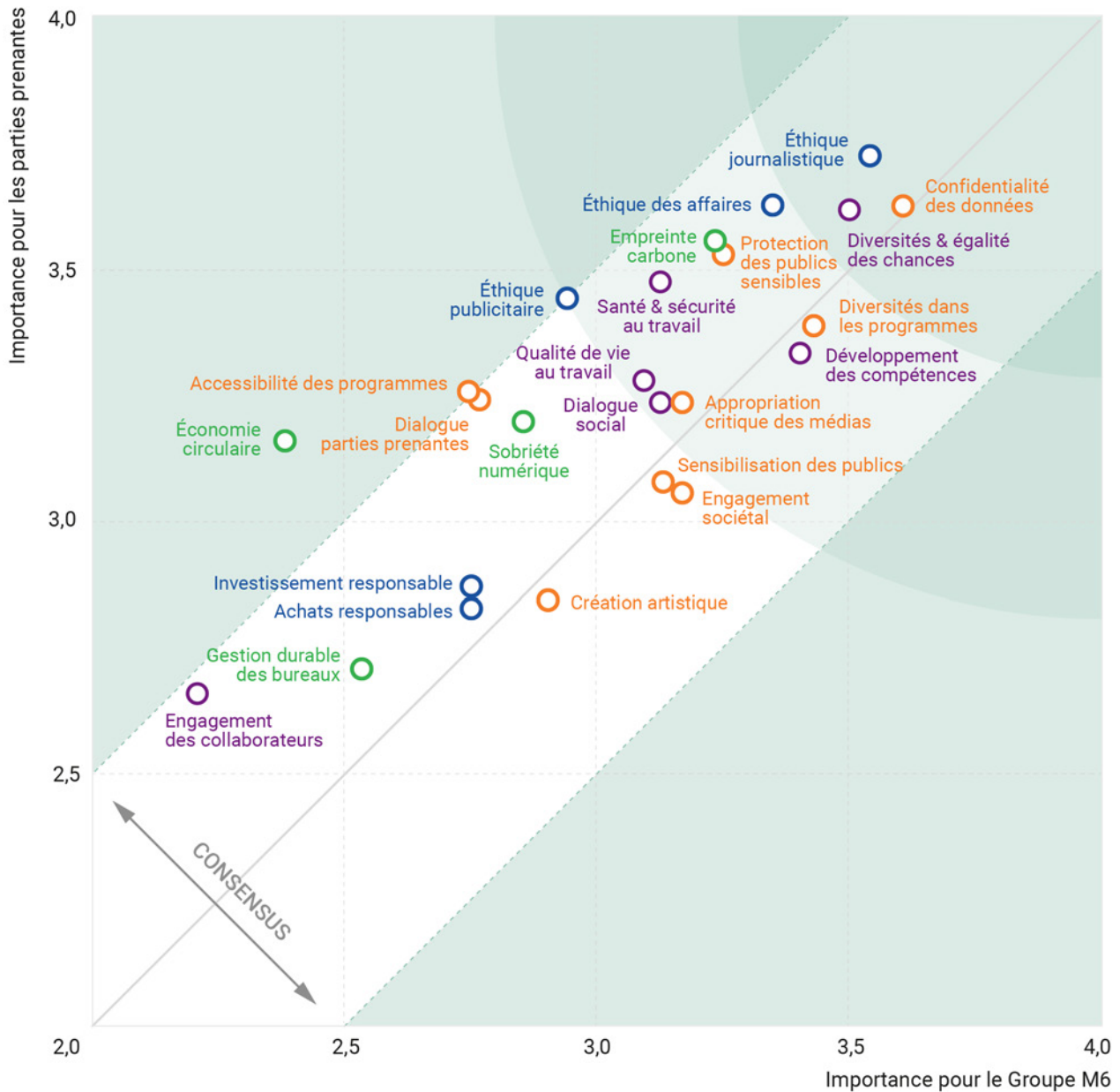
En externe :

- des entretiens qualitatifs auprès des partenaires d'affaires (actionnaires, investisseurs et administrateurs, annonceurs, distributeurs, producteurs), des partenaires institutionnels (pouvoirs publics et régulateurs de marchés) et des influenceurs sociaux (représentants de la société civile ayant une vision pertinente de l'activité d'un groupe de média)
- un panel représentatif des téléspectateurs et auditeurs réguliers des antennes du Groupe M6 mené par Harris interactive. Compte tenu de la faible visibilité des publics sur la conduite interne des activités, ils n'ont été interrogés que sur une liste réduite de 15 enjeux.

Les résultats de cette consultation de parties prenantes constituent le point de départ de la matrice de matérialité du Groupe M6 et de son plan d'action RSE.

1.2.3 MATRICE DE MATÉRIALITÉ

L'analyse de matérialité est une méthode permettant de hiérarchiser les enjeux RSE d'une entreprise, en comparant, au sein d'une matrice, leur importance exprimée par les parties prenantes externes avec celle exprimée par les parties prenantes internes. L'objectif est à la fois de mieux comprendre les attentes des parties prenantes externes vis-à-vis de l'entreprise, et d'évaluer, à travers la perception des parties prenantes internes, l'impact potentiel des enjeux RSE sur les activités de l'entreprise.



Enjeux

SOCIÉTAL

SOCIAL

ENVIRONNEMENTAL

GOUVERNANCE

Les notes reportées dans la matrice de matérialité correspondent aux notes d'importance attribuées par les parties prenantes à l'occasion de la consultation.

DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Un groupe qui s'engage

Methodologie

Sur une échelle de 1 à 4, l'ensemble des enjeux ont été notés au-dessus de 2. Cela signifie que les parties prenantes interrogées ont considéré les 24 enjeux listés comme importants pour le Groupe M6. Néanmoins et afin de pouvoir identifier des priorités, le seuil de matérialité a été fixé à 3,1. En conséquence, 13 enjeux prioritaires se détachent par leur niveau d'importance élevé, à savoir :

- Éthique journalistique
- Confidentialité des données
- Diversité et égalité des chances
- Éthique des affaires
- Représentation des diversités dans les programmes
- Empreinte carbone
- Protection des publics sensibles
- Développement des compétences des collaborateurs
- Santé et sécurité au travail
- Appropriation critique des médias, en particulier auprès des jeunes
- Éthique publicitaire
- Qualité de vie au travail
- Dialogue social

En outre, une analyse plus fine des écarts significatifs a permis de faire émerger 4 enjeux sur lesquels des efforts supplémentaires doivent être déployés :

- empreinte carbone
- **sobriété numérique**
- diversité et égalité des chances
- appropriation critique des médias

Trois de ces quatre enjeux ayant déjà été priorisés par niveau d'importance, **la sobriété numérique devient donc le quatorzième enjeu prioritaire du Groupe M6.**

C'est à partir de ces 14 enjeux prioritaires qu'a été pensé le plan d'action RSE du Groupe M6 dont la mise en œuvre interviendra en 2022. La direction de l'engagement, étant en charge du pilotage et de la coordination de la politique RSE, elle suivra régulièrement l'avancement des travaux engagés. Néanmoins, certains enjeux, en particulier ceux liés à l'éthique (éthique journalistique, éthique publicitaire, éthique des affaires), aux dispositions réglementaires relatives au secteur des médias (confidentialité des données, protection des publics sensibles) et à la gestion des collaborateurs (dialogue social, santé-sécurité et qualité de vie au travail) étant déjà traités par d'autres directions, ils ne feront pas l'objet de feuilles de route spécifiques dans le plan d'action RSE. La Direction de l'Engagement travaille par ailleurs avec les autres directions du Groupe afin de les accompagner dans l'intégration progressive de la RSE dans leurs pratiques métiers.

Cet exercice matérialité a été réalisée au cours de l'année 2021, c'est pourquoi la correspondance entre ces nouveaux enjeux, les risques groupe et les différents indicateurs se fera durant l'exercice 2022.

1.2.4 NOUVELLES ORIENTATIONS RSE

Tout au long de l'année 2021, le comité de pilotage RSE constitué de membres des instances dirigeantes du Groupe M6, s'est réuni régulièrement afin de contribuer et valider les différentes étapes de l'élaboration du plan d'action RSE du Groupe M6. Ce plan d'action, composé de 6 feuilles de route, s'appuie à la fois sur les résultats de l'analyse de matérialité, mais également sur les atouts du Groupe M6, afin d'étendre les bonnes pratiques existantes à l'ensemble du groupe.

En outre, en tant que média et entreprise, le Groupe M6 se veut cohérent entre les messages portés sur ses antennes et les actions menées auprès de ses collaborateurs. Aussi, chaque feuille de route intègre des actions portant sur les antennes télévisées et radio du Groupe, mais mobilise également l'ensemble des collaborateurs à travers des actions de formation, de sensibilisation ou d'évolution de certaines pratiques métiers.



À travers ce plan d'action RSE, le Groupe M6 s'engage, auprès de ses publics, de ses partenaires et de ses collaborateurs sur les chantiers prioritaires suivants :

● Empreinte carbone

L'empreinte carbone d'une entreprise, c'est l'impact de l'ensemble de ses activités sur le changement climatique. Elle mesure la quantité de gaz à effet de serre (principalement le dioxyde de carbone ou CO2) émise par l'entreprise dans le cadre de ses activités. À travers cette feuille de route, le Groupe M6 se mobilise pour réduire son empreinte carbone et sensibiliser ses collaborateurs aux enjeux climatiques.

● Écoproduction

L'écoproduction consiste à repenser certaines pratiques de production, des tournages à la post-production, pour limiter leurs impacts environnementaux. Il s'agit d'un sujet de plus en plus récurrent, qui fait bouger les lignes dans l'ensemble du secteur. À travers cette feuille de route, le Groupe M6 souhaite être au plus près des pratiques terrains afin de concilier productions innovantes et respect de l'environnement.

● Sobriété numérique

Tout en répondant à nos besoins, il est essentiel d'adapter nos usages numériques quotidiens, de la conception de sites et logiciels plus sobres, à la fin de vie de nos équipements électroniques. C'est ce qu'on appelle : la sobriété numérique. 6play, avec son mode éco-stream, a déjà ouvert la marche vers un numérique plus responsable. À travers cette feuille de route, le Groupe M6 souhaite capitaliser sur ses atouts et embarquer l'ensemble des collaborateurs dans cette démarche.

● Antigaspi

Comme son nom l'indique, l'antigaspi, c'est lutter contre tous les types de gaspillage en réduisant la quantité de déchets que nous produisons et en donnant une seconde vie à nos déchets résiduels, en les revalorisant ou en les recyclant. L'antigaspi s'inscrit dans une démarche d'économie circulaire dans laquelle chaque déchet peut être réutilisé afin de limiter le gaspillage des ressources et la pollution. À travers cette feuille de route, le Groupe M6 souhaite poursuivre les efforts déjà déployés, en améliorant le tri et la revalorisation de l'ensemble de ses déchets.

● Pédagogie des médias

La pédagogie des médias consiste à donner, en particulier aux plus jeunes, les clés pour comprendre, décrypter, interagir avec l'information et l'univers médiatique. À l'heure des médias de masse et des réseaux sociaux, plus empreints à la désinformation et aux fake news, les médias dits "traditionnels" ont leur rôle à jouer dans l'accompagnement des jeunes publics. Gulli, la chaîne jeunesse du Groupe M6, est très engagée depuis plusieurs années sur ce sujet, notamment à travers la semaine de la presse dans les écoles. À travers cette feuille de route, le Groupe M6 souhaite mettre ses rédactions au service de cet engagement et toucher un public plus large.

● Égalité des chances

Origine sociale, ethnique, culturelle, géographique, convictions religieuses, identité de genre, orientation sexuelle ou encore situation de handicap, ne doivent pas limiter les opportunités de chacun d'entre nous d'accéder à la formation, à l'emploi ou aux responsabilités. L'égalité des chances consiste à offrir à tous les individus les mêmes opportunités de développement. Lors de la consultation, nos parties prenantes ont mis en avant deux thématiques prioritaires : l'égalité des chances entre les femmes et les hommes et la diversité sociale. À travers cette feuille de route, des actions seront prioritairement mises en place sur ces deux thématiques. Parallèlement, le Groupe M6 poursuivra son engagement envers les personnes en situation de handicap, notamment via sa mission handicap, et les personnes ayant connu un épisode carcéral, par le biais de sa fondation d'entreprise.

Ces nouvelles orientations RSE et le plan d'action afférent seront mis en œuvre au cours de l'année 2022, c'est pourquoi cette année encore, c'est sur la base des indicateurs des 12 enjeux établis en 2019 que l'exercice 2021 sera évalué.

1.3 Un enjeu de responsabilité éthique

1.3.1 CONVENTION ENTRE LE GROUPE M6 ET 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.

Ces conventions comportent plusieurs obligations générales et déontologiques garantissant un fort niveau d'engagement sociétal. Elle stipule ainsi que 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 relatifs à la conception et la réalisation de ses émissions dans des conditions qui garantissent son indépendance éditoriale, notamment à l'égard des intérêts économiques de ses actionnaires.

Par ailleurs, la société s'engage à n'établir aucune relation économique et financière entre les sociétés du Groupe M6 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.

Les obligations et engagements figurant dans la convention portent également sur :

Le 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. Elle veille particulièrement à la mise en œuvre des dispositions législatives et réglementaires en faveur de l'expression des temps de parole hors période électorale et en période électorale, sous le contrôle de l'autorité de régulation audiovisuelle.

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 dangereux, délinquants ou inciviques, et l'éditeur 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 l'orientation sexuelle, de la religion ou de la nationalité. Ses programmes doivent promouvoir les valeurs d'intégration et de solidarité qui sont celles de la République, lutter contre les discriminations 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 prend auprès du CSA des engagements pour l'année à venir tendant à favoriser la représentation de la diversité de la société française dans ses programmes, sur le fondement de la délibération du 10 novembre 2009.

Les 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.

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 6 h et 22 h. 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 sous le contrôle du CSA. Une attention toute particulière est apportée aux contenus destinés aux chaînes et aux tranches jeunesse du Groupe.

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. Dans les séquences filmées en caméra cachée, 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. À cette occasion, elle indique au public la nature de ces liens.

La défense et 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.

Toutes les chaînes du Groupe doivent respecter ces obligations conventionnelles. L'intégralité des conventions conclues par les chaînes du Groupe avec le CSA sont disponibles sur le site www.arcom.fr.

Le suivi de la conformité des programmes est assuré par un service dédié du Groupe M6.

1.3.2 ÉTHIQUE JOURNALISTIQUE

En tant que média d'envergure nationale, le Groupe M6 est pleinement conscient de ses responsabilités dans le traitement de l'information. Un de ses enjeux prioritaires est donc de garantir l'indépendance éditoriale et le respect de l'éthique dans ses programmes d'information.

En 2021, aucune mise en garde ou mise en demeure confirmée n'a été adressée par le CSA au Groupe M6 concernant la déontologie de l'information¹.

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 dans les rédactions nationales et chez C. Productions, filiale en charge de la production des magazines d'information tels que *Capital* et *Zone Interdite*.

Conformément à la Loi du 14 novembre 2016 visant à renforcer la liberté, l'indépendance et le pluralisme des médias, le Groupe M6 s'est doté d'une charte de déontologie des journalistes. Cette charte a été rédigée conjointement par les représentants des journalistes et la direction du Groupe M6. Elle a pour objet de rappeler les principes essentiels d'indépendance, de liberté, de fiabilité et d'honnêteté de l'information ainsi que de préciser les droits et devoirs des journalistes et de la direction du Groupe M6. Parallèlement à cette charte, un comité d'éthique, composé de 5 personnes, a été mis en place pour 3 ans, conformément à la loi. Les mandats de l'ensemble des membres du comité ont été renouvelés cette année pour une durée de 3 ans.

1.3.3 ÉTHIQUE DES AFFAIRES

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 réseau social d'entreprise du Groupe.

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 et il agit en conséquence.

Ainsi, le Groupe s'interdit d'exercer une influence 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.

M6 cherche à délivrer une information la plus complète et la plus diversifiée possible et, ainsi que le stipule l'article 3-1-1 de sa convention, « développe une 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 ou la consommation. ».

Capital, *Zone Interdite*, *66 Minutes*, *Dossier Tabou*, *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.

En 2017, le Groupe M6 a procédé à la refonte de son Code de Déontologie, devenu Code d'Éthique et de Déontologie. Ce Code, annexé au règlement intérieur des sociétés du Groupe, traite entre autres des sujets suivants :

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.

¹ Mises en demeure publiées au journal officiel durant l'année écoulée et ne faisant pas l'objet d'un recours, ou mises en demeure publiées lors d'un exercice précédent ayant fait l'objet d'un recours et devenues définitives au cours de l'année écoulée

DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Un groupe qui s'engage

Prévention contre la fraude

Le Groupe M6 s'assure une utilisation et un traitement responsable 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 2.2 du présent document) pour prévenir toute forme d'activité frauduleuse.

Engagements du Groupe M6 en tant qu'employeur

Toutes les décisions prises en matière de recrutement, d'embauche, de discipline, de promotion et autres mesures en matière d'emploi doivent être libres de toute pratique discriminatoire. Les comportements de harcèlement moral ou sexuel sont prohibés.

En outre, conformément au décret n° 2017-564 du 19 avril 2017, le Groupe M6 a mis en place un dispositif d'alerte professionnelle. Celui-ci permet à un lanceur d'alerte de signaler, de manière désintéressée et de bonne foi, un fait grave, tel qu'un crime ou un délit, dont il a eu personnellement connaissance.

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.

Contrôle interne

Chaque collaborateur participe à l'amélioration de la gestion des risques du Groupe et aide à l'identification et à la correction de dysfonctionnements. Aucune entrave au bon déroulement des audits ou des contrôles, menés par l'audit interne ou par les commissaires aux comptes, ne doit être pratiquée.

Lutte contre la corruption et le trafic d'influence

La conduite des affaires dans le respect de la loi et le maintien des plus hautes normes éthiques et professionnelles sont des composantes essentielles de la culture d'entreprise du Groupe. Il en va de l'obligation de chaque collaborateur d'adopter la conduite adéquate afin de garantir le maintien de ces standards.

Conformément à la Loi n°2016-1691 du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte anti-corruption et à la modernisation de la vie économique dite loi « Sapin II », le Code d'Éthique et de Déontologie du Groupe définit et illustre les différents types de comportement à proscrire comme étant susceptibles de caractériser des faits de corruption ou de trafic d'influence.

D'une manière générale, 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. En outre, 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 le Groupe dispose d'une charte de bonne conduite, qui a fait l'objet d'une formation, et à laquelle peuvent se référer les membres du Comité de Direction et tout membre du groupe spécialement exposé aux problématiques du droit de la concurrence.

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. Une nouvelle version de ce code est entrée en vigueur en 2017, en conformité avec le Règlement (UE) n°596/2014 sur les Abus de Marché et l'Article 622-2 du Règlement Général de l'AMF.

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.

1.3.4 ÉTHIQUE PUBLICITAIRE

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, avec un avis favorable, défavorable ou des recommandations de modification en vue de la 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 l'ARCOM 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 de la régie publicitaire.

En outre, le Groupe M6 est engagé comme l'ensemble de l'interprofession publicitaire autour de la charte d'engagement des annonceurs pour une communication responsable, charte dont le programme FAIRE a prolongé les engagements pour emmener collectivement les acteurs de l'écosystème publicitaire dans une démarche de progrès et de responsabilité. La régie de M6 Publicité a intégré ces valeurs dans ses relations commerciales.

Dans ce cadre, le Groupe M6 s'engage notamment à inciter le public auquel l'ensemble des activités du Groupe s'adresse à adopter un comportement responsable et à utiliser avec respect les informations relatives à la vie privée de ses parties prenantes dans les campagnes de publicité et de communication.

Le Groupe ne diffuse aucune publicité sur les armes à feu, les contenus à caractère pornographique, l'alcool ou le tabac.

Le Groupe met également en œuvre la charte du CSA visant à promouvoir une bonne hygiène de vie (alimentation et activité physique favorable à la santé et sommeil réparateur) dans les programmes et les publicités diffusés à la télévision. Il attache une importance particulièrement aux contenus jeunesse.

Dans le cadre de la prise en compte des nuisances sonores que pourraient engendrer son activité, 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.

De plus, le Groupe M6 par le biais de M6 Publicité, la régie publicitaire du Groupe, soutient depuis quatre ans le Grand Prix de la Responsabilité Sociétale des Marques, levier incontournable pour nourrir la réputation et le capital confiance des marques. Organisé par Produrable et Link Up Factory, cet événement s'attache à mettre en valeur et récompenser les marques et services qui construisent et nourrissent leur identité en capitalisant sur un modèle de développement éthique et durable. Lors de la remise des prix, David Larramendy, membre du Directoire en charge des activités commerciales et du développement et Directeur Général de M6 Publicité, a participé au débat sur le rôle des marques pour mobiliser le consommateur et l'accompagner pour contribuer au développement durable. La régie a également créé avec Link Up Factory une offre commune destinée aux annonceurs qui souhaitent communiquer autour de leurs engagements.

Le Groupe M6, avec le concours de sa régie a aussi mis en place "La semaine green", un dispositif éditorial exceptionnel sur le thème de l'environnement.

2 ENGAGEMENT SOCIÉTAL

2.1 Se mobiliser avec la Fondation, au service de l'intérêt général

2.1.1 NOUVELLE FEUILLE DE ROUTE 2020-25

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

Cet engagement repose sur une conviction forte que l'entreprise peut apporter d'autres réponses aux questions sociétales ; que ce soit par des initiatives sur ses antennes ou au sein de son organisation, le Groupe dépasse son rôle de décryptage de la société pour devenir acteur de sa transformation.

Financée par toutes les entreprises du Groupe, la Fondation est dotée d'un budget de 2,5 M€ sur 5 ans. Elle s'est donnée pour objectif d'agir pour les personnes qui ont connu un épisode carcéral dans leur vie, afin de lutter contre la récidive et contribuer ainsi à leur réinsertion. Elle s'emploie également à favoriser le décroisement entre l'univers carcéral et le monde de l'entreprise, afin de contribuer à changer les regards sur la prison et les personnes détenues.

Le Groupe M6 est l'unique entreprise à consacrer sa Fondation aux problématiques du milieu carcéral, considérant qu'il est du devoir des entreprises de s'engager dans une vraie démarche citoyenne et responsable, et ce d'autant plus pour un groupe médiatique puissant et présent dans l'espace public.

Les actions de la Fondation visent à permettre aux personnes détenues de devenir partie prenante de leur réinsertion. Afin de recueillir les attentes de ses différents partenaires - administration pénitentiaire, associations soutenues mais aussi collaborateurs du Groupe M6 - la Fondation a diligenté en 2020 une étude de perception. L'objectif était d'interroger ses pratiques pour mieux construire son plan d'action à horizon 2025. Forte de cette étude confirmant l'expertise acquise sur le monde carcéral, la Fondation a réaffirmé son engagement sur 2 axes centraux :

- la réinsertion via le retour à l'emploi
- les alternatives à l'incarcération

Ainsi sur le terrain, la Fondation du Groupe M6 contribue à lutter contre la récidive, elle a soutenu en 2021 plus d'une vingtaine d'associations qui interviennent au plus près des bénéficiaires, et piloté elle-même des projets en partenariats avec l'administration pénitentiaire. Mais elle poursuit également un second but : intensifier son rôle de plaidoyer notamment vers les entreprises sur l'embauche des sortants de prison. Afin d'avoir un effet d'entraînement et d'amplifier la mobilisation collective, la Fondation entend prendre toute sa place de chef de file de l'engagement social du monde économique à l'égard des sortants de prison.

Chiffres-clés 2021 :

- 26 projets accompagnés
- 42 établissements pénitentiaires touchés
- 8 actions en milieu ouvert
- 45 interventions de collaborateurs dans les projets,
- 500 K€ de budget annuel

2.1.2 ACTIONS PHARES DE LA FONDATION

L'emploi comme levier de réinsertion

La Fondation soutient des programmes de réinsertion par l'emploi et la formation ainsi que des ateliers de travail autour des compétences psycho-sociales. En 2021, elle a ainsi soutenu 8 structures accompagnant les personnes détenues pour leur retour à l'emploi, pendant leur temps de détention et/ou au moment – souvent critique – de leur sortie de détention.

Permis de Construire, être pilote du reste de sa vie

Depuis 2010 à Nantes (44), l'association Permis de Construire aide les personnes placées – ou ayant été placées – sous-main de Justice à réussir leur réinsertion, notamment grâce à un accompagnement socioprofessionnel personnalisé. En les amenant vers l'autonomie, cet accompagnement vise à les préparer à la vie active via l'élaboration d'un projet de vie prenant appui sur leurs désirs, capacités et talents. Le soutien de la Fondation à Permis de Construire en 2020-2021 a permis à l'association d'essayer son modèle d'accompagnement sur un nouveau territoire, Saint-Nazaire, et de structurer son développement avec la création de Permis de Construire France. Un troisième territoire devrait s'ouvrir dès 2022, permettant d'augmenter le nombre de bénéficiaires touchés : 137 au total en 2021 (vs 77 en 2020 [année covid-19], et 115 en 2019) et 40 entreprises dont 16 d'insertion mobilisées pour mettre en lien candidats et entreprises locales recruteuses

Prisme, travailler les compétences psycho-sociales, une nécessité pour l'insertion

L'association PRISME, fondée en 2015, propose un accompagnement fondé sur les théories de la psychologie sociale et cognitive, afin de répondre aux besoins psychosociaux des personnes en difficulté d'insertion sociale et/ou socio-professionnelle. Renforcer ses compétences psycho-sociales, c'est savoir répondre avec efficacité aux exigences de la vie, aux difficultés qu'elle présente : savoir s'adapter à soi, aux autres et au monde qui nous entoure. La gestion des émotions, du stress, la confiance en soi – préalables à une insertion sociale et professionnelle réussie – sont abordés au cours du programme « Mieux se connaître pour avancer ». Celui-ci vise l'épanouissement social, personnel et professionnel des bénéficiaires. La Fondation a renouvelé son soutien à Prisme courant 2021, lui permettant de poursuivre son action en milieu ouvert, et d'adapter le programme sur une formule intensive à destination de personnes condamnées à une peine de Travail d'Intérêt Général. Au total 67 participants ont suivi le programme en 2021. Entre le début et la fin du programme :

- 63 % d'entre eux ont progressé en termes de compétences émotionnelles : *gestion des émotions, du stress, confiance en soi et estime de soi...*
- 88 % d'entre eux ont progressé en termes de compétences sociales : *communication, capacité de résistance et négociation,*
- 63 % d'entre eux ont progressé en termes de compétences cognitives : *prise de décision, résolution de problèmes, pensée critique...*

Les alternatives à l'incarcération, lieu de «réapprentissage» de la liberté

Portant la conviction qu'après une longue peine de prison, un sas entre le dedans et le dehors est nécessaire, la Fondation soutient depuis 2017 des projets d'alternatives à l'incarcération (notamment via des aménagements de peine tels que le placement extérieur). Ces alternatives – lieu de « réapprentissage » de la liberté pour les résidents – accompagnent le passage entre le milieu carcéral et le monde extérieur, luttant contre la récidive et l'exclusion.

Parmi les 6 associations soutenues en 2021 pour le développement des alternatives à l'incarcération, plusieurs fermes agro-écologiques. Celles-ci s'inscrivent dans un plan signé entre Emmaüs France et la Direction de l'Administration pénitentiaire pour essayer une offre innovante d'accompagnement à la sortie de détention et d'insertion des détenus (sur le modèle de la ferme de Moyembrie, dans le département de l'Aisne). Dix structures de réinsertion bâties sur ce modèle sont prévues à terme. Après la ferme Emmaüs Lespinassière (département de l'Aude) en 2017, la Fondation a apporté son soutien en 2020 et 2021 aux fermes Emmaüs Baudonne (département des Landes) et Ker Madeleine (département de Loire-Atlantique), structures d'accueil de personnes détenues en fin de peine. À travers l'exploitation d'une ferme agro-écologique, les deux associations proposent via un chantier d'insertion, un travail rémunéré, un logement et un accompagnement social soutenu aux personnes en réinsertion afin qu'elles reconstruisent leurs liens familiaux et sociaux et bâtissent un nouveau projet de vie. Lieu de vie pour les résidents, l'accompagnement et le réapprentissage de la liberté se font à travers chaque moment de vie individuel et collectif vécu à la ferme.

La Fondation du Groupe M6 a financé ces structures à leur démarrage, soutenant ainsi la structuration de l'équipe encadrante. Lancée en 2020, la Ferme Emmaüs Baudonne, dédiée à l'accueil de femmes placées sous main de justice, a accueilli 9 résidentes en 2021. Ouverte au printemps 2021, la ferme Ker Madeleine a quant à elle accueilli son 1^{er} bénéficiaire sous main de justice en septembre 2021, avec 2 autres salariés en insertion. Tournées vers la production maraîchère, les deux structures s'appuient sur un solide réseau de bénévoles, ceux-ci contribuant à l'inclusion sociale des salariés en insertion.

Ferme Emmaüs Baudonne :

- 9 femmes sous main de justice accueillies
- 4 sont sorties du dispositif
dont 3 personnes en emploi et 1 en formation
- 22 bénévoles

Ferme Ker Madeleine :

- 1 homme sous main de justice accueilli
- 20 bénévoles

2.1.3 À L'INITIATIVE DES PROJETS : UNE FONDATION OPÉRATRICE

Désireuse d'apporter des solutions concrètes aux problématiques des personnes détenues, la Fondation développe depuis 2015 des actions en propre, agissant directement sur le terrain, au contact des bénéficiaires. Le concours « Au-delà des lignes », et plus récemment, l'appel à projets « Impulse le changement », sont ainsi nés en réponse à deux causes qui tiennent particulièrement à cœur à la Fondation : la lutte contre l'illettrisme et l'éco-citoyenneté.

Concours « Au-delà des lignes » : relancer le goût d'apprendre par l'écriture

Partant du constat que 17,3 %¹ des personnes détenues échouent au bilan de lecture et d'écriture proposé à l'entrée en détention et qu'une maîtrise insuffisante des compétences de base complique la réinsertion, la Fondation a initié en 2016 le concours d'écriture « Au-delà des lignes » en milieu carcéral, avec l'Éducation nationale et l'Administration pénitentiaire. Le concours vise à replacer le plaisir au cœur de la lecture et de l'écriture. Dans chaque établissement un auteur ou journaliste (membre du jury d'Au-delà des lignes) va à la rencontre des participants afin de partager autour des mots et désacraliser l'écriture.

Pour la 6^{ème} année consécutive, entre janvier et mars 2021, 237 hommes, femmes et mineurs ont pris la plume, dans 33 établissements pénitentiaires, osant, souvent pour la première fois, produire un texte, encouragés par leurs enseignants. Malgré une édition chahutée par la situation sanitaire, 90 participants ont rencontré un membre du jury venu à leur rencontre pour partager autour du plaisir des mots et leur prodiguer des conseils. Dix-huit lauréats ont été récompensés lors d'une cérémonie qui s'est tenue fin juin à la Direction de l'Administration pénitentiaire en présence des 44 membres du jury. En donnant la plume à ceux qui ne le prennent jamais, le concours a répondu, cette année encore, à deux enjeux importants : lutter activement contre l'exclusion des personnes détenues en rupture avec l'écriture et partager leurs mots, au-delà des murs, via l'édition d'un recueil regroupant l'ensemble des textes des 237 participants.

Appel à projet : "Impulse le changement" autour de l'écocitoyenneté

Être privé de liberté, ce n'est pas être privé de son écocitoyenneté : chacun a des devoirs envers l'environnement et doit être acteur de sa préservation. Convaincus que les lieux de détention sont concernés par cette question, la Fondation a lancé un appel à projets ayant une incidence environnementale au service de la prison. Cette expérimentation avait pour objectif de démontrer qu'en prison aussi, il est possible de contribuer à la préservation de l'environnement. La spécificité de cet appel à projets : les réponses devaient être initiées et portées par un groupe de personnes détenues, faisant du temps d'incarcération un temps utile au service du collectif. La Fondation souhaitait ainsi valoriser l'engagement des personnes détenues à concevoir un projet collectif et à s'emparer de leur écocitoyenneté.

Un jury composé de 5 professionnels dont 3 collaborateurs du Groupe M6, a assisté à la soutenance par visioconférence depuis la détention, des 7 groupes de finalistes. Puis il a récompensé, le projet « Culture d'Apiculteurs », qui les a particulièrement marqués par sa singularité – l'élevage de reines d'abeilles – et qui, par le biais de la sauvegarde de l'environnement permet le développement de compétences pour les personnes détenues. Au terme des délibérations, il a également récompensé l'engagement citoyen porté par le collectif « Robins des murs », en décernant un prix spécial du jury à ce projet de recyclage des déchets à la maison centrale de Poissy. Les deux projets lauréats ont reçu une dotation financière, permettant la mise en œuvre de l'action en 2021.

¹ Bilan annuel 2018-2019 de l'enseignement en milieu pénitentiaire, Administration pénitentiaire. p.50 – Niveau de lecture des personnes en détention au 01/01/2019 – Synthèse nationale

2.1.4 UNE COMMUNAUTÉ DE COLLABORATEURS ENGAGÉS

La Fondation du Groupe M6 sensibilise et fédère les salariés du Groupe autour d'un projet inspiré et inspirant ; marquant ainsi la préoccupation du rôle social et citoyen de l'entreprise. Chacun a des compétences, porte un talent, sur lesquels elle peut s'appuyer. Car au-delà de l'engagement d'un Groupe, les actions de la Fondation traduisent l'engagement de collaborateurs en tant que citoyen.

En 2021, les collaborateurs sont intervenus 45 fois dans les actions de la Fondation, apportant leur concours, leurs savoir-

faire, leurs expériences et donnant de leur temps dans leurs domaines d'activités respectifs, aux côtés des collaborateurs de la Fondation du Groupe M6.

Participation à la Journée de découverte de l'entreprise, simulations d'entretiens d'embauche, rencontre pour partager sur son métier chez M6 ou en détention, mise à disposition de compétences en communication ou en montage, autant d'opportunités d'associer les collaborateurs aux actions de leur Fondation.

« Journées de découverte de l'entreprise »

Sur proposition des équipes de la Fondation, a eu lieu en septembre 2021 la « Journée de Découverte de l'Entreprise » : 8 anciens détenus ont été accueillis par 20 collaborateurs du Groupe M6 dans les locaux de Neuilly-sur-Seine. Après une visite permettant de découvrir les métiers, les invités ont participé à des ateliers pour prendre en confiance en leurs capacités, et reçu des conseils RH pour présenter leurs parcours et projet professionnel.

À l'issue de cette journée, les participants ont déclaré s'être (ré)approprié les codes du monde du travail au contact des collaborateurs, et avoir vécu une expérience positive du monde de l'entreprise : « c'était un travail sur soi à travers les autres », a conclu O., invité. La recherche d'emploi s'est concrétisée rapidement pour deux d'entre eux, entrés en postes dans les secteurs de l'informatique et de la grande distribution, dans les semaines suivantes.

Fort de cette première édition réussie, le Groupe entend renouveler cette expérience de construction de ponts entre univers carcéral et monde de l'entreprise, et ainsi s'impliquer plus encore dans l'accès à l'emploi et la réinsertion de personnes ayant vécu un épisode de justice.

2.1.5 SOUTIEN AUX AUTRES CAUSES

Prévenir et agir sur les enjeux de santé publique

Le Groupe M6 met régulièrement la puissance de ses antennes au service de causes de santé publique. Ceci fut particulièrement le cas en 2021 avec l'épidémie de Covid-19. Les antennes du Groupe (Radio et TV) ont été très sollicitées tout au long de l'année par le CSA et le Ministère de la Santé et des Solidarités pour diffuser des Alertes Covid-19 et transmettre ainsi les consignes sanitaires aux Français, en temps réel et gracieusement.

De manière volontariste, le Groupe M6 a créé un spot intitulé "Une seule solution, se faire vacciner" en s'appuyant sur ses animateurs antenne afin de porter des messages en faveur de la vaccination pour lutter contre l'épidémie de Covid-19.

Par ailleurs, depuis de nombreuses années, un dispositif spécial, mis en place aussi bien sur les chaînes que sur internet, accompagne la campagne du Sidaction.

Enfin, dans ses nombreux magazines et reportages, les antennes du Groupe veillent à régulièrement avertir le téléspectateur des risques liés à l'alcool et à la drogue.

Œuvrer 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 à la suite de 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 vidéo à la demande, qui permet au téléspectateur l'accès à une offre variée de programmes.

Valoriser et préserver le patrimoine culturel

Les filiales de droits audiovisuels du Groupe contribuent à la préservation du patrimoine cinématographique 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. À fin 2021, plus de 150 films ont été restaurés en totalité. Ainsi, le film *Au-delà des Grilles*, réalisé par René Clément avec Jean Gabin, a été présenté entièrement restauré en 4K au Festival Lumière de Lyon en 2021.

Au cours de l'année 2021, le Groupe a collaboré avec la Cinémathèque Française dans le cadre de son exposition Louis de Funès avec l'intégration de plusieurs éléments iconographiques de la saga des Gendarmes ainsi que la projection de plusieurs films de notre catalogue, dont *Les Gendarmes*.

Agir sur son territoire

Le Groupe M6 est membre de l'association Neuilly Tech, association 1901 créée en septembre 2010 à l'initiative de Jean-Christophe Fromantin, 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 notamment la mise à disposition de locaux au sein de leurs établissements.

2.2 Représenter la diversité dans les programmes

Le Groupe M6 veille à représenter le plus justement possible la diversité de la société française dans ses programmes, afin que celle-ci se retrouve dans les contenus proposés par ses chaînes. Les chaînes du Groupe M6 se doivent en effet, en tant que diffuseurs d'envergure nationale, de refléter sur leurs antennes l'image de la France pluriculturelle, par la promotion des valeurs d'intégration et de solidarité et par la présence de toutes les facettes de la société dans ses programmes.

2.2.1 ÉGALITÉ HOMME-FEMME

L'égalité entre les hommes et les femmes sont toujours au cœur des engagements des chaînes du Groupe, aussi bien dans la structure du groupe (voir partie 7.3.2 du présent document consacré aux engagements du Groupe en faveur de l'égalité hommes/femmes) que dans les programmes.

Dans les journaux télévisés, les femmes sont largement représentées, la présentation du 12'45 et du 19'45 étant assurée par une équipe majoritairement féminine. Les magazines et les journaux télévisés poursuivent toujours leur objectif d'augmenter significativement la part des femmes expertes intervenant à l'antenne. Le Groupe veille notamment à ce que tous les jurys des concours de talents diffusés sur ses antennes soient mixtes (*La France a un incroyable Talent*, *Top Chef*, *Le meilleur pâtissier*, *Lego Masters*, *Incroyables transformations*).

Le Groupe prête une attention particulière à l'image des femmes véhiculée dans les clips musicaux diffusés sur l'ensemble de ses chaînes, et limite la diffusion de ceux qu'il juge attentatoires à l'image des femmes.

Le Groupe M6 contribue également à la promotion du sport féminin. Il a par exemple participé cette année à l'opération «*#PlusDeSportAuFéminin*», événement qui s'est tenu pendant la semaine du 17 au 24 janvier 2021, à l'initiative du Conseil supérieur de l'audiovisuel et qui a pour but de mettre en valeur le sport féminin dans les médias français. A cette occasion, M6 a diffusé différents portraits de sportives dans les journaux d'informations, Sport6 a mis l'accent en fin de semaine sur l'actualité du sport féminin et Téva a diffusé des émissions spéciales de *Happy & Zen*. RTL a, pour sa part diffusé des reportages sur Léna Brocars, qui a participé à la 1ère coupe du monde féminine en combiné nordique et Nadia Comăneci, une gymnaste roumaine ; ainsi qu'un baromètre réalisé avec Oxoda pour traiter de «*La place du sport féminin en France* » et une émission *On refait le sport* avec la participation de Nathalie Sonnac, Membre du CSA, à l'initiative de l'opération. 6play a proposé pendant cette semaine quatre combats féminins de MMA.

2.2.2 DIVERSITÉ DES ORIGINES

De la même manière, la valorisation des minorités visibles est une réelle préoccupation pour le Groupe M6, comme en témoigne la diversité de son équipe d'animateurs (Kareen Guiock, Karine Lemarchand, Cristina Cordula, Issa Doumbia, Mina Soundiram...), ainsi que celle des acteurs et artistes mis en valeur sur ses chaînes (*Le Marrakech du rire*, *Téva Comedy Show*, *Les 100 vidéos*, *Plus vite que la musique*, *les vidéomusiques*, *Hip-Hop symphonique*...) et les participants à ses émissions de divertissement (*Qui veut être mon associé ?*, *Top Chef*, *La France a un incroyable talent*, *Mariés au premier regard*, *Pékin Express*...).

L'engagement du Groupe en faveur de la diversité des origines s'illustre aussi dans le choix des reportages diffusés sur ses antennes ainsi que dans les fictions qu'il propose au public

comme *La Petite Histoire de France*, *Scènes de ménages*, *Apprendre à t'aimer*, *Tout ce qui brille*, *Mauvaises Herbes*, *Sister Act*, *De l'autre côté du périph*, *Abdel et la comtesse*, *Amour sur place ou à emporter*. C'est aussi dans ses contenus spécifiques, comme par exemple sur Gulli, «*Être gentil, ça change la vie* », une série de modules courts, où des enfants de toutes les origines donnent leur perception de la gentillesse et réhabilitent cette notion, pour promouvoir plus de solidarité, d'empathie et de bienveillance, développer la confiance et l'estime de soi et favoriser l'apprentissage.

Le Groupe a en outre diffusé, sur toutes ses antennes (TV et Radio) comme chaque année, un spot sur la diversité à titre gracieux à l'occasion du 14 juillet 2021, et un spot dédié sur les chaînes jeunesse du Groupe (Gulli, Canal J, TiJi).

2.2.3 CATÉGORIES SOCIO-PROFESSIONNELLES

Le Groupe M6 est soucieux de représenter l'ensemble des catégories socioprofessionnelles dans ses programmes, tant dans ses reportages d'information (M6 a par exemple diffusé cette année des sujets proposés par 66 Minutes sur «*Les naufragés du Covid-19* », ou encore «*Bonnes affaires et solidarité, le cocktail gagnant* » portant sur un village Emmaüs qui emploie des jeunes

en réinsertion professionnelle, et plusieurs sujets dans les éditions d'information sur les difficultés des personnes en situation de précarité), que dans ses programmes de divertissement (par exemple *Patron incognito*) ou encore le casting de ses émissions de divertissement (*L'amour est dans le pré*, *Les Reines du shopping*, *Top Chef*, *Les Mamans*...).

2.2.4 REPRÉSENTATION DU HANDICAP

La mission du Groupe M6 est non seulement d'aborder le quotidien des personnes en situation de handicap dans ses reportages (par exemple «*Familles Extraordinaires Elever un enfant handicapé : l'amour plus fort que tout*», 66 Minutes : «*L'anosmie* » ou «*Le concours de cuisine "Cap'HandiCook"* » ; sujets du 12.45 et 19.45), ses fictions (*Forrest Gump*, *Rain Man*, *La petite maison dans la*

prairie, *Chacun pour tous*...), mais aussi de leur permettre de participer aux émissions et aux jeux, au même titre que les autres participants (*La France a un incroyable talent*, *Les Mamans* diffusé quotidiennement en semaine sur 6ter pendant plusieurs mois, *Cauchemar en cuisine* avec le jeune chef Mallory qui est venu épauler le Chef Philippe Etchebest dans les nouvelles émissions...).

DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Engagement sociétal

Les chaînes du Groupe s'attachent également à mettre en lumière le travail et les actions des associations d'aide aux personnes en situation de handicap dans la plupart des sujets consacrés à ce thème. RTL a relayé la Journée mondiale de sensibilisation à l'autisme en invitant, début avril, dans ses émissions plusieurs invités impliqués dans cette cause. Le Groupe M6 a relayé **la Journée nationale des sourds le 25 septembre 2021**. Sur les chaînes Jeunesse, à l'instar de Canal J, un carton et un spot ont été diffusés toute la journée. Le clip de la chanson « *La Politesse* » a été diffusé sur toutes les chaînes jeunesse 5 (Canal J, Tiji et Gulli), mais aussi sur W9 et 6ter. Cette journée mondiale a également été évoquée à l'occasion du journal télévisé de M6.

Lors de **la semaine pour l'emploi des personnes handicapées du 15 au 21 novembre 2021**, M6, W9, 6ter et Gulli ont diffusé tout au long de la journée, quatre pastilles de « *Différent et alors ?* » réalisées pour le Groupe M6 par l'association Jaris, dont le Groupe est partenaire depuis plus de 10 ans. Chacune de ces pastilles met en scène la performance d'artistes danseurs en situation de handicap. Des programmes spécifiques ont aussi été proposés sur les chaînes en clair (soirée sur la trisomie le 8 septembre 2020 sur M6 avec le téléfilm *Apprendre à t'aimer*, suivi d'un plateau et de

documentaires *Autistes ou trisomiques : différents et heureux* puis *Trisomiques... et alors ?*, ou encore des documentaires sur Téva tels que *Championnes handisport : les combattantes de l'impossible*).

Le Groupe M6 a participé à **la semaine du parasport** du 17 au 23 mai 2021 : « *Jouons ensemble* » et des Jeux Paralympiques de Tokyo dans l'information au travers des journaux télévisés 12.45 et 19.45, dans le magazine *66 Minutes* avec un portrait de la joueuse de tennis-fauteuil Pauline Deroulède, ainsi que les éditions de RTL du matin et du soir, dans les émissions de RTL « *On refait le Sport* » et « *Tout à gagner* ». Sur les chaînes Jeunesse, Gulli a thématisé aussi sa semaine en mettant en avant des programmes sur le parasport et le handicap dans sa dimension inclusive, avec notamment plusieurs épisodes de « *Bande de Sportifs !* », dont un consacré au handi-tennis, et un autre au cécifoot, le programme « *Objectif Kilimandjaro - Oscar et Arthur sur le toit de l'Afrique* » et plusieurs sujets « *Wazup* » comme le para-aviron, ou encore l'athlète Sandra Laoura.

De plus M6 a diffusé plusieurs sujets relatifs au handicap à l'occasion de **la journée du handicap le 3 décembre**, par exemple sur le manque de personnel en établissement spécialisé et sur l'installation d'espaces dédiés aux personnes autistes dans le métro lyonnais.

2.2.5 LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS

M6 s'est engagée volontairement auprès du CSA à diffuser des reportages luttant spécifiquement contre les discriminations et pour une meilleure représentation à l'antenne des personnes issues des milieux les plus modestes. À ce titre, *Zone Interdite*

a proposé notamment en 2021 le documentaire « *Ni fille, ni garçon : une enquête sur un nouveau genre* ». En outre, M6 a diffusé de nombreux sujets sur la lutte contre le racisme pendant ses journaux télévisés.

2.3 Accompagner les publics sensibles, y compris la jeunesse

2.3.1 ACCESSIBILITÉ DES PROGRAMMES

Conformément à la loi du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, l'accessibilité passe non seulement par la participation et la citoyenneté des personnes en situation de handicap, mais aussi par la prise en compte des handicaps, et en premier lieu le sous-titrage de ses programmes à destination des personnes sourdes ou malentendantes.

Le Groupe M6 diffuse par ailleurs **des programmes en langue des signes** : le magazine *Kid & Toi*, diffusé sur M6 pendant 27 semaines le mercredi matin, mais aussi sur Gulli régulièrement, à destination du jeune public, avec une traduction en langue des signes assurée par un salarié malentendant du Groupe ; « *Mes tubes en signes* », un programme musical proposé également sur Gulli tout au long de l'année, présenté par Noémie Churlet, malentendante ; le programme court « *C'est*

bon signe » dans lequel Luca, un adolescent malentendant, parle de son quotidien et partage sa connaissance sur la culture des sourds sur un ton décalé.

En 2021, le Groupe M6 a continué la diffusion du journal télévisé hebdomadaire en langue des signes, *Le 10 Minutes*. Totalelement inédit, ce programme est disponible sur 6play et propose des contenus spécifiques à destination des personnes sourdes. Largement plébiscité par les internautes, ce journal a su trouver son public et accroître son audience. Enfin, le 23 septembre 2021, un sujet sur la langue des signes française a été diffusé au journal télévisé, le 19.45.

En 2021, 100 % des programmes de M6 étaient accessibles aux personnes sourdes et malentendantes.

Accessibilité des programmes

aux personnes sourdes ou malentendantes (sous-titrage)

	2019	2020	2021
M6	100 %	100 %	100 %
W9	100 %	100 %	100 %
6ter	60 %	60 %	60 %

2.3.2 PROTECTION DE LA JEUNESSE

Contenus et signalétique

Le Groupe M6 procède à une vérification de ses programmes qui diffère en fonction de la nature du contenu. Les contenus des journaux télévisés sont ainsi placés sous la responsabilité de la rédaction, tandis que les magazines d'information tels que *Capital* et *Zone Interdite* sont visionnés par un comité dédié supervisé par le Secrétariat Général.

Gulli dispose d'un comité d'éthique composé de pédopsychiatres, d'experts du monde de l'enfance, enseignants, sociologues, et qui, en toute indépendance, est sollicité sur la teneur des contenus ou toute problématique en lien avec la protection de l'enfance. Tiji, en raison de son cœur de cible 3-6 ans, dispose également d'un comité d'éthique indépendant autonome d'experts. Les rapports de ces comités sont transmis chaque année au Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Par ailleurs, dès 1989, M6 a pris l'initiative de créer une signalétique précisant à quel public s'adressent les émissions diffusées sur la chaîne. Elle a ensuite été 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 de journée ne comprennent ni violence, ni vulgarité, ni aucun élément susceptible de choquer la sensibilité des plus jeunes. À défaut, une signalétique adaptée accompagne le programme ou alors

celui-ci est décalé pour être diffusé à un horaire permettant de protéger le jeune public. Le Groupe suit par exemple 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). Tous les contenus à destination des enfants sur Gulli, Canal et Tiji sont accessibles à tous les publics.

Par ailleurs, les chaînes du Groupe M6 ont soutenu et diffusé sur leurs antennes et leurs services délinéarisés, 6play, la campagne signalétique proposée par le CSA du 20 novembre au 10 décembre 2021 ainsi que la campagne spécifique pour la protection des enfants de moins de trois ans qui s'est déroulée du 2 au 5 juillet 2021.

En outre, 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.

Usage contrôlé des réseaux sociaux du groupe

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 très attentif aux développements des réseaux sociaux et sa présence sur ceux-ci (Facebook, Twitter, Instagram, TikTok) progresse chaque année.

Au 31 décembre 2021, on pouvait ainsi dénombrer 15,6 millions d'abonnés aux comptes des chaînes en clair du Groupe M6 sur ces différents réseaux sociaux (abonnés non dédupliqués), contre 11,2 M au 31 décembre 2020.

Le Groupe anime en outre plus de 30 comptes (notamment au titre de ses différentes émissions) en 2021.

Soutien au dispositif d'alerte enlèvement

L'antenne de M6 est un relai puissant dans le cadre du dispositif Alerte Enlèvement, mis en place en 2005 par toutes les principales chaînes de télévision et de radios qui ont signé un protocole d'accord sur le modèle de ce qui est expérimenté avec succès aux États-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 le retrouver. 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. Ce dispositif a démontré son efficacité puisque, jusqu'à présent, tous les déclenchements de l'Alerte Enlèvement ont permis de retrouver l'enfant. En 2021, M6 a participé aux 3 opérations Alerte Enlèvement qui ont été lancées par le Ministère de l'Intérieur.

Charte alimentaire et lutte contre l'obésité

Sous l'égide du CSA et en collaboration avec le Ministère de la santé et le Ministère de la culture et de la communication, et des Ministères concernés, les chaînes de télévision, les producteurs et les annonceurs ont signé le 18 février 2009 une première charte destinée à lutter contre l'obésité, notamment juvénile, en France. Contrôlée par le CSA, cette charte visait à promouvoir une alimentation et une activité physique favorables à la santé dans les programmes et les publicités diffusés à la télévision. Les chaînes du Groupe M6 ont adhéré à cet objectif et ont signé la charte afin de participer activement à cette dynamique, comme elles ont réitéré leurs engagements et leur mobilisation en 2013. Renforcée, élargie, enrichie et plus ciblée, une nouvelle Charte "*visant à promouvoir une alimentation et des comportements favorables à la santé dans les programmes audiovisuels et les publicités*" a été signée le 30 janvier 2020 pour une durée de cinq ans.

Cette nouvelle Charte, plus ambitieuse dans son périmètre et ses actions, fait appel à la responsabilisation et à l'implication de tous les acteurs concernés et fait désormais l'objet d'un dispositif d'évaluation annuel par le CSA, notamment pour veiller à réduire efficacement l'exposition des enfants aux communications commerciales audiovisuelles relatives à des denrées alimentaires ou des boissons contenant des nutriments ou des substances ayant un effet nutritionnel ou physiologique, notamment les matières grasses, les acides gras trans, le sel ou le sodium et les sucres, dont la présence en quantités excessives dans le régime alimentaire global n'est pas recommandée.

En 2021, le Groupe M6 a ainsi soutenu et relayé les journées mondiales de lutte contre l'obésité par une programmation spéciale à l'antenne des chaînes M6 et 6ter, Gulli, Canal J et TiJi et dans ses tranches d'informations sur RTL et M6 (avec notamment la diffusion d'un sujet "Lutte contre l'obésité" dans le 12'45).

Soutien à la création artistique et aux 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, car beaucoup de ses productions sont des premiers ou deuxièmes films.

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 (*Scènes de ménages*,

En 2020, les chaînes du Groupe M6 ont diffusé un volume total de plus de 980 heures de programmes de prévention faisant référence aux repères du Plan National Nutrition Santé (PNNS) et renvoyant à la mention « manger bouger ». C'est un engagement large de la régie M6 Publicité, des chaînes M6, 6ter, et particulièrement des chaînes jeunesse du groupe (qui sont venues agrandir la famille M6 en septembre 2019 : Gulli, Canal J et TiJi, la Chaîne du Père Noël) au regard de la sensibilité du public auquel elles s'adressent. Le Groupe veille en particulier à intégrer cet engagement dans ses programmes jeunesse : *Manger, Bouger, Dormir* (qui rappelle le rôle important du sommeil pour la santé), *Foot 2 Rue*, *Bande de Sportifs*, *Bien dans tes baskets*, qui encouragent l'exercice d'une activité physique, etc.

Par ailleurs, c'est aussi par des actions au plus proche du public et des familles, que le Groupe a initié en 2020, durant le confinement, puis continué en 2021, le programme *Tous en Cuisine* pour accompagner les Français en leur donnant le goût de cuisiner. Le Chef Cyril Lignac y a proposé quotidiennement des recettes faciles, économiques avec des produits de saison. Gulli a également conçu un programme destiné aux enfants durant le premier confinement *Trop Bien chez toi !*, où à travers des sketches, les animateurs dont Joan Fagianelli, ont témoigné aux enfants qu'il suffit d'une pointe de créativité pour réinventer son quotidien, et réussir par exemple à faire de l'activité physique chez soi !

Dans son rapport publié le 11 décembre 2020, le CSA avait déjà souligné le "volume considérable" de programmes répondant aux critères de la charte et diffusés sur les antennes jeunesse du Groupe. Il a réitéré ce constat lors de la publication de son rapport au Parlement pour l'année 2020, en novembre 2021, en soulignant particulièrement la diversité.

En Famille, etc), de présentateurs et animateurs (Ophélie Meunier, Issa Doumbia, Norbert Tarayre...) ou encore de participants à ses programmes (Mory Sako qui vient d'obtenir sa première étoile au guide Michelin ou encore Mohamed Cheikh, qui a remporté l'édition de *Top Chef* 2021 et a rejoint les cuisines d'un restaurant d'hôtel 5 étoiles ; la famille Lefevre, qui a remporté *La France a un incroyable talent* en 2021, a sorti un album et prépare une tournée de concerts...). Plusieurs émissions sont dédiées à cet objectif : *Top Chef*, *Le meilleur pâtissier*, *La France a un incroyable talent*, *Téva Comedy show*,... 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...

2.4 Sensibiliser le public

2.4.1 ENJEUX DE SOCIÉTÉ

Le Groupe M6, soucieux du bien-être des téléspectateurs, respecte les dispositions du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 modifié, qui impose notamment aux services de télévision d'harmoniser les niveaux sonores entre les programmes et les séquences publicitaires.

Valorisation des associations sur les antennes

Par ailleurs 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 2021, de nombreuses campagnes d'œuvres humanitaires, organisations non gouvernementales et associations caritatives, ont ainsi été diffusées à titre gracieux sur les chaînes TV, les radios et les supports digitaux du Groupe, soutenant des causes dans les domaines notamment de la solidarité (Fondation de France, Secours Catholique, Croix-Rouge Française, Semaine pour l'emploi des personnes handicapées, Petits Prince, etc.) et de la santé (Fondation pour la recherche médicale, Institut Pasteur, Fondation Arc pour la recherche sur le cancer, Établissement français du sang, Sidaction, la Fondation pour la recherche médicale contre la maladie d'Alzheimer etc.). Il sera rappelé ici que, depuis février 2020, le Groupe a accompagné les pouvoirs publics dans la gestion de la crise sanitaire, et particulièrement le Ministère de la Santé et de la Solidarité en diffusant les spots d'informations contre le Covid-19, quotidiennement et gracieusement pendant toute l'année.

Comme chaque année depuis plus de 10 ans, Téva s'est particulièrement mobilisée pour l'opération Octobre rose, qui lutte contre le cancer du sein.

W9 a diffusé une soirée musicale en première partie de soirée, en relation avec le Secours Populaire. Durant cette soirée, un QR Code « Tous étudiants » était diffusé pour récupérer des fonds pour venir en aide aux étudiants en difficulté.

La publicité, un levier de sensibilisation

La publicité constitue une préoccupation grandissante des Français. Elle joue un rôle essentiel dans la promotion de modes de consommation plus responsables. Dans cette optique, M6 Publicité mène une série d'études sur l'évolution des attentes et comportements de consommation afin d'accompagner ses clients annonceurs.

Focus sur l'étude : Le temps des marques responsables

Forte du succès en 2019 de son étude *Le temps des marques responsables*, mettant en évidence que 85 % des Français attendent que les marques communiquent davantage sur leurs engagements, M6 Publicité a dévoilé en 2021 les résultats de sa 2^{ème} édition. Son objectif est d'éclairer les annonceurs sur les enjeux et les attentes des consommateurs vis-à-vis des offres et services responsables des marques, de leurs engagements et de leur prise de parole sur ces thématiques.

Cette étude intègre un volet barométrique des pratiques responsables permettant de mettre en perspective les évolutions de changement de comportements au fil des années mais aussi de nouvelles approches : un volet européen permettant des comparaisons avec le niveau d'engagement des Français, l'impact du Covid-19 sur les comportements responsables et des nouvelles tendances émergentes comme la pollution numérique et l'empreinte carbone. M6 Publicité observe que le sentiment d'urgence et la conviction qu'il faut agir sont plus forts que jamais pour 68 % des Français, soit + 4 points vs. 2019 et 69 % en Europe. Ils attendent des médias et des marques qu'ils les guident dans leur consommation responsable. « J'aimerais bien qu'il y ait plus d'émissions dans les médias qui parlent de l'environnement et qui me donnent des conseils pour mettre en place des pratiques responsables » pour 70 % des Français et 72 % des Européens. « J'attends des marques qu'elles communiquent davantage sur leurs pratiques et leurs démarches responsables » pour 84 % des Français et 83 % des Européens. Dans ce contexte, la publicité a un rôle à jouer car, pour 53 % des Français, la publicité doit participer à informer sur la transition écologique en communiquant aux individus les bons gestes et les comportements responsables (54 % pour les Européens). Cette attente est encore plus forte au sein des nouvelles générations (62 % des 18-24 ans). La 3^{ème} édition sera publiée en 2022, elle intégrera un focus sur la dimension sociétale (diversité – inclusion – solidarité) des marques et sur les enjeux de sensibilisation des médias et des annonceurs à la pollution numérique.

Focus sur l'étude : Tendances kids 2021

A travers l'étude *Tendances kids 2021*, l'étude de référence des usages de consommation vidéo des enfants et des modes de vie des familles, M6 Publicité a interrogé des enfants et leurs parents sur leur niveau de sensibilisation aux enjeux environnementaux et sociétaux et leurs engagements dans leur quotidien. Il est observé que les enfants sont à la fois bien informés mais aussi de plus en plus soucieux. Face à leurs craintes, les spécialistes recommandent de les inciter à agir. Un classement des éco-gestes que les jeunes Français déclarent avoir l'habitude de faire a ainsi pu être réalisé. On retrouve dans le top du classement des éco-gestes usuels du quotidien. Le tri des déchets, le moindre gaspillage alimentaire, la limitation de sa consommation d'eau et d'électricité sont en tête des pratiques. Ce top 4 est semblable à l'international (Etats Unis, Japon, Royaume-Uni, Allemagne et Espagne). En ce qui concerne leurs préoccupations environnementales et sociétales : la gentillesse, l'environnement et la santé arrivent en tête des préoccupations des enfants en France, même si elles divergent selon l'âge. C'est un enjeu majeur de communication pour les acteurs des jeux, jouets et plus largement pour les marques s'adressant aux enfants pour donner plus de visibilité à leurs initiatives « RSE » et être mieux identifiées comme étant des marques responsables auprès des enfants. En effet, d'après les observations de l'étude, il est moins évident pour eux de citer spontanément des marques engagées dont les offres s'adressent directement à eux par rapport à d'autres secteurs comme la distribution ou l'automobile.

DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Engagement sociétal

Enfin, la TV est le 1^{er} média pour informer les enfants sur les thématiques RSE.

Lorsqu'on demande aux enfants où ils ont entendu parler ou se sont informés sur leurs différentes préoccupations RSE, les enfants citent en premier lieu leurs parents. Toutefois, les chaînes de télévision jouent un rôle majeur, arrivant en moyenne en 2^{ème} position, notamment pour les sujets

2.4.2 ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX

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.

Les enjeux environnementaux et leurs actualités font l'objet de nombreux sujets dans les journaux d'information (*Le 12'45* et *Le 19'45*) : la loi Climat et Résilience du 22 août 2021, la COP 26 à Glasgow, les modes de transport alternatifs, les énergies renouvelables, le recyclage, le réchauffement climatique... En 2021, leur nombre a augmenté de 31 % par rapport à 2020, atteignant 453 sujets. Toutefois, il reste encore en retrait par rapport à 2019 en raison de la prépondérance des sujets liés à l'épidémie de Covid-19.

Les journaux ont aussi régulièrement mis en avant des « insolites » ou innovations ayant trait à l'écologie : « *Un escape game pour apprendre les gestes écologiques* », « *Le nettoyeur des cimes pyrénéennes* », « *Une usine islandaise capte le CO₂ dans l'air et le transforme en pierre* », « *Les balles de graines, l'arme pour préserver les abeilles* », etc.

M6 a également décidé de jouer ce rôle éducatif via des documentaires de qualité présentant régulièrement 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. Ainsi, 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, dans le cadre de *Capital* et de *Zone Interdite*, « *Livraison : toujours plus, toujours plus vite mais à quel prix pour la planète* », « *Achetez anti-gaspi et à -30 %, les nouvelles solutions qui débarquent dans vos rayons* », « *Plus vertes, moins chères : la grande revanche des villes de Province* » ou encore « *Une maison écolo et moderne : ces Français la construisent en famille !* ».

C Productions a développé, pour W9, une nouvelle marque de documentaire, dédiée à l'environnement : *2050*. 2 émissions ont ainsi été diffusées en *prime-time* en 2021 pour alerter les Français sur les grands enjeux environnementaux : « *Climat : peut-on encore éviter le pire ?* » et « *Tornades, inondations, méga-incendies : peut-on encore éviter le pire ?* ».

L'environnement. La TV, au-delà de son rôle de divertissement, est aussi un référent dans l'éveil de la conscience écologique des enfants et leur ouverture sur le monde : 73 % des enfants ont déjà visionné des programmes environnementaux à la TV. Dans ce contexte, Gulli est bien identifiée comme engagée pour faire grandir les citoyens de demain. Les parents la placent d'ailleurs devant les grandes plateformes américaines de streaming.

L'émission *Turbo* a aussi proposé plusieurs sujets ayant trait à l'environnement, comme les reportages « *Rouler écolo* » ou « *Rouler à l'éthanol* ». De nombreux essais de voitures électriques ou hybrides ont été également réalisés (Nissan Leaf, Tesla Model Y, Cupra Leon e-Hybrid, Audi e-Tron GT, VW ID.4, Citroën Ami vs. Renault Twizy...).

En outre, l'émission *Top Chef* fait la promotion, dans les épreuves proposées aux candidats, des bonnes pratiques en termes de gaspillage alimentaire et d'utilisation de produits bio et frais. Studio 89, la filiale du Groupe qui produit l'émission *Top Chef*, a noué un partenariat avec la Croix-Rouge. Lors du tournage, une à deux fois par semaine, les bénévoles de l'ONG viennent récupérer des produits secs (pain, huile, épices...), frais (fruits, légumes, lait...) et ultra frais (viande et poisson). Ils sont ensuite redistribués dans les points alimentaires de 4 délégations du département 93. 5,5 tonnes de produits alimentaires ont ainsi été redistribuées à une centaine de familles en situation précaire lors du tournage de la saison 13 qui sera à l'antenne en 2022.

De surcroît, la radio RTL participe aussi activement à l'effort du Groupe M6 pour la promotion de l'écologie et des problématiques relatives au développement durable. L'émission *On refait la planète* évoque tous les dimanches les défis environnementaux qui attendent l'humanité, attirant ainsi l'attention des auditeurs sur la nécessité de préserver les écosystèmes.

Par ailleurs, à travers un dispositif plurimédia inédit (TV, radio, digital), le Groupe M6 a mobilisé l'ensemble de ses antennes pour proposer, au début de l'année 2021 et pour la deuxième année consécutive, une programmation thématique exceptionnelle autour des enjeux environnementaux. Du 24 au 31 janvier, à l'occasion de la *#semainegreen*, les antennes du Groupe (M6, W9, 6ter, Paris Première, Gulli, RTL, 6play...) ont ainsi proposé plus de 60 heures de programmes d'information, de magazines, de cinéma ou encore des divertissements en lien avec l'écologie et l'environnement, chacune avec son ton et sa ligne éditoriale propre. Le point d'orgue de cette *#semainegreen*, a été la diffusion sur M6 en exclusivité du film-héritage de Yann Arthus-Bertrand, *Legacy*, avec un message fort : « *Agir avant qu'il ne soit trop tard* ».

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, notamment dans *L'Amour est dans le Pré*.

6play et son catalogue 100 % Green

6play veille également à sensibiliser ses plus de 28,5 millions d'utilisateurs actifs à travers « 100 % Green », un catalogue de programmes à consonance écologique tels que le documentaire événement « Legacy », réalisé par Yann Arthus Bertrand, ou « Greta Thunberg : Rebel with a cause » ; mais également des contenus ancrés dans le quotidien des Français et résolument tournés vers le partage solutions comme « Objectif Zéro Déchet : un jeu d'enfant » avec Eric Antoine ou encore « Capital Solutions », présenté par Julien Courbet.



3 ENGAGEMENT SOCIAL

3.1 S'engager auprès de ses collaborateurs

Toutes les décisions prises en matière de recrutement, d'embauche, de discipline, de promotion et autres mesures en matière d'emploi doivent être libres de toute pratique discriminatoire. Les comportements de harcèlement moral ou sexuel sont prohibés.

En outre, conformément au décret n° 2017-564 du 19 avril 2017, le Groupe M6 a mis en place un dispositif d'alerte professionnelle. Celui-ci permet à un lanceur d'alerte de signaler, de manière désintéressée et de bonne foi, un fait grave, tel qu'un crime ou un délit, dont il a eu personnellement connaissance.

3.1.1 RÉPARTITION DE L'EFFECTIF PERMANENT DU GROUPE M6 PAR TYPE DE CONTRAT

	2019	2020	2021
CDI	1 970	1 707	1 664
CDD	311	197	183
Total permanents	2 281	1 904	1 847

3.1.2 INDICATEURS SOCIAUX

Au 31 décembre 2021, l'effectif total du Groupe M6 s'élève à 1 847 collaborateurs permanents, contre 1 904 au 31 décembre 2020, dont 1 664 CDI en 2021 contre 1 707 en 2020. Ci-dessous la variation nette des CDI :

EFFECTIF À FIN DÉCEMBRE 2020	1 707
Recrutements externes	98
Intégration Intermittents/prestataires en CDI	17
Intégration CDD en CDI	22
Départs	
Démissions	-72
Licenciements	-44
Ruptures conventionnelles	-28
Retraite	-6
Cession de sociétés (M6 Hosting)/Sortie du périmètre de consolidation (Bedrock).	-27
Autres motifs (fin de période d'essai, ...)	-3
EFFECTIF À FIN DÉCEMBRE 2021	1 664

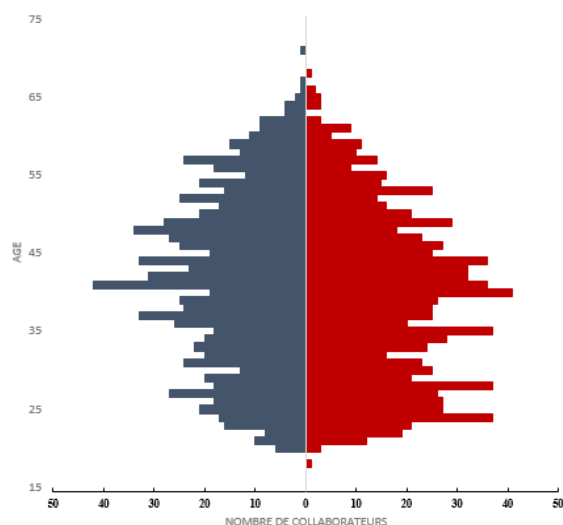
Dans le souci d'assurer une place équivalente aux femmes et aux hommes, le Groupe M6 veille particulièrement à l'équilibre des effectifs.

Ainsi au 31 décembre 2021, le Groupe compte 52 % de femmes et 48 % d'hommes, qui se répartissent comme suit par catégorie :

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

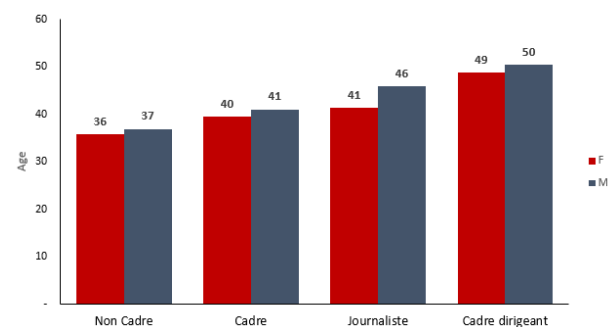
	2021	Dont hommes	Dont femmes
Non cadres	399	195	204
Cadres	1 114	486	628
Journalistes	285	176	109
Cadres dirigeants	49	34	15
TOTAL	1 847	891	956

Pyramide des âges

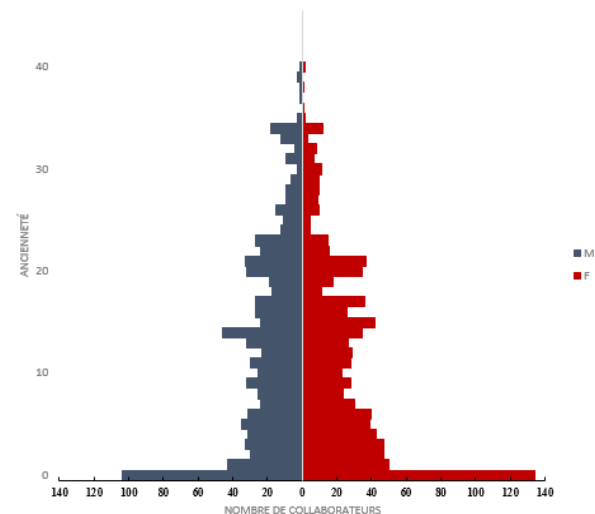


L'âge moyen du groupe est de 40,2 ans, avec 39,1 ans pour les femmes et 41,4 ans pour les hommes.

Age moyen de l'effectif permanent par catégorie et sexe

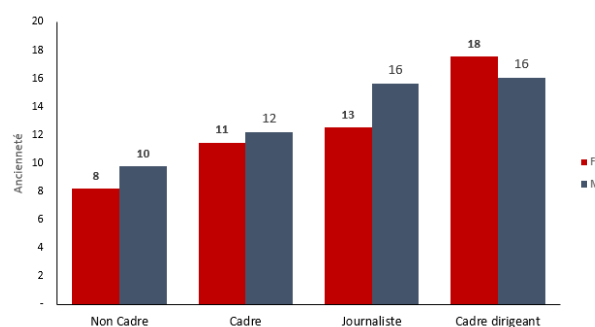


Pyramide de l'ancienneté



L'ancienneté moyenne du groupe s'établit à 11,7 ans : 12,5 ans pour les hommes et 11 ans pour les femmes.

Ancienneté moyenne de l'effectif permanent par catégorie et sexe



Répartition des effectifs permanents par pôle

	2019	2020	2021
Pôle TV	1 377	1 284	1 283
Pôle Radio	413	382	353
Pôle Production & Droits audiovisuels	96	92	80
Pôle Diversifications	395	146	131
TOTAL	2 281	1 904	1 847

Répartition des effectifs CDD

	2019	2020	2020
CDD	182	91	73
Contrats de professionnalisation	88	57	35
Contrats d'apprentissage	41	49	75
Total CDD	311	197	183

Intermittents

	2019	2020	2021
ETP intermittents et pigistes	422	373	407

3.2 Promouvoir la diversité et l'égalité des chances dans le Groupe

3.2.1 ÉGALITÉ HOMME-FEMME

Depuis plusieurs années, le Groupe s'est engagé à garantir une totale équité de traitement entre les femmes et les hommes au travers d'accords collectifs et de plans d'action.

Dans cet esprit, depuis 2012, tous les membres de la DRH opérationnelle du Groupe sont formés à la non-discrimination en matière d'emploi, de profession, de formation et de rémunération.

	2020	2021
Part des femmes dans l'effectif total	51 %	52 %
Part des femmes recrutées en CDI	50 %	51 %
Part des femmes parmi les cadres	55 %	56 %
Part des femmes parmi les managers	41 %	47 %
Part des femmes parmi les cadres dirigeants	27 %	31 %
Part des femmes parmi les membres du Comité de Direction	24 %	29 %
Part des femmes ayant bénéficié d'une formation	51 %	54 %

L'accord de l'UES Métropole Télévision relatif à l'égalité professionnelle des hommes et des femmes conclu fin 2019 pour une durée de 3 ans, a été déployé en 2020 aux UES Publicité, SND, Musicales et à l'ensemble des filiales du Groupe M6.

Afin d'assurer la parité et une meilleure représentation des femmes sur ses antennes, le Groupe M6 met en œuvre, au travers de ses accords et de ses différentes actions d'engagement, une politique proactive de respect et de promotion de l'égalité professionnelle qui permet d'obtenir de très bons scores aux deux premiers index de l'égalité femmes/hommes publiés ; à savoir 87 points sur 100 pour l'UES Métropole Télévision et 88 points sur 100 pour l'UES M6 Publicité. Dans le même temps, le Groupe M6 s'est doté d'outils afin d'éviter des disparités salariales entre les femmes et les hommes et le cas échéant, d'y remédier dans le cadre des engagements pris à l'occasion des Négociations Annuelles Obligatoires (NAO).

Par ailleurs, afin de renforcer ses engagements en matière de lutte contre la discrimination et agissement sexiste, le Groupe M6 a désigné des référents harcèlement sexuel et agissements sexistes, lesquels ont bénéficié d'une formation dédiée pour être en mesure d'exercer pleinement leurs missions.

Équilibre vie professionnelle/vie privée

Le Groupe M6 a renouvelé l'accompagnement protecteur des salariés en situation de fragilité et de risque en proposant notamment des aménagements temporaires du temps de travail,

en les accompagnant à leur retour dans l'entreprise par le biais de parcours de reprise d'activité, en augmentant le nombre de jours de télétravail pour les femmes enceintes, les travailleurs en situation de handicap ainsi que les salariés âgés de 60 ans et plus.

Par ailleurs, sous réserve de leur accord, les femmes enceintes bénéficient d'entretiens avec la DRH et le manager le mois avant leur départ en congé maternité et le mois avant leur retour de congé maternité, et sont informées de la vie du Groupe pendant leur congé maternité grâce à un accès internet aux messages de la communication interne. Le Groupe poursuit son engagement pour favoriser le respect de la vie privée (réunions débutant pendant les horaires collectifs, horaires aménagés pour la rentrée scolaire), et permet la prolongation du congé parental d'éducation à temps partiel dans la limite de 80 % du temps de travail jusqu'aux 6 ans de l'enfant.

De nombreux accords et chartes ont déjà été signés par l'ensemble des sociétés du Groupe M6 portant notamment sur le don de jours, le droit à la déconnexion, et le télétravail permettant aux collaborateurs de restreindre leur déplacement, et favoriser ainsi l'épanouissement professionnel.

Enfin dans le souci de favoriser la transition emploi-retraite, le Groupe M6 maintient le paiement des cotisations retraites sur une base temps plein pour les collaborateurs qui passent à temps partiel (80 % ou plus) dans les deux années précédant leur départ en retraite.

3.2.2 JEUNES

Plan de recrutement de 100 jeunes

Le Groupe M6 a mis en place depuis le mois de septembre 2020 un plan significatif de recrutement à destination de jeunes diplômés candidats à un premier emploi.

Ce plan, qui visait au recrutement de 100 nouveaux jeunes collaborateurs permanents, a été soutenu par une enveloppe de plus de 12 millions d'euros. Pour rappel, cette enveloppe a été financée, d'une part, par la décision de ne pas attribuer d'actions gratuites au titre de l'exercice 2020 tant au Directoire qu'aux cadres supérieurs du Groupe M6 (soit environ 200 collaborateurs) et, d'autre part, par une partie du versement des aides publiques sectorielles votées dans le cadre de la 3^{ème} loi de finances rectificative.

Il est à noter que ces recrutements exceptionnels ont aussi permis de poursuivre notre politique inclusive en recrutant des profils issus de toutes les origines sociales et ethniques, en ouvrant des postes à des profils en marge du marché du travail, en adaptant les postes aux candidats en situation de handicap.

Il a également permis de pérenniser les relations contractuelles avec les jeunes recrutés en alternance ou en stage : près d'un jeune sur 2 recrutés sont issus de notre vivier.

Comité Exécutif Jeunes

En 2020, le Directoire du Groupe M6 a créé un Comité Exécutif (Comex) Jeunes Collaborateurs composé de 18 membres de 30 ans ou moins, nommés pour une durée comprise entre 12 et 24 mois et dont l'objectif est de porter une appréciation en toute indépendance sur la marche de l'entreprise mais également de contribuer à la créativité, à l'organisation, à l'image, à la politique sociale ainsi qu'à la communication du Groupe.

Après un an d'existence, le Comex Jeunes a su trouver sa place parmi les instances de direction et s'est montré force de proposition dans de nombreux pans majeurs de l'entreprise comme la politique RSE, la digitalisation de nos process, le processus d'accueil de nos nouveaux collaborateurs, une utilisation 360 ° de nos programmes.

Plus largement, ce Comex Jeunes percute sainement nos stéréotypes, fait évoluer les plus sceptiques sur la vision de l'entreprise et ce qu'en attendent les plus jeunes d'entre nous.

Jeunes diplômés

	2020	2021
Nombre de stagiaires accueillis sur la période pour 3 à 6 mois	194	222
Part des anciens stagiaires recrutés en CDD ou CDI	20 %	17 %
Nombre d'alternants accueillis dans l'année	113	114
- Apprentissage	54	79
- Professionnalisation	59	35

Le Groupe M6 s'est hissé à la 7^{ème} place (+11 places) du classement HappyIndex@trainees 2022 et nous place en tête des groupes de médias en France. Cette distinction vient souligner la qualité de l'accueil et de l'accompagnement de nos stagiaires et alternants tout au long de leur parcours au sein du groupe.

Nouveaux talents

Développer l'attractivité auprès des jeunes :

- Les résultats en forte hausse du classement happyIndex@trainees (note de 4.13/5), et le recrutement de 100 jeunes en contrat permanent malgré la crise sanitaire et sociale traversée ont fortement renforcé l'attractivité de notre Groupe auprès des Jeunes.
- La recherche du maintien des stages d'observation (collèges et lycée) malgré la crise sanitaire témoigne de la volonté de poursuivre le lien social établi entre les jeunes et les médias et traduit l'envie de notre groupe de faire rêver les collégiens et lycéens.
- L'interview « Meet the expert » de Bérangère Terouanne, Directrice des Acquisitions de programmes et membre du Comité Exécutif du Groupe, postée sur le site de recherche d'emploi à destination des Jeunes « Jobteaser » a permis de mieux faire connaître les métiers du groupe.
- Le maintien des concours à destination des étudiants :
 - #PrixMoJoM6 sur M6 : Alexandre Kerle (IJBA Bordeaux) a remporté la 5^{ème} édition et un CDD d'un an au sein de la Rédaction Nationale M6. Après un processus de sélection sur dossier, 6 finalistes sont invités dans les locaux pour réaliser, à partir d'un smartphone, un reportage sur une

thématique imposée dans des conditions réelles. Ce concours, ouvert aux étudiants en dernière année de journalisme des 14 écoles reconnues par la Convention des Journalistes, permet d'identifier le futur Mo(bile) Jo(urnaliste) !

- Bourse Jean-Baptiste Dumas sur RTL : Nathan Bocard (CUEJ Strasbourg) a été désigné lauréat de l'édition 2021 par le jury composé de journalistes de la rédaction RTL. Ce concours, du nom de Jean-Baptiste Dumas, ancien journaliste de RTL, décédé après la catastrophe de Furiani en 1992, s'adresse aux candidats en dernière année d'École de Journalisme.
- Hackathon avec les Master 1 de Kedge sur la thématique de l'innovation chez 6play (engagement des utilisateurs) et une conférence métier avec les équipes Business développement de Gulli pour tous les Masters de Kedge (plus de 200 connectés à cet événement).
- La présentation de nos activités à des promotions de Master spécialisés dans les médias (dans nos locaux ou en distanciel) reste un levier d'attractivité stratégique pour nos enjeux business.

DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Engagement social

Stagiaires et alternants

Au-delà du nombre important d'opportunités offertes aux stagiaires et alternants, il nous tient à cœur d'accueillir et d'accompagner leur expérience au sein du groupe en :

- organisant des « Welcome Day » régulièrement. Ces sessions, proposées aux jeunes recrues, leur permettent de développer leur connaissance du Groupe, des activités et des métiers et de créer leur premier réseau professionnel, et ce dès le démarrage de leur stage ou alternance.
- les préparant à leur avenir professionnel ; avant la fin de leur stage, les jeunes sont reçus en entretien d'évaluation par leur tuteur afin de réaliser un bilan global de leur stage ainsi que de leur potentiel et de leur motivation pour le Groupe. Leurs candidatures sont privilégiées dans le cadre des recrutements à des postes de débutants, immédiatement à

l'issue de leur stage ou ultérieurement. Pour cela, un outil a été conçu et développé en interne par le Groupe M6 : Talent Booster. C'est un vivier de talents 100 % digitalisé permettant aux équipes RH de consulter les évaluations en stage et alternance remplies par l'ensemble des tuteurs du Groupe. Cet outil est un *booster* de talent et a contribué aux recrutements de nombreux alternants/stagiaires en CDI dans le cadre du #PlanJeunesGroupeM6.

- en mesurant leur satisfaction ; pour la 5^{ème} année consécutive, le Groupe M6 a reçu le label « Happy Trainees » réalisé par la société choosemycompany.com. Avec une note globale de 4.13/5 (contre 3,95/5 en 2020), ce label récompense l'accueil, l'intégration et l'accompagnement des stagiaires et alternants au sein du Groupe M6

3.2.3 TRAVAILLEURS EN SITUATION DE HANDICAP

Le Groupe M6 est engagé depuis de nombreuses années en faveur des personnes en situation de handicap tant dans le choix des programmes qu'il diffuse que dans la politique de l'emploi mise en place.

	2020	2021
Nombre de travailleurs en situation de handicap	31 ^(*)	38 ^(*)

^(*) Effectif CDI/CDD au 31/12/2021, hors périmètre Bedrock, Ctzar, Sociadict et LTI Vostok

En 2007, le Groupe a créé sa Mission Handicap afin de favoriser le recrutement, l'insertion et le maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap.

En 2017, pour les dix ans de la Mission Handicap, afin de renforcer cet engagement et se donner davantage de moyens, le groupe a signé son premier Accord Handicap pour une durée triennale ; engagement renouvelé et renforcé en 2020 par la signature d'un second accord (2020 -2022) élargi à l'ensemble des sociétés ayant intégré le Groupe depuis 2018.

Les axes d'engagement de cet accord s'articulent autour de cinq axes principaux :

- le recrutement,
- le maintien dans l'emploi,
- la formation,
- la sensibilisation
- et le recours au secteur protégé et adapté.

Le recrutement

En 2021 et malgré le contexte de crise sanitaire, le Groupe a recruté 20 personnes en situation de handicap dont 4 CDI. Par ailleurs, il a renforcé les partenariats avec les cabinets de recrutement spécialisés, les écoles engagées et les associations afin de développer son vivier de candidats.

Il est à noter que le Groupe M6 a déjà largement dépassé les engagements de recrutements de l'accord triennal en cours avec 25 recrutements effectifs dont 6 CDI pour un objectif initial de 20 recrutements dont 2 CDI.

Le maintien dans l'emploi

De nombreux avantages sont proposés aux salariés du Groupe dans le cadre de l'accord : convention transport, jours de congés supplémentaires, nombre de jours de télétravail majorés, contribution à l'aménagement du domicile, forfait santé consommable à la demande. Ces accompagnements de

qualité, le contexte rassurant d'un accord et les communications ciblées sur certaines pathologies ont permis à 14 collaborateurs d'entamer une réflexion ; voire pour 8 d'entre eux une démarche de reconnaissance. Un dossier a d'ores et déjà été validé, les autres sont en cours d'instruction.

La sensibilisation

Tout au long de l'année la Mission Handicap propose aux collaborateurs du Groupe différents formats de sensibilisation (ateliers, communications dans notre RSE, etc.).

Ces communications ciblées ont pour objectif de sensibiliser les collaborateurs et de mettre en avant l'accompagnement de la Mission Handicap. Ces communications ont permis à plus d'une dizaine de collaborateurs de réfléchir à une Reconnaissance de Qualité de Travailleur Handicap (RQTH) et pour certains de faire les démarches nécessaires auprès de leur Maison Départementale pour les Personnes Handicapées (MDPH).

Communications ciblées sur les journées mondiales handicap

À l'occasion de différentes journées mondiales (audition, cancer, MICI, troubles DYS, arthrose et diabète) la Mission Handicap renouvelle son soutien auprès des collaborateurs concernés pour les soulager dans leur quotidien. Plusieurs dispositifs sont mis en place en fonction des besoins, comme des logiciels spécifiques, un «forfait santé», des jours d'absences spécifiques...

Distribution de pochettes PC et promotion du secteur protégé et adapté

Début 2021, tous les salariés ont reçu une pochette en feutrine pour ordinateur portable avec comme ambition « En 2021, j'achète responsable ! ».

L'objectif de cette distribution était double :

- Partager avec chacun le bilan 2020 de la Mission Handicap,
- Sensibiliser les collaborateurs sur l'importance des achats responsables issus du secteur dit protégé et adapté (ESAT et EA), ces établissements étant un levier non négligeable pour l'emploi des personnes en situation de handicap. Les pochettes ont ainsi été produites par l'entreprise adaptée WEEZEA, le flyer d'information sur le secteur protégé imprimé par l'entreprise adaptée Handiprint et le tout envoyé au domicile des collaborateurs via l'entreprise adaptée l'Atelier du courrier.

Cette opération aura ainsi permis de sensibiliser collaborateurs sur la qualité des prestations que propose le Secteur du Travail Protégé et Adapté.

Tournoi interne de handi-sport à l'occasion des Jeux paralympiques de Tokyo

La mission Handicap du Groupe M6 a organisé, le 30 septembre 2021, un tournoi de para-tennis de table autour de Matéo Bohéas, médaillé d'argent aux Jeux Paralympiques de Tokyo, et de sa coach Roza Soposki, avec 16 collaborateurs et 16 collaboratrices mis en situation de handicap invisible. Les finalistes se sont ensuite vus remettre leur médaille par le champion. Cette médaille a été fabriquée pour l'occasion par un établissement employant dans ses effectifs plus de 80 % de personnes en situation de handicap (ESAT).

L'objectif était double : sensibiliser les salariés du Groupe sur le handicap invisible et montrer que le handicap n'empêche pas la compétence. Pari réussi !

Le recours au secteur protégé et adapté

Les ESAT et EA sont des établissements du secteur protégé et adapté (ESAT, EA et TIH) qui emploient plus de 80 % de personnes en situation de handicap dans leurs effectifs.

Collaborer avec ces prestataires c'est agir indirectement pour l'emploi des personnes en situation de handicap et le Groupe M6 en a fait un de ses engagements prioritaires dans son second accord handicap. En 2021, c'est un chiffre d'affaires de 160 K€ qui a été confié aux entreprises de ce secteur sur des sujets divers : ressources humaines, numérisation, impression, conditionnement, mise à disposition de personnel...

Les grands esprits se rendent contes

Comme chaque année, le Groupe M6 a participé à la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées (SEEPH) du 15 au 19 novembre 2021.

En plus du Duoday, une sensibilisation a été proposée aux salariés : "les grands esprits se rendent contes".

L'idée ? Sensibiliser et informer à travers 5 contes sur la différence avec, à la fin de chaque histoire, une synthèse effectuée par une experte du handicap afin de faire le lien avec le monde de l'entreprise, notre accord et ses dispositifs à destination des salariés reconnu.

Le Duoday

Pour le "Duo Day 2021", le Groupe M6 a une nouvelle fois mobilisé ses équipes en accueillant près d'une vingtaine de stagiaires le jeudi 18 novembre 2021. Chacun de ces stagiaires, en situation de handicap, a formé un binôme avec un(e) collaborateur(trice) du Groupe M6 pour lui faire découvrir son métier.

L'objectif de cette journée est double : sensibiliser les collaborateurs et les équipes qui accueillent un binôme à leurs côtés pour la journée et favoriser l'emploi des personnes en situation de handicap.

Chacune des personnes en situation de handicap accueillie lors de cette journée voit ainsi son profil étudié avec attention par la Direction des Ressources Humaines afin, dans la mesure du possible, de proposer un poste en adéquation avec les besoins du Groupe et les attentes des candidats.

Le Marché de Noël solidaire

Depuis plusieurs années maintenant, le Groupe M6 organise au mois de décembre un marché de Noël solidaire au sein de ses locaux. Le temps d'une journée les salariés peuvent acheter pour Noël des cadeaux produits par des ESAT et EA. Une manière différente de faire la promotion du secteur protégé et adapté. Ce moment est devenu un rdv incontournable pour bon nombre de collaborateurs.

Dans cette logique, depuis le début de l'année 2021, les équipes radios font appel à l'entreprise adaptée des Ateliers de la Garenne pour gérer l'ensemble des dotations et envois aux auditeurs. Un salarié intègre donc ainsi deux jours par semaine les équipes radios. Ces immersions sont un vrai levier d'employabilité et de passerelle entre le secteur protégé et le « milieu ordinaire ».

3.2.4 PERSONNES AYANT CONNU UN ÉPISODE CARCÉRAL

Dans une préoccupation constante de cohérence avec l'action de sa Fondation d'Entreprise (dédiée depuis 2010 à la réinsertion sociale et professionnelle des personnes ayant connu un épisode carcéral) et d'exemplarité auprès du monde de l'entreprise, le Groupe a poursuivi en 2021 sa démarche d'embauche de personnes ayant connu un épisode carcéral, en intégrant au sein de ses activités **deux nouveaux collaborateurs** précédemment « sous main de justice », diversifiant ainsi les formats d'intégration : alternance, CDD, CDI... tout en poursuivant la montée en compétences d'une personne en alternance depuis 2020.

Ces nouvelles arrivées ont amené la direction des Ressources Humaines et la Fondation du Groupe M6 à formaliser un process d'intégration spécifique au sein du Groupe : sourcing des candidats auprès d'associations partenaires de la Fondation, éventuelle formation « compétences techniques » préalable à la prise de poste, suivi régulier du nouvel embauché dans les premiers mois après l'arrivée. Une « Charte de l'accompagnement » pour les nouveaux embauchés et managers en charge de l'intégration est en cours de rédaction en collaboration avec les managers concernés, réunis pour partager leur expérience et permettre à l'entreprise d'adapter ses process.

3.3 Développer les compétences des collaborateurs

3.3.1 INTÉGRATION DES NOUVEAUX ARRIVANTS

Dès leur premier jour, les collaborateurs ont la possibilité de consulter en ligne un « guide d'arrivée digital » : vidéo d'accueil par Nicolas de Tavernost, informations pratiques, principaux interlocuteurs, présentation des activités du Groupe M6.

Par ailleurs, tout au long de l'année, les collaborateurs peuvent s'inscrire pour participer aux conférences internes : présentation des programmes de la rentrée, présentation activités TV et radio, mesure d'audience TV et radio.

3.3.2 ÉVALUATIONS ANNUELLES

Chaque année, tous les collaborateurs bénéficient d'un entretien annuel d'évaluation avec leur responsable hiérarchique. Au-delà d'une appréciation des résultats obtenus au cours de l'année écoulée, cet entretien est aussi l'occasion de revenir sur l'efficacité des formations suivies, sur les compétences déployées ainsi que sur l'équilibre professionnel (charge et organisation du travail, équilibre vie personnelle / vie professionnelle).

L'entretien annuel d'évaluation ainsi que l'entretien professionnel bénéficient d'un support numérique accessible de manière confidentielle par chaque collaborateur et archivé pour les années à venir via le réseau social d'entreprise.

Depuis 2015, les collaborateurs bénéficient d'un deuxième entretien dénommé l'entretien professionnel avec leur manager.

Les attentes et/ou remarques recueillies dans le cadre de ces entretiens sont analysées et traitées par la Direction des Ressources Humaines tout au long de l'année.

3.3.3 MOBILITÉ INTERNE ET PROMOTIONS

La gestion des carrières est une priorité pour le groupe M6 car elle allie l'épanouissement professionnel et la performance de l'entreprise. Tout particulièrement, la mobilité permet de trouver un nouveau souffle professionnel pour le collaborateur évoluant tout en conservant une sécurité contractuelle et une ambiance familière. À l'inverse, le département recrutant un collaborateur interne, s'enrichit de son expérience précédente au sein du groupe et connaît la valeur de ce collaborateur sur le long terme.

En 2021, 45 % des opportunités en contrat à durée indéterminée (hors postes du Plan jeunes) ont été pourvues via la mobilité interne démontrant la capacité du Groupe à accompagner et à faire évoluer ses collaborateurs. Les femmes représentent 64 % de ces mobilités ce qui démontre notre volonté de développer encore davantage les carrières féminines au sein du groupe.

	2020	2021
Part des collaborateurs (CDI) qui ont bénéficié d'une formation sur la période	42 %	39 %

Données CDI - Hors Ctzar, LTI Vostok, Bedrock, Best of TV (2020) - Hors Ctzar, LTI Vostok, Bedrock, (2021)

	2020	2021
Nombre de collaborateurs qui ont bénéficié d'une promotion sur la période	182	143
Part des collaborateurs qui ont bénéficié d'une promotion sur la période	11,5 %	9 %
Nombre de collaborateurs qui ont bénéficié d'une mobilité sur la période	26	21

3.3.4 FORMATIONS

Le Groupe M6 développe les compétences de ses salariés via une politique de formation active et agile qui s'articule notamment autour de formations « Métier », « Management », « Développement personnel » ou encore de « Culture Groupe ».

	2020	2021
Investissement formation	545 K€	649 K€
Actions de formation	1 046	1 109
Nombre d'heures de formation	9545	9 918
Nombre de collaborateurs qui ont bénéficié d'une formation sur la période	737	645

Données CDI - Hors Ctzar, LTI Vostok, Bedrock, Best of TV (2020) - Hors Ctzar, LTI Vostok, Bedrock, (2021)

Sont comprises les formations ayant été financées pour tout ou partie sur les budgets du plan de formation et période de professionnalisation.

L'année 2021 aura, de nouveau, été marquée par la crise sanitaire.

Toutefois, l'investissement formation a été de 649 K€ en 2021, démontrant de nouveau l'implication du Groupe M6 dans le développement des compétences de ses collaborateurs malgré le contexte. Cet investissement formation a ainsi permis de financer 1 109 actions de formation pour un total de 10 723 heures. Au total, 645 collaborateurs ont bénéficié d'une formation en 2021, soit 39 % des collaborateurs

En 2021, M6 Campus – l'organisme de formation interne du Groupe M6 - a obtenu la certification QUALIOPI démontrant, une fois de plus, la qualité de son offre de formation et des process mis en place. En sus de son inscription au DATADOCK, la certification QUALIOPI a permis à M6 Campus de perfectionner notamment son modèle d'évaluation des compétences en amont et en aval des formations tout en gardant sa philosophie d'agilité et de sur-mesure.

M6 Campus a adapté son offre à distance et en hybride pour continuer à être un partenaire majeur dans le développement des compétences des collaborateurs du Groupe.

Ainsi, M6 Campus a organisé 335 actions de formation en 2021 en dispensant des formations liées au Management, à la Culture du groupe, aux savoir-faire Métiers et au savoir-être.

M6 Campus a continué d'accompagner ses collaborateurs sur mesure en proposant des ateliers pour accompagner le déploiement massif du travail à distance pour les managers et plus largement l'ensemble des collaborateurs.

Depuis leur lancement en 2018, les ateliers du manager by M6 Campus sont un véritable succès auprès des managers. Douze ateliers agiles de 4 à 7 heures sont complètement ouverts à l'auto-inscription via le Réseau Social d'Entreprise et dispensés à distance si la situation l'exige.

Par promotion de 6 managers, ces ateliers thématiques ont pour ambition d'accompagner les managers dans leur rôle au quotidien avec des thèmes tels que "apprendre de ses émotions", "conduire le changement", "accompagner/former", "communiquer" ou encore "oser traiter les conflits et les dysfonctionnements".

3.4 Garantir de bonnes conditions de travail

3.4.1 SÉCURITÉ

La sécurité et les conditions de travail des collaborateurs sont des préoccupations principales de la direction et des élus répartis dans les Commissions Santé, Sécurité et Conditions de Travail, et les Comités Sociaux et Économiques du Groupe.

Les domaines dont ces instances sont en charge font l'objet d'un suivi régulier, que ce soit dans le cadre de réunions ordinaires ou extraordinaires.

La sécurité à l'entrée de l'ensemble des bâtiments reste soutenue, y compris en régions (contrôle des badges et

identités des personnes extérieures au Groupe, accès limités à certains bâtiments et au parking).

Les délégués syndicaux ont par ailleurs été informés de l'ensemble des mesures mises en œuvre.

Par ailleurs, le Groupe M6 a signé en 2021 une charte relative au bon conducteur dont l'objectif est de rappeler les règles de sécurité du code de la route lors de l'utilisation des véhicules de service.

Accidents du travail et maladies professionnelles	2020	2021
Accidents du travail ayant entraîné un arrêt de travail	7	5
Taux de fréquence ⁽¹⁾	1,68	1,49
Taux de gravité ⁽²⁾	0,016	0,018

(1) 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.

(2) Taux de gravité : nombre de journées d'arrêt indemnisées pour 1 000 heures travaillées.

3.4.2 QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

Les engagements du Groupe M6 en matière de qualité de vie au travail ont été renforcés par la conclusion de plusieurs accords collectifs. En effet, les UES Métropole Télévision, M6 Publicité et les Musicales ont renouvelé et renforcé leurs engagements en signant un accord relatif à la qualité de vie au travail en 2020 pour une durée de 3 ans.

Afin d'améliorer la qualité de vie au travail des salariés, le Groupe M6 a instauré deux jours de qualité de vie au travail, mis en œuvre des enquêtes d'opinion.

Le Groupe a également créé un potager collaboratif, aménagé depuis mai 2019 dans le jardin de l'immeuble du 46 rue Jacques Dulud à Neuilly. Plus de 50 salariés se relayent au fil des saisons pour assurer son entretien et ses récoltes, s'initiant ainsi à la culture biologique et aux notions de circuits courts et de fruits et légumes de saison. En outre, trois ruches sont installées sur le toit de l'immeuble du 46 rue Jacques Dulud. Plus de 100 pots de miel ont été récoltés et distribués aux collaborateurs.

3.4.3 ENTRETIENS ANNUELS D'ÉVALUATION ET PROFESSIONNELS

Des bilans annuels relatifs à la qualité de vie au travail et aux risques psychosociaux sont réalisés au sein des différentes sociétés du Groupe M6. Des indicateurs ressources humaines et entreprise (mobilité, absentéisme, turnover, pyramide des âges, d'ancienneté...), conditions de travail (durée du travail) et santé/sécurité (nombre d'accidents de travail, de trajet, de visites médicales...) par service permettent de faire une analyse de la situation et d'apporter les réponses nécessaires et appropriées à la poursuite du bon fonctionnement du service.

Par ailleurs, dans le cadre des entretiens annuels d'évaluation, chaque collaborateur est amené à s'interroger et à échanger avec son manager sur l'équilibre entre sa vie personnelle et professionnelle ainsi que sur le suivi de sa charge de travail. Ces indicateurs sont alors étudiés afin de déterminer la nécessité ou non de mettre en place un plan d'actions

Par ailleurs, le Groupe a continué de proposer des formations spécifiques sur la sensibilisation des différents acteurs de l'entreprise, et a continué son fort investissement dans la formation des managers avec une offre très complète et adaptée quelle que soit l'expérience des managers. 296 actions de formation managériales ont été organisées en 2021 ("Management : la recette !", "Manager de manager", "Les ateliers du manager By M6Campus", ...) afin d'améliorer les relations de travail et la qualité de vie au travail.

Les managers sont également sensibilisés sur le droit à la déconnexion conformément aux dispositions prévues par la charte relative au droit à la déconnexion.

Par ailleurs, le Groupe M6 a mis en place un plan de mobilité afin d'optimiser les déplacements liés à l'activité en favorisant l'usage de modes de transports alternatifs à la voiture individuelle (transports en commun, diminuer les déplacements liés à l'activité, promouvoir les mobilités partagées...) dans le but de préserver l'environnement.

permettant d'assurer cet équilibre. Un bilan est présenté aux instances représentatives du personnel chaque année.

En application de la loi relative à la formation professionnelle, un entretien professionnel est proposé aux salariés du Groupe à partir de deux ans d'ancienneté. Cet entretien a pour objectif de revenir sur le parcours professionnel du salarié et d'aborder avec lui son évolution professionnelle (compétences, projet de mobilité ou de reconversion, etc.). La périodicité biennale est réduite si le collaborateur revient d'une longue absence ou s'il a des souhaits d'évolution.

Comme chaque année, M6 Campus - l'organisme de formation du Groupe M6 - propose aux managers de suivre une formation pour « réussir ses entretiens annuels d'évaluation » ainsi que ses entretiens professionnels. En 2021, 50 actions de formation ont été dispensées démontrant l'implication des managers dans la réussite des différents entretiens.

3.4.4 FORMATION À LA SÉCURITÉ, L'HYGIÈNE ET LA SANTÉ

En 2020, 87 personnes ont suivi des formations relatives aux normes de sécurité (évacuation, utilisation du matériel d'incendie...) dont 3 sauveteurs secouristes du travail :

- 6 collaborateurs ont suivi une formation SST initiale,
- 3 collaborateurs ont suivi une formation SST recyclage,
- 15 collaborateurs ont suivi une formation incendie.

Enfin, 13 journalistes et techniciens de reportage (radio et télévision) ont aussi été formés aux gestes de 1^{er} secours via une formation animée notamment par un membre des commandos marins et construite sur-mesure et 9 journalistes ont été formés à la prévention des risques lors de manifestations.

3.4.5 SANTÉ DU TRAVAIL

En 2021, le cabinet médical a de nouveau été mobilisé dans le cadre de l'épidémie de la Covid-19, notamment lors de la mise en place des mesures sanitaires prescrites par les pouvoirs publics, dans le suivi des personnes vulnérables mais également sur les risques psycho-sociaux liés au télétravail, ainsi que dans la campagne de vaccination du personnel.

Conformément au protocole national en entreprise visant à assurer la santé et la sécurité des salariés, le Groupe a mis en place les règles suivantes sur l'ensemble des sites :

- Prise de température à l'accueil de chaque immeuble pour les collaborateurs et les personnes extérieures au Groupe,
- Port obligatoire du masque dans les locaux,
- Désinfection quotidienne des postes de travail,
- Points d'hygiène à chaque étage,
- Mise en place d'un sens de circulation spécifique,
- Nombre limité de collaborateurs par ascenseur et dans les salles de réunions,
- Taux d'occupation réduit des espaces de travail,
- Affichage des règles d'hygiène dans les locaux,
- Créneaux horaires de réservation dans les restaurants d'entreprise.

Au-delà des interrogations relatives aux mesures à adopter dans le cadre de la crise sanitaire, la présence quotidienne de l'infirmière au sein du local médical a également permis de donner des conseils préventifs et de répondre aux collaborateurs sur des sujets divers notamment via le réseau social d'entreprise Blender, en indiquant les positions à adopter

en cas de travail sédentaire, les recommandations en cas de canicule, la procédure à respecter en cas d'urgence médicale, les prestations en cas de grossesse...

Par ailleurs, l'infirmière a suivi, sous la direction du médecin du travail, les salariés travaillant de nuit dans le cadre du suivi individuel renforcé.

Le programme annuel de prévention des risques professionnels et d'amélioration des conditions de travail a été régulièrement mis à jour.

Outre la définition des processus d'échanges avec les représentants du personnel, ces derniers ont notamment été informés sur l'ensemble des actions mises en place au sein du Groupe M6, en particulier sur les mesures sanitaires à adopter pour éviter la propagation du virus de la Covid-19, et sur l'enrichissement de la démarche de prévention des risques psychosociaux.

Par ailleurs, le Groupe M6 a notamment :

- mis en place des indemnités « Éco Mobilité M6 » pour les trajets à vélo domicile-travail,
- développé ses communications internes à destination des collaborateurs,
- réalisé des points de situation sur le Groupe M6 par le Président, notamment sur l'organisation du travail pendant les périodes de couvre-feu et de confinement,
- élaboré un guide des consignes et des recommandations pour travailler en toute sécurité.

3.4.6 SÉCURITÉ INFORMATIQUE

Afin de lutter contre la menace croissante du *phishing*/rançongiciel, le Groupe M6 a renforcé son système de sécurité informatique en 2021.

En effet, une campagne de sensibilisation auprès des collaborateurs a été réalisée au travers différentes techniques d'identification de courriels de *phishing*. Par ailleurs, des outils ont été déployés afin de bloquer les sites et fichiers informatiques malveillants, d'empêcher la fuite de données sensibles et d'assurer une traçabilité des échanges informatiques.

Ces dispositifs sont inscrits dans la charte informatique du Groupe M6.

Charte informatique

Le Groupe M6 dispose d'une charte informatique qui a bénéficié d'une refonte en 2018. Cette charte précise les règles d'utilisation des outils informatiques qui sont mis à disposition des collaborateurs. Elle prévoit en particulier que les collaborateurs en fassent usage dans un cadre loyal et licite, et ne les utilisent ni pour nuire à une personne physique ou morale, ni pour perturber le bon fonctionnement des systèmes d'information du Groupe.

Charte des informaticiens

La charte des informaticiens décrit les principes et les règles de déontologie que doivent appliquer au quotidien les informaticiens, que ceux-ci soient employés par le Groupe M6 ou soient prestataires, pour assurer leurs missions. Elle stipule, entre autres, que les informaticiens doivent faire preuve d'intégrité, ne doivent pas exécuter d'ordre illégaux ou contre l'Éthique et elle rappelle leur obligation de confidentialité.

3.4.7 DIALOGUE SOCIAL

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

Le Groupe M6 se conforme également aux dispositions des conventions fondamentales de l'Organisation du Travail (O.I.T.) en termes de liberté d'association et du droit de négociation collective et notamment aux conventions C87, C98 et C135 de l'O.I.T.

Depuis le 1^{er} janvier 2021, le Groupe est composé de 8 Comités Sociaux et Économiques dont 97 élus (toutes instances confondues et tenant compte des cumuls de mandats), 2 Commissions Santé Sécurité et Conditions de Travail dont 11 élus.

A la suite de l'absorption de la société Jeunesse Thématiques par M6 Thématique et de la société Information & Diffusion par Métropole Télévision, le Comité Social et Économique de l'UES Métropole Télévision a créé en 2021 une Commission Économique composée de 5 membres élus.

DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Engagement social

Ces différentes institutions représentatives du personnel favorisent un dialogue social régulier et actif. Afin de moderniser et d'entretenir le dialogue social pendant la crise sanitaire, les UES Métropole Télévision et M6 Publicité ont conclu respectivement les 23 et 25 mars 2020 un accord relatif au recours à la visioconférence dans le cadre du Comité Social et Économique.

En 2021, 116 réunions ordinaires ou extraordinaires se sont tenues avec les représentants du personnel (toutes instances confondues).

De plus, au sein de l'UES (Métropole Télévision, M6 Bordeaux, Paris Première, Sedi TV, Edi TV, M6 Thématique et M6 Génération), les commissions du Comité Social et Économique (commission logement, restauration, égalité professionnelle, formation, risques psychosociaux) se sont tenues régulièrement afin d'être au plus près des préoccupations des collaborateurs.

Les points abordés aux Comités Sociaux et Économiques en 2021 ont notamment été les suivants :

- le recours à l'activité partielle,
- le plan de retour de l'activité sur site,
- les mesures de prévention prises contre le coronavirus,
- la politique sociale et les conditions de travail,
- la politique économique et financière,
- les orientations stratégiques,
- le bilan et les orientations de la formation professionnelle,
- le bilan du plan de développement des compétences,
- le bilan sur la mobilité,
- le bilan de l'Action logement,
- le plan d'action Employee Survey,
- l'index égalité professionnelle,
- le plan d'épargne Groupe,
- l'harmonisation du régime de frais de soins de santé et de prévoyance,
- le projet de rapprochement des Groupes M6 et TF1,
- la Commission Économique et la désignation de ses membres,
- le projet Stella,
- le rapport annuel du médecin du travail,

- la dévolution des biens des Comités Sociaux et Économiques des sociétés Information et Diffusion et Jeunesse Thématiques vers le Comité Social et Économique de l'UES Métropole Télévision,
- le Comex Jeune,
- la lutte contre le *phishing*/rançongiciel,
- l'aménagement de la rédaction nationale et du laboratoire numérique,
- le déménagement du Support Technique de l'Outil de Diffusion,
- les activités de la Fondation M6 et de la Direction de l'Engagement,
- la stratégie et l'organisation des podcasts,
- l'organisation en *flex office*,
- la mise en place d'un outil de réservation de places en *flex office*,
- l'application Blender (réseau social du Groupe),
- l'application pour les activités sociales et culturelles.

En outre, un dialogue soutenu et constant a été entretenu régulièrement avec les délégués syndicaux. Ainsi en 2020, ce sont plus de 42 réunions qui se sont tenues, permettant de conclure 10 accords collectifs tout au long de l'année.

Ces accords ont eu notamment pour but d'harmoniser les socles sociaux, et les régimes de frais de santé et de prévoyance, d'aménager le temps de travail des techniciens d'exploitation et des chefs d'antenne de la régie finale. Par ailleurs, en 2021, un nouveau Plan d'Épargne a été conclu au sein du Groupe M6.

Afin d'améliorer la qualité de vie et les conditions de travail, les différentes sociétés ont reconduit en 2021 leur accord collectif relatif au télétravail (ou leur décision unilatérale) dont les principes reposent sur le volontariat, l'accord de la hiérarchie, la flexibilité, le droit à la déconnexion et la préservation du lien social. A ce titre, le volume annuel maximum de télétravail est fixé à 68 jours à compter du 1^{er} septembre 2021 pour une durée d'une année.

Enfin, au travers des organisations patronales dont il est adhérent (STP, SRN et SRGP), le Groupe M6 est partie prenante dans la négociation de la Convention Collective de la Télédiffusion publique et privée, et dans la construction du projet de la Convention Collective de la Radiodiffusion Publique et Privée.

« Trophées du Dialogue Social »

Dans le cadre de l'acquisition du pôle radio RTL Group en 2017 et du pôle télévision du Groupe Lagardère en 2019, un dialogue social dynamique, continu, responsable et de qualité a été mené par le Groupe M6 pour l'intégration de ces structures.

Au-delà de la diversité des métiers et des activités qui coexistent au sein du Groupe M6, la refondation du dialogue social a contribué au « Vivre Ensemble » de l'ensemble des collaborateurs. Afin de construire un socle commun à l'ensemble des entités du Groupe, 77 accords collectifs ont ainsi été signés en 24 mois, favorisant ainsi le sentiment d'appartenance, la reconnaissance d'une culture et de valeurs communes.

En reconnaissance de la qualité de ce dialogue social, le Groupe M6 a reçu le 12 octobre 2021 le prix « Vivre Ensemble & Dialogue Social » attribué par le Groupe RH&M et l'Observatoire pour un Nouveau Dialogue Social, dans le cadre de la 9^e édition des « Trophées du Dialogue Social », qui récompensent les entreprises qui ont mis en place des initiatives innovantes et réussies en matière de dialogue social.

3.5 Maintenir l'attractivité du Groupe

Les collaborateurs du Groupe bénéficient d'une organisation de leur temps de travail calculé en heures ou en jours selon les catégories.

Principales durées du travail par catégorie

	Durée annuelle moyenne du travail	Jours RTT
Non cadres	1 575 heures	21 jours
Cadres	215 jours	variable
Journalistes	205 jours	11 jours
Cadres dirigeants	non concernés	non concernés

3.5.1 ORGANISATION DU TEMPS DE TRAVAIL

Temps partiels

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.

Au 31 décembre 2021, 114 collaborateurs sont en CDI à temps partiel, dont 77 % de femmes. Au total, ils représentent 85,6 ETP.

3.5.2 CADRE DE TRAVAIL

En 2021, 1 609 postes de travail ont été démenagés entre les différents sites de Neuilly-sur-Seine.

Dans le cadre de la poursuite de l'aménagement des espaces de travail en mode *flex office*, une démarche d'accompagnement des collaborateurs concernés a été initiée. Ainsi, les collaborateurs, les managers et les élus du personnel ont pu participer à des ateliers de co-construction concernant la poursuite du *flex office*, et être acteurs d'un agencement

efficace et agréable en tenant compte des contraintes de l'organisation et de l'environnement de travail. Cette nouvelle organisation a concerné 457 collaborateurs.

Ces nouveaux aménagements ont été réalisés en proposant des outils de travail ergonomiques, des espaces de *co-working*, de silence et de détente favorisant ainsi un environnement de travail plaisant et sécurisé.

Motifs d'absences

Type d'absences (en jours ouvrés)	2020	2021
Nombre de jours d'absence maladie	10 718	13 464
Nombre de jours d'absence maternité / paternité / parental	3 517	3 987
Nombre de jours d'absence accidents du travail et de trajet	162	171
Nombre de jours d'absence congés exceptionnels	3 362	3 063
TOTAL	17 759	20 685
Taux d'absentéisme*	3,6 %	4,4 %

* Hors Ctzar, LTI Vostok, Bedrock (2020) - Hors Ctzar, LTI Vostok, Bedrock, Best of TV, M6 Hosting (2021)

3.5.3 COMMUNICATION INTERNE

A travers ses différentes actions, la Communication Interne a poursuivi en 2021 son rôle d'information, d'accompagnement et d'animation auprès des collaborateurs dans leur vie quotidienne au sein du Groupe M6.

Dans cette année encore marquée par la pandémie, de nouveaux dispositifs ont été imaginés pour tenir compte des contraintes sanitaires :

« Blender le direct », une webémission avec le Directoire pour les collaborateurs

Pour permettre à la Direction Générale de réunir « virtuellement » tous les collaborateurs, un événement interactif a été conçu et mis en place par les équipes.

A l'occasion de la publication des résultats 2020 du Groupe M6, une émission spéciale, et produite entièrement en interne, a été diffusée en direct, sur le Réseau Social d'Entreprise « Blender », le mercredi 17 février 2021.

Interrogé par la journaliste Ophélie Meunier, Nicolas de Tavernost est revenu sur les faits marquants de l'année 2020 puis a détaillé les grands enjeux pour l'année 2021. Dans la seconde partie de l'émission, les collaborateurs du Groupe M6 ont posé leurs questions, en visio et par chat, aux 5 membres du Directoire du Groupe M6.

38^e édition des Journées Européennes du Patrimoine

Depuis plusieurs années, le Groupe M6 participe aux Journées Européennes du Patrimoine pour permettre à ses téléspectateurs et auditeurs de découvrir les coulisses, à travers des visites guidées menées par ses collaborateurs. En raison de la crise sanitaire et de l'impossibilité d'accueillir en présentiel des visiteurs, le Groupe M6 a innové en ouvrant ses portes de manière digitale les samedi 18 et dimanche 19 septembre 2021. À travers 10 vidéos diffusées sur les réseaux sociaux (LinkedIn, Instagram, Twitter...), le public a découvert les lieux emblématiques du Groupe M6. Chaque vidéo, incarnée par un(e) collaborateur travaillant au sein du service présenté, visait à donner un éclairage et une meilleure explication du fonctionnement à la fois technique et opérationnel des services du Groupe M6. Des studios radio (RTL, RTL et Fun Radio) à la Rédaction M6 en passant par la régie finale ou le potager collaboratif, ces vidéos ont permis au public de (re)découvrir de manière originale les activités du Groupe M6.

Au-delà de ces dispositifs événementiels, la Communication Interne a continué à exercer ses 3 missions principales, notamment :

Informers les collaborateurs

Pour permettre une diffusion la plus large possible de l'information, les équipes s'appuient sur 3 canaux complémentaires

- Via des communiqués internes, envoyés à tout ou partie des collaborateurs en fonction du type d'information. Au total, près de 300 communiqués ont été adressés durant l'année 2021, avec une prédominance de mails liés à la pandémie de Covid-19 (modalités cas contact, justificatifs de déplacements, protocoles sanitaires, campagne de vaccination au sein du Groupe...). À noter, ces communiqués internes sont désormais également adressés sous forme de « notifications push » pour les collaborateurs disposant de l'application mobile du réseau social d'entreprise Blender.

- Via l'affichage « dynamique », à travers les écrans disposés dans les locaux et dans les ascenseurs. Pour renforcer l'impact des messages, des vidéos réalisées en interne en motion design, reprennent les éléments clés des communiqués internes et renvoient vers le Réseau Social d'Entreprise pour en savoir plus.

- Via le Réseau Social d'Entreprise « Blender » : disponible sur tous les terminaux (ordinateur, smartphone et tablette), les collaborateurs peuvent y retrouver toutes les actualités business du Groupe (succès,ancements...), des informations pratiques (process, informations RH, tutoriaux pour les outils de travail...) et des contenus réglementaires (accords d'entreprise, PV de CSE...).

En complément des communiqués interne, l'offre vidéo du Réseau Social d'Entreprise a également été renforcée en 2021. A travers des reportages vidéo dans les coulisses (nouveaux programmes, nouvelles activités, déménagements...) et des portraits de collaborateurs, les collaborateurs peuvent mieux connaître les activités et collaborateurs du Groupe M6.

Au-delà de ces reportages dans les coulisses du Groupe M6, Nicolas de Tavernost prend la parole en vidéo chaque mois sur Blender pour faire le bilan du mois écoulé et évoquer les grands événements et enjeux dans les prochains mois.

Sensibiliser les collaborateurs

En collaboration avec la Mission Handicap du Groupe M6, des communications spécifiques sont régulièrement envoyées aux collaborateurs à l'occasion des Journées Mondiales (diabète, troubles DYS, arthrose, MICI...).

Ces communications visent à sensibiliser les collaborateurs sur différentes pathologies à travers des chiffres clés, rappeler l'importance de la reconnaissance de travailleur en situation de handicap, et détailler l'accompagnement mis en place par la Mission Handicap du Groupe M6.

Des animations pour les collaborateurs

Pour leur permettre de se retrouver, de partager des moments de convivialité et d'échanges, des activités sont régulièrement proposées aux collaborateurs :

- Conférences internes : Pour mieux appréhender l'écosystème des médias et des activités du Groupe M6, des conférences internes, animées par des collaborateurs, sont régulièrement proposées aux collaborateurs (présentation activités M6 Interactions, bilan SVOD 2021, présentation du dispositif « Action Logement »...);
- - Découverte des lieux emblématiques du Groupe M6 : Des visites, animées par des « experts métiers », sont régulièrement proposées aux collaborateurs (régie finale, plateau « Jean Drucker », studios RTL2 et Fun Radio...);

- - Projections en avant-première : Une semaine avant leur sortie en salles, les films coproduits par M6 Films ou distribués par SND (« Kaamelott », « Eiffel », « Si on chantait »...), sont proposés en avant-première à l'auditorium du Groupe M6 lors d'une séance réservée aux collaborateurs;
- Potager collaboratif du Groupe M6 : Chaque mardi, en partenariat avec la start-up « Ciel mon radis », une trentaine de collaborateurs volontaires, se relaie pour entretenir les 150 m² du potager collaboratif du Groupe M6. Les « jardiniers en herbe » découvrent les bienfaits du jardinage et récoltent le fruit de leur investissement hebdomadaire.

3.5.4 COMITÉ D'ENTREPRISE

Le budget des œuvres sociales du Groupe M6 était de 1 516 K€ en 2021 (contre 1 361 K€ en 2020).

Les Comités Sociaux et Économiques du Groupe ont proposé différentes prestations aux collaborateurs : chèques-cultures, chèques-cadeaux pour les naissances et Noël, participation aux frais d'activités sportives et culturelles des collaborateurs (invitation au musée des Arts Forains...).

3.5.5 CADRE SALARIAL

Les rémunérations des collaborateurs du Groupe M6 sont revues chaque année dans le cadre de la revue annuelle des salaires. Les collaborateurs peuvent bénéficier d'augmentations individuelles basées sur leurs performances.

La rémunération annuelle d'un collaborateur se compose d'un salaire de base mensuel versé sur 13 mois. Les salariés de Best Of TV ne disposent pas de 13^{ème} mois.

À cela s'ajoute, pour 603 collaborateurs en 2021 contre 619 en 2020, une rémunération variable soumise principalement à des indicateurs de performance (financiers, chiffre d'affaires, parts d'audience, entrées salles de cinéma, ...). Hors effet de périmètre, le nombre de collaborateurs bénéficiant d'une rémunération variable, est resté stable en 2021 versus 2020 à 34 % de l'effectif.

3.5.6 ÉVOLUTION DE LA RÉMUNÉRATION MOYENNE

La rémunération moyenne annuelle des collaborateurs permanents du Groupe s'élève à 63 606 € en 2021 contre 63 142 € en 2020.

3.5.7 ÉPARGNE SALARIALE

Participation

Plusieurs accords de participation ont été conclus au sein du Groupe M6.

Les résultats des différentes sociétés du Groupe ont permis de constituer une réserve spéciale de participation qui s'est élevée à 8 475 K€ versée en 2021 au titre de l'exercice 2020, contre 9 254 K€ versée en 2020 au titre de 2019. 2 299 collaborateurs en ont bénéficié, contre 2 482 collaborateurs l'année précédente.

Intéressement

Un accord d'intéressement au sein du groupe a été conclu le 15 juillet 2020 avec les différentes instances représentatives pour trois exercices comptables soit jusqu'au 31 décembre 2022.

La prime d'intéressement globale versée en 2021 au titre de 2020 s'est élevée à 4 229 K€ soit en moyenne 1,8 K€ par collaborateur.

Plan d'épargne Groupe

En 2021, le Groupe M6 a renouvelé ses plans d'épargne Groupe. Les versements individuels des salariés ont été abondés cette année à hauteur de 301 K€, hors Bedrock.

Au total, les montants versés par le Groupe au titre de l'épargne salariale (Intéressement, Participation et Abondement) auront représenté 13 004 K€ en 2021 contre 15 216 K€ en 2020.

Enfin, la gestion de l'épargne salariale a été confiée à un organisme extérieur qui propose aux collaborateurs sept fonds distincts en termes de rendement et de risque (niveaux de risque de 1 à 7) pour placer leur épargne salariale :

- un FCPE "Groupe M6", constitué à 100 % d'actions Métropole Télévision (niveau 7) ;
- un FCPE Sélection Mirova International (fonds majoritairement en action, risque important (niveau 6) ;
- un FCPE Avenir Dynamique, constitué entre 50 % et 90 % d'actions, rendement élevé mais risque important (niveau 5) ;
- un FCPE Diversifié, constitué entre 20 % d'actions et 80 % d'obligations, rendement modéré mais risque moindre (niveau 4) ;
- un FCPE Impact ISR rendement solidaire, FCPE diversifié, investi sur les marchés européens, entre 5 et 10 % en titres de l'économie solidaire (niveau 3) ;
- un FCPE SELECTION DNCA SERENITE PLUS, fonds obligataire à niveau de risque assez faible (niveau 2) ;
- un FCPE monétaire, rendement faible et sans risque (niveau 1).

3.5.8 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).

Pour les salariés du groupe, l'adhésion au régime frais de soins de santé est obligatoire et doit correspondre à la situation de famille.

Depuis le 1^{er} avril 2021, l'ensemble des régimes de frais de santé ont été harmonisés pour l'ensemble des collaborateurs permanents du Groupe (hors Best Of TV). Depuis cette date, la cotisation mensuelle est de 126,31 €, 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, afin de maintenir un caractère attractif à l'embauche de jeunes collaborateurs.

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.

Pour les collaborateurs du Groupe, 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).

L'harmonisation des régimes de prévoyance est effective pour l'ensemble des collaborateurs permanent du Groupe (hors Best Of TV) au 1^{er} janvier 2022.

3.5.9 RÉMUNÉRATION TOTALE DES 10 PERSONNES LES MIEUX RÉMUNÉRÉES

Le montant versé aux 10 salariés permanents les mieux rémunérés du Groupe (hors mandataire social - Nicolas de Tavernost) s'est élevé à 5 791 K€ en 2021 contre 5 900 K€ en 2020, dont 1 842 K€ pour les rémunérations variables en 2021, contre 1 827 K€ en 2020.

3.5.10 RÉGIME DE RETRAITE SUPPLÉMENTAIRE À COTISATIONS DÉFINIES

En 2007, 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 avait été mis en place, pour cette catégorie de salariés, un dispositif de retraite supplémentaire et obligatoire à cotisations définies.

Ce dispositif permet la constitution d'un compte externe individuel de retraite dont l'objectif est le versement d'une rente viagère. La gestion de ce compte a été confiée à une société d'assurances reconnue sur la place de Paris.

Conformément au décret n°2012-25 du 9 janvier 2012 confirmé par la circulaire n°2013-344 du 25 septembre 2013, les salariés dont la rémunération versée en n-1 est supérieure ou égale à 4 PASS* (plafond annuel de la sécurité sociale) sont bénéficiaires du régime de retraite supplémentaire.

Au 1^{er} janvier 2021, ce sont 52 collaborateurs du Groupe M6 qui en bénéficient.

Les salariés des ex-sociétés Information et Diffusion et ex Ediradio ont continué de bénéficier en 2021 de leur propre régime de retraite à cotisations définies, avec un dispositif spécifique.

4 ENGAGEMENT ENVIRONNEMENTAL

Le Groupe est conscient que la préservation des ressources naturelles et le changement climatique sont des enjeux fondamentaux pour le XXI^e siècle. Le Groupe prend donc part activement à la sauvegarde de l'environnement. Le Groupe est attentif, d'une part, à sa propre consommation (énergie, eau, papier, déchets, transport...), afin de réduire l'empreinte globale de ses opérations. En plus d'une volonté forte du management, les leviers d'action en interne nécessitent l'implication des collaborateurs, qui sont régulièrement informés, via plusieurs supports (site intranet, emails, écrans...), des démarches mises en place au sein de l'entreprise.

4.1 Maîtriser l'empreinte carbone des activités



En 2021, le Groupe M6 a franchi une étape supplémentaire dans son engagement environnemental. Il a notamment été récompensé par deux palmarès pour les efforts engagés, entre autres, dans la réduction de son empreinte carbone sur les scopes 1 et 2. Ainsi, le Groupe M6 se classe :

- 5^{ème} au classement général et 1^{er} groupe média sur 75 entreprises au palmarès des « Champions du climat 2021 » (Challenge/ Institut Statista)
- 5^{ème} au classement général et 2^{ème} groupe média parmi les 250 entreprises du palmarès des « Entreprises les plus engagées de France » (Le Point/Institut Statista)

Ces distinctions s'expliquent principalement par nos contrats d'électricité "100 % énergies renouvelables" depuis janvier 2020 et notre flotte de véhicules en grande partie électriques et hybrides rechargeables, qui ont permis de réduire fortement les émissions de gaz à effet de serre du Groupe en 2020.

4.1.1 BILANS CARBONE

Le Groupe M6 lance son bilan carbone

Identifier les principaux postes d'émissions significatifs est une étape essentielle pour la construction d'un plan d'action bas carbone cohérent avec les activités de l'entreprise. Cet exercice est mené depuis plusieurs années sur les émissions directes des scopes 1 et 2. Dans le cadre de la feuille de route "empreinte carbone" de son plan d'action RSE, le Groupe M6 a décidé de lancer le bilan carbone de l'ensemble de ses activités TV et Radio, incluant donc le scope 3. En complément des données apportées par les bilans carbone de M6 Publicité et 6play, réalisés tous deux en 2021, seront donc évaluées en complément des exercices précédents :

- les émissions liées à l'activité du siège (achats divers, déplacements des collaborateurs, emprise immobilière des bâtiments, gestion des déchets, hébergement et restauration)
- les émissions liées aux activités de diffusion TV linéaire, radio linéaire et radio digitale.
- les émissions liées à la production et aux achats de contenus.

Les résultats de ce bilan permettront de construire un plan d'action bas carbone plus global au cours de l'année 2022.

6play et M6 Publicité mesurent l'empreinte carbone de leurs activités

Bilan carbone de 6play

Consciente de l'impact carbone global de la vidéo en ligne, 6play, la plateforme AVOD du Groupe M6, a réalisé, en 2021, l'audit de son bilan carbone afin d'identifier plus spécifiquement les émissions qu'elle pourrait générer.

En collaboration avec Axionable, cabinet spécialisé dans le conseil en Intelligence artificielle durable et responsable, certifié B Corp et labellisé Greentech Innovation par le ministère de la transition écologique, 6play a évalué, à partir de la méthode Bilan Carbone®, les trois scopes, en intégrant les données de stockage, de diffusion et de lecture des contenus de la plateforme.

Par ailleurs, les annonceurs de 6play peuvent désormais connaître l'impact précis de la diffusion de leurs campagnes publicitaires sur la plateforme, grâce au calculateur carbone plurimédia développé en collaboration avec la régie publicitaire du Groupe M6.

Bilan carbone de M6 publicité

En 2021, M6 publicité a également mené l'audit de son propre bilan carbone global, en partenariat avec Axionable, permettant à la fois d'accompagner les annonceurs, de mesurer l'impact de leurs campagnes et de déployer des plans d'actions visant à minimiser leur empreinte carbone.

Cinq périmètres ont été pris en compte :

- la diffusion publicitaire en TV linéaire
- la diffusion publicitaire en radio linéaire
- la diffusion publicitaire en digital
- la production de contenus pour les marques réalisée par M6 Unlimited (spots TV, radio, digital, billboards de sponsoring, programmes courts, podcasts, ...)

- les activités administratives du siège de M6 Publicité (immobilier, services généraux, énergie, déchets, ...)

Sur la base des résultats de cette étude, un plan d'action pour diminuer l'empreinte carbone des activités de diffusion et de production de M6 Publicité sera mis en œuvre en 2022.

En outre, un catalogue d'offres publicitaires, s'appuyant sur des critères environnementaux stricts établis par l'ADEME sera déployé dès 2022. Il permettra aux annonceurs de valoriser les engagements environnementaux de leurs produits et services.

4.1.2 CONSOMMATIONS ÉNERGÉTIQUES

Initiatives en matière d'économies d'énergies

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 ainsi 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. En outre, les bâtiments de Neuilly sont tous équipés de pompes à chaleur air-eau qui utilisent l'énergie gratuite de l'air pour assurer le chauffage et la production d'eau chaude ainsi que pour refroidir les salles techniques. Le Groupe est en outre toujours en conformité avec la Circulaire du 5 juin 2013 exigeant que les façades des bâtiments soient éteintes entre 1 h et 7 h du matin. Les ordinateurs individuels font également l'objet d'une extinction automatique la nuit.

Dans l'optique d'améliorer sans cesse l'efficacité de ses équipements électroniques, le Groupe a, par l'intermédiaire de la Direction des Systèmes d'Information, mis en œuvre un projet de renouvellement de ses infrastructures informatiques. Les nouveaux matériels offrent un gain d'espace substantiel avec la suppression de baies de stockage très volumineuses. Ils sont aussi significativement moins énergivores notamment grâce à l'utilisation de stockage de type « flash » par opposition aux disques mécaniques précédemment utilisés. En outre, le Groupe s'est doté de serveurs intelligents pour affiner le réglage du chauffage et de l'électricité dans son siège social (89 avenue Charles de Gaulle à Neuilly-sur-Seine).

Soucieux de s'adapter aux dernières évolutions législatives en matière de sécurité environnementale, le Groupe M6 tient un tableau de bord des audits à réaliser dans ce domaine. La COP 21 de décembre 2015 avait d'ailleurs été l'occasion d'initier une réflexion sur l'amélioration des performances énergétiques des trois immeubles détenus par le Groupe à Neuilly, qui avait commencé par une mission d'audit énergétique de ces trois sites selon la norme NF EN 16247-2, confiée à un bureau d'études indépendant. Cet audit répondait aux exigences du décret n° 2014-1393 du 24 novembre 2014 qui requiert des entreprises de procéder à un tel examen. Les conclusions avaient été analysées en 2016 pour engager des actions visant à limiter les consommations d'énergie de ces bâtiments et par conséquent

leurs émissions de gaz à effet de serre. Le remplacement des ampoules halogènes par des ampoules LED a, par exemple, été effectué dans les trois bâtiments. En outre, dans le cadre des travaux de réaménagement des espaces de travail réalisés en 2017, 2018, 2019 et 2020, que ce soit dans les immeubles dont le Groupe est propriétaire ou ceux pour lesquels il est locataire, des luminaires dernière génération, pilotés par GTC et indicateur de luminosité, ont été installés. Les travaux au siège social (89 avenue Charles de Gaulle) ont, par ailleurs, permis la modernisation de la climatisation des étages concernés avec la mise en place de ventilateurs convecteurs à variation de vitesse moins énergivores.

De plus, en application de l'article R224-59-1 du Code de l'environnement, le Groupe M6 réalise des audits réguliers de certains systèmes de climatisation. Les derniers contrôles ont permis de ne détecter aucune anomalie.

Évolution des consommations énergétiques et rejets de CO₂ associés

Les consommations sont suivies très régulièrement dans tous les domaines et s'établissent en 2021, dans les bâtiments de Neuilly dont le Groupe M6 est propriétaire ou locataire, ainsi que pour les sites de Paris, Lille et Boissy, comme suit :

Consommations d'eau	2019	2020	2021
Eau (en milliers de m3)	26,235	19,715	22,058

Énergies	2019	2020	2021
Gaz (en MWh PCS)	1 675	1 591	1 910
Énergie électrique (en MWh)	13 886	12 233	10 889
Achat de fioul (en litres)	1 850	3 657	3 188
Rejets de CO ₂ * (en tCO ₂ - tonnes équivalent CO ₂)	565	397	488

* Liés aux consommations directes et indirectes d'énergie

L'indicateur prioritaire du Groupe M6 en matière environnementale, c'est-à-dire la consommation d'électricité, s'inscrit en repli de -11 % en 2021. Cette tendance à la baisse se poursuit en raison du rythme de télétravail toujours soutenu en 2021, de la sortie du périmètre de reporting du site de Rungis, à la suite de la cession de Home Shopping Service le 1^{er} octobre 2021, mais également de l'installation d'équipements moins énergivores, notamment au sein de la régie finale.

Les consommations de gaz augmentent quant à elles de 20 % par rapport à 2020. Cette hausse s'explique principalement par des températures notablement plus froides que les années précédentes, nécessitant ainsi un effort plus important en matière de chauffage. En effet, il a été décompté 2 238 Degrés Jours Unifiés à Paris en 2021, contre 1 882 en 2020, ce qui signifie que la rigueur climatique était en moyenne 19 % plus élevée. De plus, les locaux accueillant les équipes opérationnelles des activités TV et Radio sont restés ouverts toute l'année, même pendant les périodes de télétravail généralisé. Il n'y a donc pas eu d'effet "Covid-19" significatif à la baisse sur leurs consommations de gaz.

Les achats de fioul s'inscrivent en baisse par rapport à 2020, mais demeurent supérieurs à ceux de 2019. En effet, des maintenances des systèmes électriques des immeubles du 89 et 56 avenue Charles de Gaulle et du 46 rue Jacques Dulud à Neuilly ont entraîné une utilisation prolongée des groupes électrogènes de secours, alimentés au fioul.

Le Groupe M6 n'a pas de sites soumis à la Directive européenne de quotas d'émissions de gaz à effet de serre. Cependant, les émissions de CO₂ induites par les consommations d'énergie des bâtiments de Neuilly dont le Groupe M6 est propriétaire ou locataire, de Lille, de Paris et de Boissy, ainsi que par les déplacements professionnels et les trajets domicile-lieu de travail des collaborateurs sont suivies annuellement dans le cadre de l'impact environnemental.

Les rejets de CO₂ (scopes 1 et 2) du Groupe M6 sont en hausse de +23 % par rapport à 2020. En effet, l'augmentation de la consommation de gaz est en partie compensée par la baisse de la consommation d'électricité, comme expliquées ci-avant. Toutefois, le niveau d'émission de gaz à effet de serre reste significativement inférieur à celui de l'année 2019 (-13 %). Cette évolution reflète les initiatives du Groupe en matière d'efficacité énergétique, parmi lesquelles la mise en œuvre en 2020 de contrats d'électricité "100 % d'origines renouvelables" dans les immeubles de Neuilly, qui représentent 98 % de la consommation totale d'électricité.

Enfin, les consommations d'eau, à la hausse de 11 %, sont une autre conséquence du retour plus régulier des collaborateurs sur site. Les restaurants d'entreprise, fermés durant les périodes de confinement en 2020, ont rouvert leurs portes aux collaborateurs, générant une consommation d'eau plus importante. De surcroît, le jardin du 46 rue Jacques Dulud dans lequel se trouve le potager d'entreprise, a également été arrosé plus fréquemment, notamment pendant la période printanière.

Autres sources d'émissions de gaz à effet de serre

Par ailleurs, Le Groupe M6 met également en œuvre une politique contraignante en termes de rejet de CO₂ des véhicules de son parc automobile.

En attendant les résultats de son bilan carbone, le Groupe ne dispose pas des données permettant d'évaluer les émissions liées aux produits et services qu'il achète. Néanmoins, une politique visant à développer des relations durables et équilibrées avec ses fournisseurs et ses sous-traitants est mise en œuvre : 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. Ainsi la Direction Juridique veille à s'assurer qu'ils respectent les dispositions du droit de la propriété intellectuelle, du droit de la presse et de la personnalité, mais aussi qu'ils prennent en compte les aspects éthiques, et s'attachent aux problématiques de sécurité.

De même, ne disposant pas des données relatives aux émissions de gaz à effet de serre liées à l'électricité consommée par les téléviseurs des téléspectateurs de ses chaînes, le Groupe soutiens néanmoins des initiatives techniques qui permettent, par exemple, aux téléviseurs de s'éteindre automatiquement en cas d'inactivité prolongée du téléspectateur.

DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Engagement environnemental

Gestion environnementale des bâtiments

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.

L'immeuble a ensuite décroché en 2013 le label THPE (Très Haute Performance Énergétique) pour sa phase Réalisation. Toutes les améliorations mises en place qualifient cet immeuble pour un Passeport Bâtiment Durable de niveau « Excellent ».

On peut ainsi citer à titre d'exemple 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 favorables à la biodiversité urbaine.

4.1.3 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 de la ligne 1 Les Sablons, à Neuilly-sur-Seine. Au 31 décembre 2021, 827 collaborateurs, soit 43 % des salariés du Groupe, utilisent quotidiennement les transports en commun lors de leurs déplacements domicile-travail. Par ailleurs, 117 collaborateurs, soit 6 % des salariés du Groupe, utilisent régulièrement leur vélo lors de leurs déplacements domicile-travail.

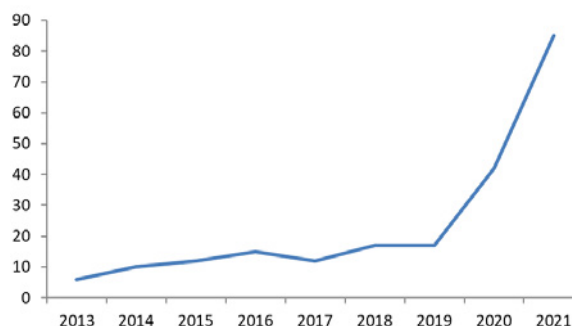
Dans le cadre de l'entrée en vigueur d'un nouvel accord d'entreprise, le Groupe a mis en place en juin 2019 un dispositif de télétravail, pour les collaborateurs dont le métier le permet. Dans un contexte de digitalisation croissante du monde du travail et d'allongement des temps de transport, le télétravail permet en effet d'améliorer la qualité de vie et les conditions de travail des collaborateurs mais aussi de réduire l'impact environnemental de leurs trajets domicile/travail. L'expérience positive tirée des événements ayant jalonné la fin de l'année 2019, avec notamment la grève des transports, et surtout l'année 2020, avec la crise sanitaire, a conforté le Groupe dans son orientation en faveur du développement du télétravail. Ainsi, un nouvel accord a été conclu en septembre 2020, attribuant jusqu'à 68 jours de télétravail à chaque collaborateur éligible sur une période de douze mois. Cet accord a été complété par un système de télétravail exceptionnel prévoyant jusqu'à quatre jours de télétravail par semaine pour les collaborateurs éligibles afin de limiter la propagation du virus de la covid-19.

Par ailleurs, le Groupe M6 encourage les collaborateurs à privilégier des solutions de mobilité douce pour effectuer leurs trajets domicile/travail. En complément du remboursement à hauteur de 50 % de l'abonnement au réseau de transports, les collaborateurs bénéficient également d'une indemnité écomobilité M6 : tout salarié utilisant un vélo personnel pour se rendre sur son lieu de travail peut prétendre à un remboursement annuel de 400 €. Le recours à un service de vélo partagé est également pris en charge à hauteur de 50 % par le groupe.

De plus, 14 bornes de recharge et 48 prises pour véhicules électriques et hybrides rechargeables sont disponibles dans les parkings de ses immeubles de Neuilly ainsi que 16 prises pour scooters électriques et 25 prises pour vélo électriques.

Le Groupe M6 a également renforcé le déploiement d'équipements de visioconférence pour réduire les déplacements professionnels et faciliter le télétravail, même si certains demeurent difficilement compressibles (reportages et productions notamment). Les collaborateurs disposent désormais (à fin décembre 2021) de 83 salles équipées en conséquence contre 42 en 2020.

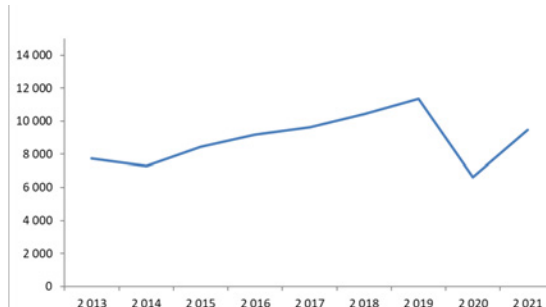
Nombre de salles équipées de visioconférence :



Données Groupe

Après une baisse entre 2013 et 2014, le nombre de déplacements était reparti à la hausse en 2015, 2016 et 2017 en raison de l'acquisition d'Oxygem (dénommée désormais M6 Digital Services), basée dans la métropole lilloise, puis de l'entrée dans le périmètre d'iGraal, de certains reportages lointains tournés par C Productions et du développement des activités de M6 Digital Services. En 2018 et 2019, cette progression s'était poursuivie avec le rachat du pôle Radio, dont l'emménagement à Neuilly était finalisé à la fin du 1^{er} trimestre 2018. Outre l'augmentation mécanique liée au nombre de salariés supplémentaires (environ 500), elle s'expliquait par l'activité de la radio RTL, dont l'information, qui est une composante essentielle de sa grille de programmes, nécessite de nombreux déplacements de journalistes pour être au plus près de l'actualité. En 2020, avec les restrictions mises en place tout au long de l'année pour endiguer l'épidémie de covid-19, le nombre de déplacements professionnels avait baissé de -42 %. Au-delà des consignes gouvernementales, le Groupe s'était attaché à réduire au strict minimum les déplacements de ses collaborateurs. Repartie à la hausse de +43 % en 2021, cette augmentation est le reflet de la reprise d'activité, accentuée par de grands événements comme l'UEFA Euro 2020 répartis sur plusieurs pays, générant ainsi un nombre important de déplacements.

Nombre de déplacements professionnels :



Données Neuilly-sur-Seine, Paris et Lille

La masse de CO₂ associée s'inscrit en légère augmentation pour le transport aérien (13 %) et pour le transport ferroviaire (10 %), mais reste très largement inférieure à 2019.

Émissions de CO₂ (kg) des déplacements professionnels (scope 3) :

	2019	2020	2021
Ferroviaire	14 600	6 200	6 800
Aérien	2 486 600	853 600	960 700

Données correspondant aux dépenses des sites localisés à Neuilly-sur-Seine, Paris et Lille

Enfin, le Groupe M6 mène une politique très contraignante en matière d'émission de CO₂ de son parc de véhicules de direction/société. Après avoir défini en 2014 une limite maximale de 130 g/km pour chaque nouveau véhicule, le Groupe a décidé d'aller plus loin en 2019 en ne proposant désormais à ses collaborateurs éligibles que des modèles à motorisation hybride ou électrique. 9 voitures ont ainsi été livrées en 2021, portant ainsi le total à 17 véhicules propres, soit déjà 61 % du parc.

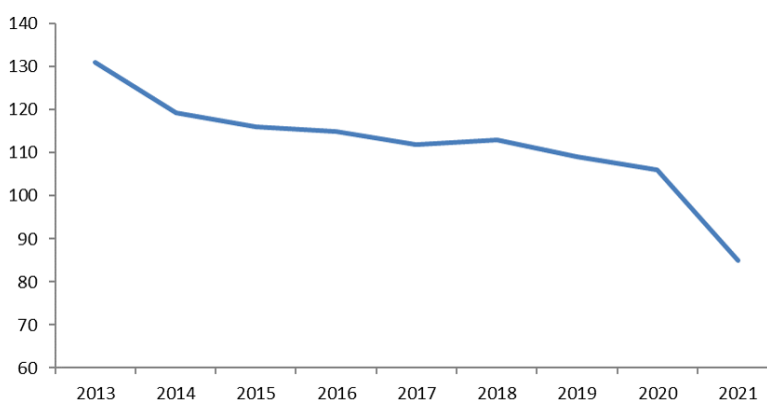
Concernant son parc de véhicules de production, le Groupe s'est fixé le même objectif que celui attribué aux voitures de direction. Tous les renouvellements se font désormais avec des modèles à motorisation hybride ou électrique. 11 véhicules

hybrides ont ainsi intégré le parc en 2021. Avec la voiture électrique déjà à la disposition des équipes techniques et des journalistes, ils représentent 23 % du parc. Le Groupe prévoit d'acquérir 13 véhicules hybrides ou électriques en 2022.

Dans ce contexte, l'émission moyenne par véhicule du parc a reculé ces cinq dernières années, passant de 115 à 85 grammes au km. Les efforts du Groupe se sont traduits cette année par une baisse significative de 21 grammes par rapport à 2020.

Il faut ajouter que tous les véhicules de société sont nettoyés à sec par le prestataire en charge.

Émissions moyennes du Parc de véhicules - en g/km (scope 1) :



Données correspondant aux dépenses pilotées par les sites localisés à Neuilly

4.1.4 ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Gestion des déchets

Pour limiter sa production de déchets, le Groupe a décidé, dès 2019, de supprimer les consommables plastiques de ses espaces de détente et de restauration. Ainsi, les boissons ne sont plus vendues que dans des bouteilles en verre ou des emballages tetrapak. Les couverts en plastique ont été retirés et les gobelets en plastique ont été remplacés par des gobelets en carton biodégradable.

Par ailleurs, le Groupe a fait le choix de sous-traiter son offre de restauration destinée à ses collaborateurs. La mission de lutte contre le gaspillage alimentaire est donc dévolue aux différents prestataires de service, auprès desquels le Groupe insiste toutefois pour améliorer continuellement la sensibilisation des collaborateurs.

	2019	2020	2021
Déchets papier et carton (en tonnes récoltées dans les poubelles)	144	82	99
Déchets industriels banals, dont déchets alimentaires (en tonnes récoltées dans les poubelles, verre inclus)	143	91	390

La crise sanitaire continue d'impacter la production de déchets au sein du Groupe. En effet, si les déchets papiers et cartons sont en hausse de 20 % par rapport à la reprise des activités sur site, ils demeurent nettement moins élevés par rapport à 2019. Les habitudes de consommation de papier ayant changé, la quantité de déchets induits demeure en baisse par rapport aux années précédentes.

En revanche, les déchets industriels banals, dont les déchets alimentaires, accusent d'une augmentation significative. Plusieurs facteurs expliquent cette tendance : le durcissement des conditions de tri par le prestataire de gestion de déchets qui a disqualifié davantage de bacs de tri par rapport aux années précédentes, mais aussi et surtout, l'accroissement des déchets générés par la consommation, au sein des locaux, de produits issus de la vente à emporter. En raison du protocole sanitaire stricte au sein des restaurants d'entreprise, réduisant de facto la quantité de repas servis quotidiennement, les collaborateurs ont davantage eu recours à des services de restauration extérieur. Pour absorber la quantité croissante d'emballage et de déchets alimentaires, des collectes supplémentaires ont été organisées quotidiennement sur l'ensemble des étages.

Gestion du papier

Pour un Groupe comme M6, la principale consommation de matières premières concerne l'utilisation du papier. Dans sa volonté de favoriser l'économie circulaire et de faire prendre conscience à ses collaborateurs de la nécessité de modifier les habitudes de travail, le Groupe s'est fortement mobilisé ces dernières années en faveur de l'optimisation de l'utilisation du papier en interne :

- Mise en place de copieurs multifonctions, à la place des imprimantes individuelles, permettant de systématiser le recto & verso et d'imposer le badgeage pour lancer l'impression. En 2021, la consommation de papier a diminué de -30 % à Neuilly, essentiellement en raison du télétravail qui a cristallisé des changements de pratique : plus d'échanges de documents en version dématérialisée et moins d'impressions sur le lieu de travail
- Mise en place d'un système de quotas d'impression en couleur afin de réduire les consommations de cartouches d'encre et de pousser implicitement les équipes des sites de Neuilly à diminuer leurs consommations de papier.

- Pour les abonnements presse, passage des versions physiques aux versions numériques (hors éditions n'existant pas en version digitale).
- Mise en place du stockage numérique des contrats, de la signature électronique des contrats de travail des intermittents et de la validation numérique des factures. Les équipes du Groupe poursuivent cette démarche de dématérialisation avec la mise en œuvre progressive de la signature électronique des contrats commerciaux.
- Depuis 2012, M6 Publicité propose à ses clients et agences médias de recevoir leurs factures au format électronique. En 2021, 53 agences ont opté pour la dématérialisation, ce qui représente 22 073 factures sur un total de 24 275 pièces, soit un volume de 91 %, en progression par rapport à 2020.

Recyclage

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. Ainsi, les piles, néons, matériel informatique, cartouches de toner, lampes fluo, huile pour machine frigorifique font l'objet d'un ramassage spécifique en vue d'être recyclés.

En outre, le Groupe a modifié dès 2016 le fonctionnement du tri sélectif en vigueur dans les bâtiments de Neuilly. Les corbeilles individuelles ont ainsi été supprimées et remplacées par des containers à trois volumes qui, disposés dans les zones de circulation, permettent de trier les déchets recyclables, non recyclables et les piles. La collecte est réalisée tous les jours par le prestataire de services de nettoyage du Groupe, avant d'être récupérée par une entreprise spécialisée dans le tri sélectif.

De plus, la signalétique a été améliorée en 2021 afin d'affiner et rendre le message plus clair auprès des collaborateurs. Les biodéchets ont désormais des poubelles dédiées dans les restaurants d'entreprise.

En raison de la crise sanitaire, les masques de protection contre la Covid-19 ont également été une ressource très consommée au sein des bureaux. Entre 2 000 et 3 000 masques chirurgicaux qui sont distribués quotidiennement aux collaborateurs. Le Groupe M6 s'associe, via sa fondation d'entreprise œuvrant en faveur de la réinsertion des anciens détenus, à l'ESAT de la prison de Val-de-Reuil afin de créer un cercle vertueux de recyclage et de revalorisation :

- les masques sont collectés dans des bornes en carton dédiées
- des personnes détenues en situation de handicap de l'ESAT de Val-de-Reuil, équipées de matériel et tenues de protection, séparent les différentes pièces (barrettes, tissus, ...)
- les tissus récupérés sont envoyés à la start-up « Plaxtil » pour être transformés en billes de plastique recyclées. Cette matière permet de créer de nouveaux produits tels que des attaches masques ou du matériel scolaire.
- les élastiques et entre-couches sont traités par l'entreprise « Le Relais ».

4.2 Promouvoir la sobriété numérique

Le secteur du numérique représente environ 4 % des émissions mondiales de gaz à effet de serre. En raison de l'évolution et de la croissance des usages numériques à l'échelle mondiale, ces émissions devraient doubler d'ici 2025¹. Tout en répondant à nos besoins, il est donc essentiel d'adopter et de promouvoir des pratiques vertueuses en matière de consommation numériques.

Le numérique fait partie intégrante des activités du Groupe M6, notamment à travers 6play, sa plateforme AVOD, mais également ses sites internet, antennes et les activités quotidiennes des collaborateurs. C'est pourquoi, lors de la consultation des parties prenantes, la sobriété numérique a été identifiée comme un enjeu RSE prioritaire pour le Groupe.

4.2.1 LES INITIATIVES DE LA DIRECTION DES SYSTÈMES D'INFORMATION

Le Groupe M6 encourage ses collaborateurs à la sobriété numérique à travers leurs activités quotidiennes, à commencer par la gestion du parc d'équipements informatiques. En allongeant la durée de vie des ordinateurs et des écrans au-delà de trois ans, le Groupe M6 contribue à la réduction de leur impact environnemental. En effet, passer de 2 à 4 ans d'usage pour une tablette ou un ordinateur améliore de 50 % son bilan environnemental (ADEME, 2021). En outre, en partenariat avec l'association « Les Restos du cœur », les ordinateurs arrivés en fin de vie sont revalorisés et bénéficient à des personnes en situation de précarité. C'est donc tout le cycle de vie des appareils électroniques qui est optimisé pour limiter leur empreinte environnementale et soutenir des publics fragiles.

Par ailleurs, la direction des systèmes d'information du Groupe M6 mène une politique de stockage des mails contraignante afin de promouvoir un usage raisonné de la messagerie électronique et éviter l'accumulation de données non utilisées. Les collaborateurs disposent d'un espace de stockage restreint et sont encouragés à régulièrement supprimer leurs mails. Un espace de stockage supplémentaire est également disponible via M6 Cloud, afin d'éviter les transferts de documents trop lourds, à une quantité importante de destinataires, à travers la messagerie électronique.

1 La face cachée du numérique, ADEME, 2021

4.2.2 LANCEMENT DU MODE ECO-STREAM



Grâce aux résultats de l'audit, les équipes de 6play et de Bedrock, son partenaire technologique, ont développé le mode « éco-stream », qui permet déjà à plusieurs millions d'utilisateurs de visionner leurs programmes préférés en limitant l'empreinte environnementale de leur consommation. Dans les paramètres de l'application, il est désormais possible :

- d'ajuster la résolution des vidéos tout en conservant une bonne qualité d'image
- de restreindre la lecture automatique des vidéos

En plus de ces nouvelles fonctionnalités, des conseils pratiques sous forme de gestes simples sont également proposés aux utilisateurs afin de les accompagner au mieux dans leur usage quotidien de la plateforme.



Positive Media Project

Afin de sensibiliser ses publics à l'impact environnemental des activités numériques, le Groupe M6 s'est joint, au lendemain de la COP26 de Glasgow, à une opération spéciale dans le cadre du Positive Media Project.

Cette démarche, lancée par Publicis Media, accompagne la transition environnementale et sociétale de la communication, par la co-construction, avec les partenaires annonceurs, média et technologiques, de solutions publicitaires innovantes. Le Groupe M6 a ainsi mobilisé ses antennes TV et radio pour une opération du 1^{er} au 20 novembre 2021, pour diffuser des programmes d'information et de sensibilisation du grand public à la pollution numérique :

- RTL Matin a reçu Inès Leonarduzzi, devenue au fil de son parcours une spécialiste de l'écologie numérique, le 1^{er} novembre ;
- la chronique « Expliquez-nous » du 19 45 présentée par Franck Edard a été dédiée à ce sujet le 19 novembre,
- le podcast de Florian Gazan « Ah Ouais » du 19 novembre également : « Pourquoi Greta Thunberg doit détester Internet ? » ;
- Flavie Flament a reçu Florence Clément de l'ADEME (Agence de la transition écologique) dans l'émission « Nous Voilà Bien » du 20 novembre.

5 REPORTING

5.1 Note méthodologique relative au reporting extra-financier

Référentiels

Le reporting des indicateurs extra-financiers s'appuie sur des référentiels nationaux et internationaux. Les indicateurs sociaux, sociétaux et environnementaux se réfèrent aux dispositions de l'article L.225-102-1 du Code de commerce relatif aux informations environnementales figurant dans le rapport de gestion des entreprises.

Le Groupe M6 s'inspire également pour la mise en place de son reporting et de sa communication extra-financière des lignes directrices GRI (Global Reporting Initiative) ainsi que des principes édictés dans le Pacte Mondial des Nations Unies.

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.

Matrice de matérialité

Comme précisé dans le rapport, le Groupe a revu sa matrice de matérialité. Cet exercice ayant été réalisé au cours de l'année 2021, la correspondance entre les nouveaux enjeux identifiés, les risques Groupe et les indicateurs prioritaires sera effectuée durant l'exercice 2022.

Périmètre de Reporting

Le périmètre du reporting a été établi conformément aux dispositions de l'article L.233-16 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.

Informations environnementales

Les informations environnementales concernent le périmètre de :

- Neuilly-sur-Seine, qui correspond aux consommations totales des immeubles des 89, 107 et 56 avenue Charles de Gaulle, 3 Villa Émile Bergerat et 46 rue Jacques Dulud. Les consommations de l'immeuble du 114 avenue Charles de Gaulle, dont le bail s'est terminé en juillet 2021, sont incluses sur les 6 premiers mois de l'année.
En termes d'activité, le site de Neuilly-sur-Seine comprend toutes les activités de diffusion et production TV et Radio du Groupe, hormis les antennes régionales des rédactions de l'Information, ainsi que les activités de diversifications suivantes : M6 Interactions et M6 Créations ;
- Lille, qui correspond aux locaux occupés par M6 Digital Services (activités portails) ;
- Paris, qui accueille les collaborateurs des filiales de production et de distribution de droits audiovisuels SND et M6 Films ;
- Boissy, où sont installées les équipes de Best of TV.

Tous les indicateurs ne couvrent pas l'ensemble du périmètre, comme précisé ci-après. Néanmoins, ils concernent tous le site principal de Neuilly, dont les immeubles accueillent les équipes des sociétés qui réalisent 92 % du chiffre d'affaires consolidé du Groupe et 94 % de son résultat opérationnel courant.

Faute de données disponibles pour Lille (dont les collaborateurs permanents ne représentent que 4 % de l'effectif total du Groupe), la consommation d'eau intègre les contributions des sites de Neuilly, Paris et Boissy.

Les consommations de gaz et de fioul ne concernent que les sites de Neuilly.

Pour les autres indicateurs, il est fait mention des sites concernés.

Informations sociales

Le périmètre de reporting social est basé sur le périmètre de consolidation financier.

Par exception, les données concernant l'absentéisme, le turnover, la formation, le nombre de travailleurs en situation de handicap, et les accidents du travail et les maladies professionnelles, n'intègrent pas les filiales Ctzar, LTI Vostok et Sociaddict. En effet, Ctzar et Sociaddict, agences spécialisées dans le marketing d'influence (1,0 % des effectifs) et LTI Vostok, chaîne Tiji en Russie (0,1 % des effectifs), ne sont pas intégrées dans les outils de paie centralisés du Groupe M6.

Période de reporting

Le reporting des données sociétales, sociales et environnementales est annuel et concerne la période du 1^{er} janvier au 31 décembre 2021.

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 directes et indirectes de gaz à effet de serre figurant dans la partie 7.4.1 sont les émissions directes de gaz à effet de serre liées aux consommations d'électricité, aux consommations de gaz naturel et aux achats de fioul des bâtiments du Groupe à Neuilly, Paris, Boissy et Lille. Les facteurs d'émissions utilisés pour les émissions de CO₂ liées aux consommations d'électricité sont ceux fournis par EDF (moyenne des 12 facteurs mensuels de 2021). Les facteurs d'émissions des consommations de fioul et de gaz sont ceux publiés par l'Ademe. Le facteur d'émissions des consommations de gaz a été actualisé pour l'exercice 2021.

Le facteur d'émission utilisé pour les émissions de CO₂ reportées liées aux déplacements professionnels en train, présentées dans la partie 7.4.1 de ce rapport, est celui fourni par la SNCF. Le facteur d'émission utilisé pour les émissions de CO₂ reportées liées aux déplacements professionnels en avion est celui fourni par le prestataire en charge de la gestion des déplacements professionnels (Neuilly).

Par ailleurs 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 son activité :

- les moyens consacrés à la prévention des risques environnementaux et des pollutions,
- la prévention, la réduction ou la réparation des rejets dans l'air, l'eau et le sol affectant gravement l'environnement,
- l'adaptation aux conséquences du changement climatique (les risques naturels liés au changement climatique n'ont, à cette date, conduit à aucun cas notable d'interruption des activités ou de dégâts matériels aux établissements et produits),
- l'utilisation des sols (l'activité du Groupe M6 et son utilisation des sols ne suscitent pas à sa connaissance de menaces significatives ni pour la diversité ni pour les ressources hydriques car l'utilisation des sols se limite à l'espace où sont établis ses immeubles de bureau et ses entrepôts).

Précisions sur les indicateurs sociaux :

Les heures de formation reportées concernent les formations dispensées par M6 Campus ainsi que par tout organisme de formation externe référencé. Les heures CPF effectuées pendant le temps de travail ainsi que les heures de formation en e-learning sont incluses en 2021. Les formations qui ont commencé sur l'exercice 2021 et qui se sont terminées en janvier 2022 sont reportées au pro-rata des heures réalisées en 2021. Cet indicateur ne concerne que les CDI.

Les jours d'absence comptabilisés correspondent à l'intégralité des absences des collaborateurs permanents du Groupe débutées au cours de l'exercice, incluant donc des absences en 2022. Les jours d'absence comptabilisés correspondent en fait aux jours prescrits sur l'ensemble des arrêts de travail délivrés au cours de l'exercice 2021. Les jours d'absence en 2021

correspondant à des absences débutées au cours de l'exercice précédent ne sont donc pas pris en compte. De même, une prolongation fera l'objet d'une nouvelle date de début. Si celle-ci débute sur l'exercice suivant, les jours d'absence ne seront alors pas comptabilisés. Il convient par ailleurs de préciser que les jours d'absence sans solde et les jours de récupération ne sont pas comptabilisés dans le calcul de l'absentéisme.

Le turnover est défini selon le rapport suivant : toutes les sorties (hors mobilités internes) au cours de l'année N, divisées par l'effectif CDI présent au 31 décembre de l'année N-1.

Précisions sur les indicateurs sociétaux :

Par ailleurs, le présent document se réfère aux indicateurs sociétaux auxquels une attention particulière a été accordée et qui sont pertinents pour le Groupe.

Concernant le nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux, le compte Gu'Live est intégré à la donnée pour la chaîne Gulli en 2021. En outre, la définition a changé cette année pour la plateforme Facebook. Ce sont les abonnés et non plus les mentions j'aime de la page qui sont pris en compte dans le calcul de l'indicateur.

Les autres indicateurs suivants sont moins pertinents pour son activité :

- les actions engagées contre l'évasion fiscale,
- les actions engagées en faveur des droits de l'homme,
- les actions engagées pour prévenir la corruption.

Le Groupe exerce en effet ses activités de France, où la quasi-intégralité de ses collaborateurs sont localisés, et à destination du marché français. Néanmoins l'action principale de M6 sur ces thématiques consiste à sensibiliser le public à travers ses émissions, comme indiqué dans la partie 7.2.4 du présent document.

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, le département de la Communication Financière et la Direction de l'Engagement, en raison notamment des renseignements requis par le CSA en matière sociétale à la télévision ;
- 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.

La Direction de l'Engagement, en collaboration avec le département de la Communication Financière, rassemble les données et effectue des contrôles de cohérence.

5.2 Indicateurs prioritaires

	2019	2020	2021
<i>Nombre de mises en demeure du CSA confirmées sur l'année écoulée</i>	0	1	0
<i>Taux d'accessibilité des programmes de la chaîne M6 aux personnes sourdes ou malentendantes</i>	100 %	100 %	100 %
<i>Part des femmes dans la présentation des programmes d'information produits en interne pour les chaînes en clair (hors Gulli)</i>	68 %	66 %	65 %
<i>Nombre de mises en garde et de mises en demeure du CSA confirmées sur l'année écoulée concernant la déontologie de l'information</i>	0	0	0
<i>Nombre de mises en garde et de mises en demeure du CSA confirmées sur l'année écoulée concernant la signalétique</i>	0	0	0
<i>Budget annuel de la Fondation M6</i>	500 000 €	500 000 €	500 000 €
<i>Nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux</i>	9,6 M	11,2 M	15,6 M
<i>Turnover</i>	10,7 %	7,9 %	8,6 %
<i>Part des collaborateurs qui ont bénéficié d'une formation sur la période</i>	39 %	42 %	39 %
<i>Nombre de travailleurs en situation de handicap</i>	28	31	38
<i>Évolution de la consommation électrique</i>	13 886 MWH	12 233 MWH	10 889 MWH
<i>Nombre de sujets des Journaux Télévisés consacrés à la thématique environnementale</i>	601	346	453

5.3 Taxonomie verte européenne

5.3.1 PRÉSENTATION

La Commission européenne déploie une ambition forte autour du développement durable et du reporting non financier. Est ainsi entré en application en 2021 le règlement 2020/852 « Taxonomie verte », qui a pour but de :

- réorienter massivement les flux de capitaux du secteur financier en direction des besoins de long terme, comme l'innovation et les infrastructures, et accélérer la transition vers une économie neutre en carbone ;
- normaliser le langage utilisé par les investisseurs et entreprises afin de définir ce qui est "vert" et les métriques permettant de mesurer et valoriser la contribution d'une entreprise à la transition bas-carbone.

La première étape de l'application de ce nouveau règlement européen consiste à déterminer l'éligibilité de ses activités à la Taxonomie verte. Ainsi, une activité économique est éligible si elle fait partie de la liste d'activités des Actes Délégués du règlement Taxonomie et contribue à un ou plusieurs des 6 objectifs environnementaux ci-dessous :

1. Atténuation du changement climatique,
2. Adaptation au changement climatique,
3. Transition vers une économie circulaire,

4. Prévention et réduction de la pollution,
5. Utilisation durable et protection des ressources aquatiques et marines,
6. Protection et restauration de la biodiversité et des écosystèmes.

Pour l'exercice 2021, l'éligibilité doit être appréciée au regard des objectifs n°1 et n°2. Ainsi, le Groupe doit publier la part éligible des indicateurs financiers suivants :

- chiffre d'affaires net consolidé,
- dépenses d'investissement (CAPEX),
- dépenses d'exploitation (OPEX).

La deuxième étape consistera à déterminer pour l'exercice 2022 la part "alignée" de ces indicateurs. Pour cela, les activités économiques éligibles devront répondre à trois conditions supplémentaires :

- apporter une contribution substantielle à au moins un des six objectifs environnementaux,
- ne pas causer de préjudice à aucun autre objectif environnemental,
- respecter a minima les principes et droits fondamentaux du droit du travail.

5.3.2 ÉLIGIBILITÉ DES ACTIVITÉS DU GROUPE M6

Les activités suivantes du Groupe M6 sont éligibles à la Taxonomie pour leur contribution à l'objectif environnemental n°2 "Adaptation au changement climatique" :

- au titre de l'activité 8.3 "*Programming and broadcasting*" définie dans les Actes Délégués du règlement Taxonomie : **pôle TV** (à l'exception de Ctzar et de M6 Publicité) et **pôle Radio** ;
- au titre de l'activité 13.1 "*Creative, arts and entertainment activities*" définie dans les Actes Délégués du règlement Taxonomie : **M6 Interactions** (pôle Diversifications), pour sa ligne de produits "événements et spectacles" ;
- au titre de l'activité 13.3 "*Motion picture, video and television programme production, sound recording and music publishing*" définie dans les Actes Délégués du règlement Taxonomie : **pôle Production et Droits audiovisuels**, et **M6 Interactions** (pôle Diversifications) pour ses lignes de produits "musique enregistrée" et "éditions musicales", .

Les activités des filiales suivantes ne sont pas éligibles à la Taxonomie, telle que définie par les Actes Délégués du règlement européen :

Les activités des filiales suivantes ne sont pas éligibles à la Taxonomie, telle que définie par les Actes Délégués du règlement européen :

- M6 Publicité (pôle TV) ;
- Ctzar (pôle TV) ;
- M6 Digital Services (pôle Diversifications) ;
- Best of TV (pôle Diversifications) ;
- M6 Créations (pôle Diversifications).

5.3.3 CHIFFRE D'AFFAIRES NET CONSOLIDÉ

Sur la base des éléments précisés ci-avant, l'éligibilité à la Taxonomie verte du chiffre d'affaires net consolidé du Groupe M6 se répartit comme suit pour l'exercice 2021 :

Activités économiques	Chiffre d'affaires (en Meuros)	Part du chiffre d'affaires (en %)
A. Activités éligibles à la Taxonomie	1 310,8	94 %
8.3 <i>Programming and broadcasting</i>		
13.1 <i>Creative, arts and entertainment activities</i>		
13.3 <i>Motion picture, video and television programme production, sound recording and music publishing activities</i>		
B. Activités non éligibles à la Taxonomie	79,6	6 %
TOTAL chiffre d'affaires net consolidé du Groupe M6 (A + B)	1 390,4	100 %

Concernant le traitement particulier des recettes publicitaires, il a été considéré qu'elles constituent une source de financement pour les activités de diffusion TV et Radio, et non une activité à part entière. En effet, les écrans publicitaires des chaînes et stations du Groupe n'auraient aucune valeur sans les contenus qui y sont diffusés.

Il est à noter que seuls les programmes visant à accroître la résilience aux risques climatiques ou à favoriser l'adaptation au changement climatique de la population seront reconnus comme alignés (« verts ») à partir du reporting sur l'exercice 2022. De ce fait, la part alignée du chiffre d'affaires sera significativement inférieure à la part éligible reportée cette année.

5.3.4 DÉPENSES D'INVESTISSEMENT (CAPEX)

Dans le cadre de la Taxonomie, les dépenses d'investissement (CAPEX "Taxonomie") sont définies comme les acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles et les acquisitions lors des regroupements d'entreprises au cours de l'exercice. Elles s'élèvent à 99,2 M€ en 2021, soit la somme de 89,5 M€, correspondant aux acquisitions d'immobilisations incorporelles (cf note 13 de l'annexe aux comptes consolidés), et de 9,7 M€, correspondant aux acquisitions d'immobilisations corporelles (cf note 15 de l'annexe aux comptes consolidés).

Les CAPEX "Taxonomie" éligibles correspondent aux dépenses d'investissement définies ci-avant et :

1. relatives aux actifs ou processus qui sont associés aux activités économiques du Groupe éligibles à la taxonomie. Les acquisitions de droits audiovisuels des pôles TV et Production et Droits audiovisuels sont en ce sens éligibles ;
2. faisant partie d'un plan visant à étendre les activités économiques alignées sur la Taxonomie ou à permettre aux activités économiques éligibles à la Taxonomie de le devenir dans un délai de 5 ans ;
3. liées à l'achat de la production d'activités économiques éligibles à la Taxonomie (autres que celles du Groupe), et aux mesures individuelles permettant aux activités cibles de devenir bas carbone ou d'entraîner des réductions de gaz à effet de serre. Les CAPEX du Groupe relatifs aux travaux de

rénovation des bâtiments, à l'installation de bornes de recharge pour les véhicules électriques ou hybrides, aux infrastructures informatiques et à l'acquisition de véhicules électriques ou hybrides sont ainsi éligibles à la Taxonomie.

L'éligibilité à la Taxonomie verte des CAPEX du Groupe M6 se répartit comme suit pour l'exercice 2021 :

	en Meuros	en %
A. CAPEX éligibles à la Taxonomie	80,9	82 %
1. associés aux activités éligibles du Groupe	78,6 ¹	79 %
3. associés à l'achat de produits issus d'activités éligibles autres que celles du Groupe	2,3	2 %
B. CAPEX non éligibles à la Taxonomie	18,3	18 %
TOTAL CAPEX (A + B)	99,2	100 %

5.3.5 DÉPENSES D'EXPLOITATION (OPEX)

Dans le cadre de la Taxonomie, les dépenses d'exploitation (OPEX "Taxonomie") sont définies de façon restrictive comme les coûts directs non capitalisés liés :

- à la recherche et au développement,
- aux mesures de rénovation des bâtiments,
- aux locations à court terme,
- à l'entretien et aux réparations,
- à toutes les autres dépenses directes liées à l'entretien quotidien des immobilisations corporelles par l'entreprise ou par un tiers sous-traitant qui sont nécessaires pour assurer le fonctionnement continu et efficace de ces actifs.

Les OPEX "Taxonomie" éligibles correspondent aux dépenses définies ci-avant et :

1. relatives aux actifs ou aux processus qui sont associés aux activités économiques éligibles,
2. faisant partie d'un plan visant à étendre les activités économiques alignées sur la Taxonomie ou à permettre aux activités économiques éligibles à la Taxonomie de le devenir dans un délai de 5 ans,
3. liées à l'achat de la production d'activités économiques éligibles à la Taxonomie, et aux mesures individuelles permettant aux activités cibles de devenir bas carbone ou d'entraîner des réductions de gaz à effet de serre.

En 2021, les OPEX "Taxonomie" ne représentent que 3 % des charges d'exploitation totales du Groupe M6. Au sein de ces OPEX "Taxonomie", la proportion des dépenses éligibles est inférieure à 1 %.

1 Acquisitions de droits audiovisuels en 2021 (cf note 13 de l'annexe aux comptes consolidés)

6 TABLE DE CONCORDANCE

Thèmes	Sous-Thèmes	Degré de pertinence	Référence	Référentiel GRI	Pacte Mondial
Pilier social					
Emploi	1 L'effectif total et la répartition par sexe, par âge et par zone géographique	++	3.2.1	G4-10	# 3 à 8
	2 Les embauches et les licenciements	++	3.2.1	G4- LA1	
	3 Les rémunérations et leur évolution	+	3.5.6	G4- LA13	
Organisation du travail	4 L'organisation du temps de travail	++	3.5.1	G4- LA	
	5 L'absentéisme	+	3.5.2		
Relations sociales	L'organisation du dialogue social, notamment les procédures d'information et de consultation du personnel et de négociation avec celui-ci	+	3.4.7	G4- LA4	
	7 Le bilan des accords collectifs	=	3.4.7	G4- LA4	
Santé et sécurité	8 Les conditions d'hygiène et de sécurité au travail	+	3.4	G4- LA6 à 8	
	9 Les accidents du travail, notamment leur fréquence et leur gravité, ainsi que les maladies professionnelles	+	3.4	G4- LA6	
Formation	10 Le bilan des accords signés avec les organisations syndicales ou les représentants du personnel en matière de santé et de sécurité au travail	=	3.4.7	G4- LA8	
	11 Les politiques mises en œuvre en matière de formation	++	3.3	LA11	
	12 Le nombre total d'heures de formation	++	3.3	LA10	
Égalité de traitement	13 Les mesures prises en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes	++	3.2.1	G4- LA10	
	14 Les mesures prises en faveur de l'emploi et de l'insertion des personnes handicapées	++	3.2.3/ 2.3	G4- LA12	
Promotion et respect des stipulations des conventions fondamentales de l'OIT	15 La politique de lutte contre les discriminations	++	2.2	G4- LA12, G4-HR3	
	16 Relatives au respect de la liberté d'association et du droit de négociation collective	=	3.4.7	G4-HR4 ; G4-LA4	
	17 Relatives à l'élimination des discriminations en matière d'emploi et de profession	=	3.2/ 2.3.1	G4-HR3 ; G4-LA13	
	18 Relatives à l'élimination du travail forcé ou obligatoire	=	1.2.1	G4-HR6	
	19 Relatives à l'abolition effective du travail des enfants	=	1.2.1	G4-HR5	
Pilier environnemental					
Politique générale en matière environnementale	L'organisation de la société pour prendre en compte les questions environnementales et, le cas échéant, les démarches d'évaluation ou de certification en matière d'environnement	=	4		# 9 à 11
	21 Les actions de formation et d'information des salariés menées en matière de protection de l'environnement	=	4		
	22 Les moyens consacrés à la prévention des risques environnementaux et des pollutions	=	4	G4-EN31	
Pollution	23 Le montant des provisions et garanties pour risques en matière d'environnement, sous réserve que cette information ne soit pas de nature à causer un préjudice sérieux à la société dans un litige en cours	=	N/A	G4-EN31et G4-EC2	
	24 Les mesures de prévention, de réduction ou de réparation de rejets dans l'air, l'eau et le sol affectant gravement l'environnement	=	4.1.4	G4-EN22 à 26	
	25 La prise en compte des nuisances sonores et de toute autre forme de pollution spécifique à une activité		2.4.1		
Économie circulaire	26 Les mesures de prévention, de recyclage, de réutilisation, d'autres formes de valorisation et d'élimination des déchets	+	4.1.4 4.1.4/ 1.2.4	G4-EN23	
	27 Les actions de lutte contre le gaspillage alimentaire	-			
	28 La consommation d'eau et l'approvisionnement en eau en fonction des contraintes locales	=	4.1.2	G4-EN8	
Utilisation durable des sols	29 La consommation de matières premières et les mesures prises pour améliorer l'efficacité dans leur utilisation	+	4.1	G4-EN1, G4- EN27	
	30 La consommation d'énergie, les mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables	+	4.1	G4-EN3 à EN7	
	31 L'utilisation des sols	=	3.4.2		
Changement climatique	Les postes significatifs d'émissions de gaz à effet de serre générés du fait de l'activité de la société, notamment par l'usage des biens et services qu'elle produit	+	4.1.1	EN16, EN17, EN 18, EN19, EN20	
	33 L'adaptation aux conséquences du changement climatique	=	N/A	EN18, EC2	
Biodiversité	34 Les mesures prises pour préserver la biodiversité	=	3	G4-EN11 à EN 14	
Pilier sociétal					
Impact territorial, économique et social de l'activité de la société	35 Impact territorial des activités en matière d'emploi et de développement régional	=	2.1	G4- EC7 et G4-EC8	# 16 à 18 et 21
	36 Impact de l'activité sur les populations riveraines ou locales	=	2.1	G4- EC1, G4-EC 5 et 6	
Relations entretenues avec les parties prenantes	37 Les conditions du dialogue avec ces personnes ou organisations	++	1.2	G4-24 à 27	# 2 et 16 à 18
	38 Les actions de partenariat ou de mécénat	++	2.1		
Sous-traitance et fournisseurs	La prise en compte dans la politique d'achat des enjeux sociaux et environnementaux	+	1.2.1.	G4-EC9, G4- HR4, 5,6, 8, 10	# 2 à 11
	39 L'importance de la sous-traitance et la prise en compte dans les relations avec les fournisseurs et les sous-traitants de leur responsabilité sociale et environnementale	+	1.2.1	G4-EC9, G4- HR4, 5,6, 8, 10	
Loyauté des pratiques	40 Les actions engagées pour prévenir la corruption	++	1.3.3	G4-SO3 à 5	# 12 à 14
	41 Les mesures prises en faveur de la santé et de la sécurité des consommateurs	++	2.3.2	G4-PR1 ; G4-PR2	
Autres actions engagées en faveur des droits de l'homme	42 Autres actions engagées en faveur des droits de l'homme	=	2.1	G4-HR	# 3 à 5

7 RAPPORT DE L'ORGANISME TIERS INDÉPENDANT SUR LA DÉCLARATION CONSOLIDÉE DE PERFORMANCE EXTRA FINANCIÈRE

KPMG S.A

Tour EQHO 2 avenue Gambetta
CS 60055 92066 Paris la Défense Cedex

Métropole Télévision S.A.

Siège social : 89, avenue Charles de Gaulle - 92200 Neuilly-sur-Seine Cedex

Capital social : 50 565 699,20 €

Rapport de l'un des commissaires aux comptes, désigné organisme tiers indépendant, sur la déclaration consolidée de performance extra-financière

Exercice clos le 31 décembre 2021

Aux actionnaires,

En notre qualité de commissaire aux comptes de votre société (ci-après « entité ») désigné organisme tiers indépendant ou OTI (« tierce partie »), accrédité par le COFRAC sous le numéro 3-1049¹, nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur les informations historiques (constatées ou extrapolées) de la déclaration consolidée de performance extra-financière, préparées selon les procédures de l'entité (ci-après le « Référentiel »), pour l'exercice clos le 31 décembre 2021 (ci-après respectivement les « Informations » et la « Déclaration »), présentée dans le rapport de gestion de l'entité en application des dispositions des articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du code de commerce.

Conclusion

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux », et des éléments que nous avons collectés, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que la déclaration consolidée de performance extra-financière est conforme aux dispositions réglementaires applicables et que les Informations, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément au Référentiel.

Préparation de la déclaration de performance extra-financière

L'absence de cadre de référence généralement accepté et communément utilisé ou de pratiques établies sur lesquels s'appuyer pour évaluer et mesurer les Informations permet d'utiliser des techniques de mesure différentes, mais acceptables, pouvant affecter la comparabilité entre les entités et dans le temps.

Par conséquent, les Informations doivent être lues et comprises en se référant au Référentiel dont les éléments significatifs sont présentés dans la Déclaration et disponibles sur demande au siège de l'entité.

Responsabilité de l'entité

Il appartient au Directoire :

- de sélectionner ou d'établir des critères appropriés pour la préparation des Informations ;
- d'établir une Déclaration conforme aux dispositions légales et réglementaires, incluant une présentation du modèle d'affaires, une description des principaux risques extra-financiers, une présentation des politiques appliquées au regard de ces risques ainsi que les résultats de ces politiques, incluant des indicateurs clés de performance et par ailleurs les informations prévues par l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 (taxonomie verte) ;
- ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'il estime nécessaire à l'établissement des Informations ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

La Déclaration a été établie en appliquant le Référentiel de l'entité tel que mentionné ci-avant.

¹ Accréditation Cofrac Inspection, n°3-1049, portée disponible sur le site www.cofrac.fr

DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la DPEF

Responsabilité du commissaire aux comptes désigné OTI

Il nous appartient, sur la base de nos travaux, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur :

- la conformité de la Déclaration aux dispositions prévues à l'article R. 225-105 du code de commerce ;
- la sincérité des informations historiques (constatées ou extrapolées) fournies en application du 3° du I et du II de l'article R. 225-105 du code de commerce, à savoir les résultats des politiques, incluant des indicateurs clés de performance, et les actions, relatifs aux principaux risques.

Comme il nous appartient de formuler une conclusion indépendante sur les Informations telles que préparées par la direction, nous ne sommes pas autorisés à être impliqués dans la préparation desdites Informations, car cela pourrait compromettre notre indépendance.

Il ne nous appartient pas de nous prononcer sur :

- le respect par l'entité des autres dispositions légales et réglementaires applicables (notamment en matière d'informations prévues par l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 (taxonomie verte), de plan de vigilance et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale) ;
- la sincérité des informations prévues par l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 (taxonomie verte) ;
- la conformité des produits et services aux réglementations applicables.

Dispositions réglementaires et doctrine professionnelle applicable

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions des articles A. 225 1 et suivants du code de commerce, à la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention tenant lieu de programme de vérification et à la norme internationale ISAE 3000 (révisée)¹.

Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 822-11-3 du code de commerce et le code de déontologie de la profession. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des textes légaux et réglementaires applicables, des règles déontologiques et de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention.

Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de quatre personnes et se sont déroulés entre décembre 2021 et février 2022 sur une durée totale d'intervention d'environ deux semaines.

Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de nos travaux, à nos spécialistes en matière de développement durable et de responsabilité sociétale. Nous avons mené une dizaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration.

Nature et étendue des travaux

Nous avons planifié et effectué nos travaux en prenant en compte le risque d'anomalies significatives sur les Informations.

Nous estimons que les procédures que nous avons menées en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée :

- Nous avons pris connaissance de l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation et de l'exposé des principaux risques ;
- Nous avons apprécié le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- Nous avons vérifié que la Déclaration couvre chaque catégorie d'information prévue au III de l'article L. 225-102-1 en matière sociale et environnementale ainsi que de respect des droits de l'homme et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale ;
- Nous avons vérifié que la Déclaration présente les informations prévues au II de l'article R. 225-105 lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques et comprend, le cas échéant, une explication des raisons justifiant l'absence des informations requises par le 2^{ème} alinéa du III de l'article L. 225-102-1 ;
- Nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et une description des principaux risques liés à l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation, y compris, lorsque cela s'avère pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d'affaires, ses produits ou ses services, ainsi que les politiques, les actions et les résultats, incluant des indicateurs clés de performance afférents aux principaux risques ;
- Nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour :
 - apprécier le processus de sélection et de validation des principaux risques ainsi que la cohérence des résultats, incluant les indicateurs clés de performance retenus, au regard des principaux risques et politiques présentés, et
 - corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considérées les plus importantes présentées en Annexe. Nos travaux ont été menés au siège de l'entité consolidante.

¹ ISAE 3000 (révisée) - Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information

DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la DPEF

- Nous avons vérifié que la Déclaration couvre le périmètre consolidé, à savoir l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l'article L. 233-16, avec les limites précisées dans la Déclaration ;
- Nous avons pris connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par l'entité et avons apprécié le processus de collecte visant à l'exhaustivité et à la sincérité des Informations ;
- Pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considérés les plus importants présentés en Annexe, nous avons mis en œuvre :
 - des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
 - des tests de détail sur la base de sondages ou d'autres moyens de sélection, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés au siège de l'entité et couvrent entre 98 % et 100 % des données consolidées sélectionnées pour ces tests ;
- Nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation.

Les procédures mises en œuvre dans le cadre d'une mission d'assurance modérée sont moins étendues que celles requises pour une mission d'assurance raisonnable effectuée selon la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

Paris-La Défense, le 2 mars 2022

KPMG S.A.

Anne Garans

Xavier Troupel

Associée

Associé

Sustainability Services

Annexes

Informations qualitatives (actions et résultats) considérées les plus importantes
Résultat de l'évaluation de la satisfaction des stagiaires et alternants
Mesures prises pour favoriser la diversité
Résultats en matière de mobilités internes
Plan d'actions et résultats relatifs au développement des compétences des collaborateurs
Mesures prises en matière de bien-être des salariés
Actions de maîtrise de l'empreinte environnementale
Emissions de gaz à effet de serre liées aux consommations d'énergie du Groupe
Politiques liées aux sujets d'éthique et de déontologie
Actions mises en place pour lutter contre les discriminations
Actions et résultats de la Fondation
Mesures pour favoriser des relations équilibrées avec les parties-prenantes
Résultats de l'indice Gaïa

Indicateurs clés de performance et autres résultats quantitatifs considérés les plus importants
Taux de turnover
Part des collaborateurs qui ont bénéficié d'une formation sur la période
Nombre de travailleurs en situation de handicap
Evolution de la consommation électrique
Nombre de sujets des Journaux Télévisés consacrés à la thématique environnementale
Nombre de mises en demeure du CSA confirmées sur l'année écoulée
Nombre de mises en garde et de mises en demeure du CSA confirmées sur l'année écoulée concernant la déontologie de l'information
Nombre de mises en garde et de mises en demeure du CSA confirmées sur l'année écoulée concernant la signalétique
Taux d'accessibilité des programmes de la chaîne M6 aux personnes sourdes ou malentendantes
Part des femmes dans la présentation des programmes d'information produits en interne pour les chaînes en clair (hors Gulli)
Budget annuel de la Fondation M6
Nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux



2021

MÉTROPOLE TÉLÉVISION

RAPPORT DÉVELOPPEMENT DURABLE ET RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES

EXTRAIT DU DOCUMENT D'ENREGISTREMENT UNIVERSEL



MÉTROPOLE TÉLÉVISION

89 AVENUE CHARLES DE GAULLE

92200 NEUILLY-SUR-SEINE

01 41 92 66 66

WWW.GROUPEM6.FR