



GROUPE

2022

EXTRAIT DU
DOCUMENT D'ENREGISTREMENT
UNIVERSEL

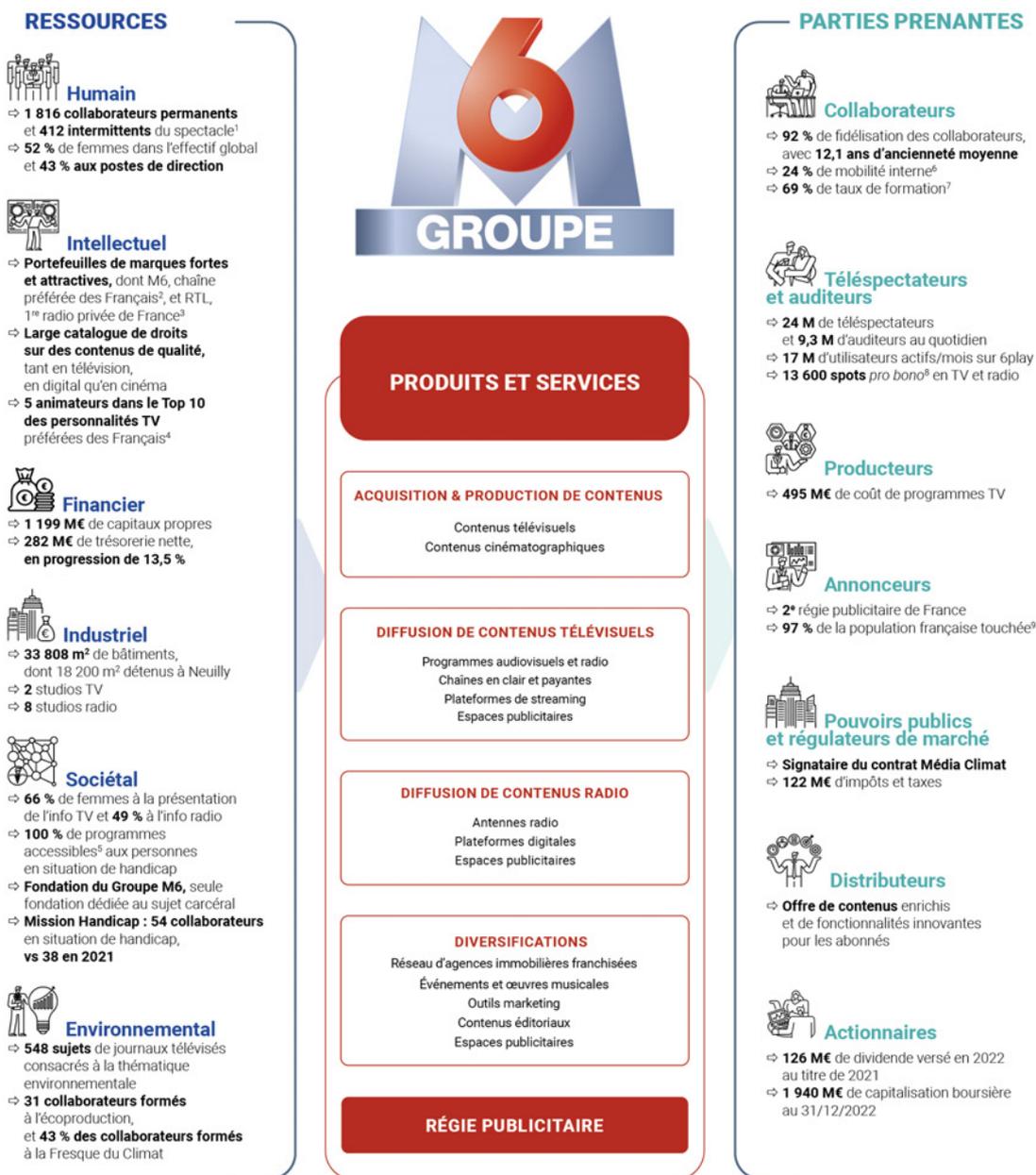
7

DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

AVANT-PROPOS : LA RSE DANS LE GROUPE M6	3	7.3 REPORTING	58
7.1 LE GROUPE M6, UNE ENTREPRISE QUI GRANDIT	14	7.3.1 Note méthodologique relative au reporting extra-financier	58
7.1.1 Gouvernance et éthique	14	7.3.2 Indicateurs prioritaires	60
7.1.2 Fidélisation des collaborateurs	18	7.3.3 Taxonomie verte européenne	61
7.1.3 Diversité et égalité des chances	29	7.4 TABLE DE CONCORDANCE	66
7.1.4 Fondation d'entreprise du Groupe M6	33	7.5 RAPPORT DE L'ORGANISME TIERS INDÉPENDANT SUR LA DÉCLARATION CONSOLIDÉE DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE	68
7.1.5 Empreinte carbone	36	7.6 ANNEXES	71
7.1.6 Antigaspi	44		
7.2 LE GROUPE M6, UN MÉDIA QUI S'ENGAGE	46		
7.2.1 Sensibilisation des publics	46		
7.2.2 Représentation des diversités dans les programmes	48		
7.2.3 Publicité responsable	51		
7.2.4 Pédagogie des médias	53		
7.2.5 Écoproduction	55		
7.2.6 Sobriété numérique	56		

AVANT-PROPOS : LA RSE DANS LE GROUPE M6

A. Modèle d'affaires



1. ETP

2. Ifop / Baromètre d'image des chaînes de télévision / Sondage réalisé online via la sollicitation du panel Bilendi, du 5 au 10 avril 2022 auprès d'un échantillon représentatif de 2 320 Français âgés de 15 ans et plus.

3. Médiamétrie 126 000, Année 2022, Lundi - Vendredi, 5 h-24 h

4. OpinionWay TV Mag - 16 juin 2022.

5. Programmes avec sous-titrage à destination des personnes sourdes ou malentendantes, et en audiodescription à destination des personnes aveugles ou malvoyantes (chaînes M6, W9).

6. Part des opportunités de CDI pourvues via la mobilité interne.

7. Part des collaborateurs ayant bénéficié d'une formation.

8. Dans d'espaces gratuits.

9. Groupe M6 analyse de couverture mensuelle - Mediametrie crossmedia vague 2022.1 mars

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 Groupe M6. La stratégie du Groupe est présentée en partie 1.4 du présent document. Les chiffres clés extra-financiers sont présentés dans le rapport intégré.

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 le Groupe 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 le Groupe M6 (contenus audiovisuels, chaînes, etc), qui constituent la base de la performance financière et extra-financière.
- 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 auditeurs, à qui sont destinés les chaînes et les programmes,
 - Les producteurs qui approvisionnent le Groupe, notamment en contenus audiovisuels,
 - Les annonceurs qui bénéficient des écrans publicitaires mis à leur disposition,
 - 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 distributeurs qui proposent au sein de leurs offres de distribution nos chaînes et nos services,
 - Les actionnaires, dont les capitaux investis permettent au Groupe M6 de fonctionner, qui votent en Assemblée Générale et reçoivent des dividendes.

B. Parties prenantes

CARTOGRAPHIE DES PARTIES PRENANTES



Collaborateurs

Les collaborateurs sont le capital humain de l'entreprise. Ils représentent les forces de production mais également les synergies créatives qui permettent d'innover. Ce sont également eux qui sont les vecteurs des valeurs et des engagements du Groupe M6.

Téléspectateurs et auditeurs

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

En 2022, ce site "etvous.m6.fr", dédié aux téléspectateurs, a enregistré 0,4 million de visiteurs uniques et 0,8 million de pages vues.

Le service a reçu 8 828 demandes de téléspectateurs en 2022 (dont 2 827 concernant les séries et émissions du Groupe M6).

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.

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, le Groupe 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.

Annonceurs

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.

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.

Distributeurs

Les distributeurs sont des sociétés qui proposent au public une ou plusieurs offres de bouquets de chaînes de télévision et/ou radio, le plus souvent accessibles par abonnement. En 2022, 70% des foyers équipés TV reçoivent la TV par les biais des distributeurs selon Médiamétrie.

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 (<https://www.groupem6.fr/finance/accueil>).

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 2022, et pour la 10^e année consécutive, le Groupe M6 a été évalué par Gaïa Research, l'agence de notation du groupe Ethifinance spécialisée dans la notation des performances ESG des petites et moyennes entreprises cotées sur les marchés européens.

Gaïa Research évalue les entreprises de sa couverture selon un référentiel d'environ 140 critères répartis en 4 piliers : Environnement, Social, Gouvernance et Parties Prenantes Externes.

Considéré comme une base de données de référence dans l'univers de l'ISR (Investissement Socialement Responsable), la notation 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) du Groupe M6 continue de progresser en 2022, passant de 50 pour les données de l'exercice 2020 à 52 pour celles de 2021.



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, d'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 M6 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 group* composé d'une douzaine de collaborateurs a également été organisé afin de réfléchir aux modalités de déclinaison des enjeux identifiés comme prioritaires.

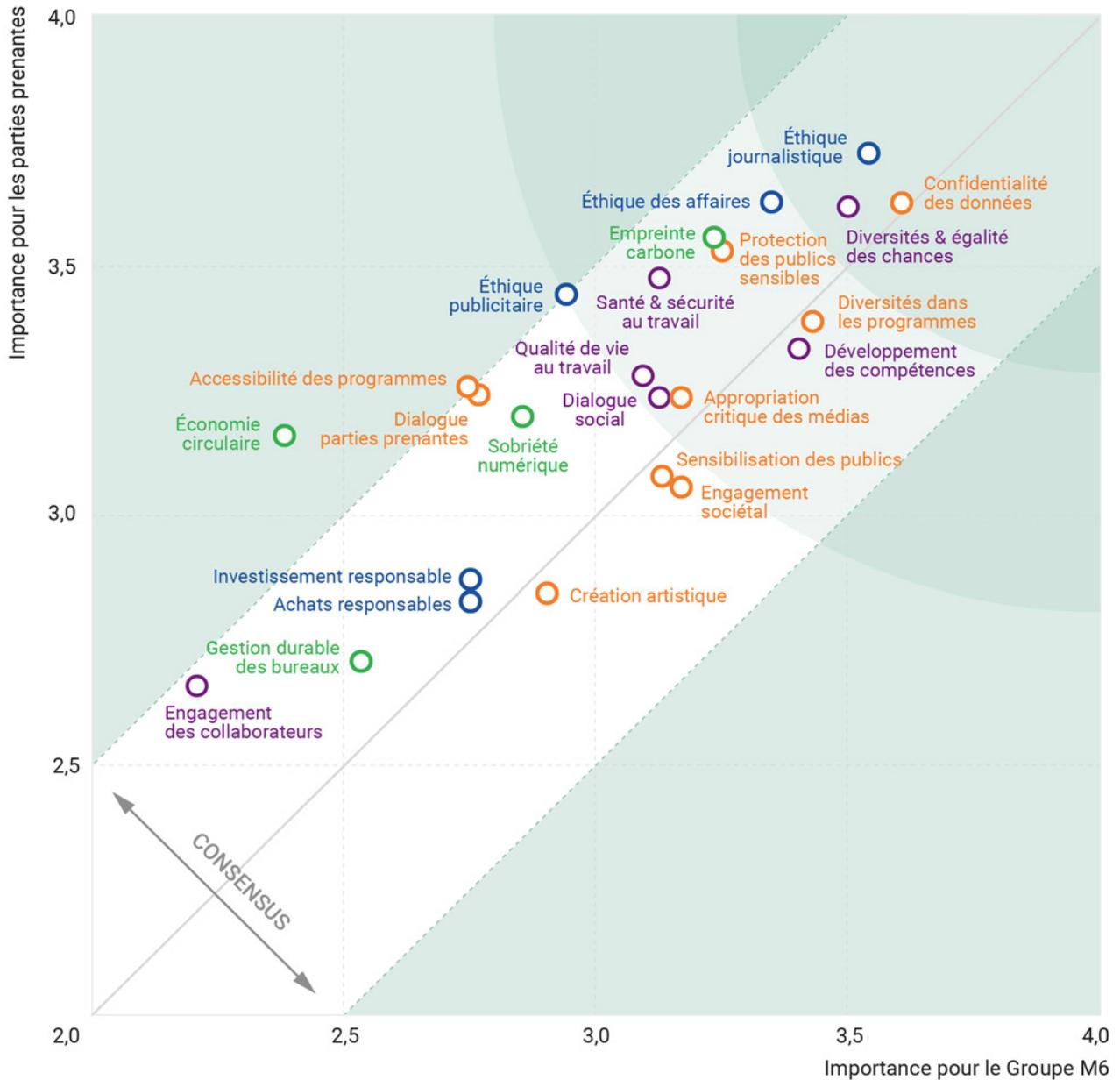
En externe :

- 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.

C. 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.



MÉTHODOLOGIE

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 a débuté 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.

D. 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 2022	Risques associés	Parties
L'intérêt général : la Fondation, acteur de la réinsertion	<i>Risque lié à la baisse des audiences</i>	2.1.1.1 / 7.1.4
La fidélisation des talents	<i>Risque lié à la baisse des audiences</i>	2.1.1.1 / 7.1.2
	Risque d'augmentation du coût des programmes	2.1.1.2 / 7.1.2
Le développement des compétences des collaborateurs	<i>Risque d'augmentation du coût des programmes</i>	2.1.1.2 / 7.1.2
L'égalité des chances : la promotion de la diversité et de la mixité dans le Groupe	<i>Risque lié aux autorisations d'émettre</i>	2.1.3.1 / 7.1.3
L'empreinte carbone du Groupe	<i>Risque lié à la sensibilité à la conjoncture économique</i>	2.1.1.3 / 7.1.5
La sobriété numérique	<i>Risque lié à la baisse des audiences</i>	2.1.1.1 / 7.2.6
L'antigaspiillage	<i>Risque lié à la sensibilité à la conjoncture économique</i>	2.1.1.3 / 7.1.6
Le respect des obligations déontologiques et conventionnelles	<i>Risque lié aux autorisations d'émettre</i>	2.1.3.1 / 7.1.1.2
La garantie de l'indépendance éditoriale et du respect de l'éthique dans les programmes d'information	<i>Risque lié à la baisse des audiences</i>	2.1.1.1 / 7.1.1.2
La pédagogie des médias	Risque lié aux autorisations d'émettre	2.1.3.1 / 7.1.1.2
	<i>Risque lié à la baisse des audiences</i>	2.1.1.1 / 7.2.4
	Risque lié aux autorisations d'émettre	2.1.3.1 / 7.2.4
L'accessibilité des programmes au plus grand nombre	<i>Risque lié à la baisse des audiences</i>	2.1.1.1 / 7.2.2.4
La représentation de la diversité dans les programmes	<i>Risque lié à la baisse des audiences</i>	2.1.1.1 / 7.2.2
	Risque lié aux autorisations d'émettre	2.1.3.1 / 7.2.2
La sensibilisation des publics aux enjeux environnementaux et sociétaux	<i>Risque lié à la baisse des audiences</i>	2.1.1.1 / 7.2.1
L'écoproduction	<i>Risque lié à la baisse des audiences</i>	2.1.1.1 / 7.2.5

E. 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 :

M6 EN TANT QU'ENTREPRISE

ENJEUX RSE 2022	ACTIONS CLÉS	INDICATEURS PRIORITAIRES
L'intérêt général : la Fondation, acteur de la réinsertion	Développer les actions de la Fondation M6 en faveur de la réinsertion professionnelle des personnes détenues	Budget annuel de la fondation d'entreprise
La fidélisation des talents	Développer l'attachement des collaborateurs à l'entreprise (suivi personnalisé des salariés, cadre de travail, rémunération attractive, cohésion d'équipe)	Taux de turnover
Le développement des compétences des collaborateurs	Assurer des formations aux collaborateurs	Part des collaborateurs ayant bénéficié d'une formation sur la période
L'égalité des chances : la promotion de la diversité et de la mixité dans le Groupe	S'engager en faveur du handicap	Nombre de collaborateurs en situation de handicap
L'égalité des chances : la promotion de la diversité et de la mixité dans le Groupe	Favoriser le développement de la carrière des femmes	Part des femmes dans des postes de direction
Le développement des compétences des collaborateurs	Proposer des formations aux collaborateurs sur les enjeux environnementaux	Part des collaborateurs formés à la fresque du climat
L'empreinte carbone du Groupe	Limiter la consommation d'électricité	Évolution de la consommation électrique
La sobriété numérique	Limiter l'impact des matériels informatiques	Taux de revalorisation des équipements informatiques
L'antigaspillage	Réduire et revaloriser les déchets	Part des déchets alimentaires revalorisés

M6 EN TANT QUE MEDIA

ENJEUX RSE 2022	ACTIONS CLÉS	INDICATEURS PRIORITAIRES
Le respect des 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 concernant le respect des obligations déontologiques conventionnelles
La garantie de l'indépendance éditoriale et du 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 mises en demeure du CSA confirmées sur l'année écoulée concernant la déontologie de l'information
La pédagogie aux médias	Développer des actions qui favorisent la compréhension de l'univers des médias et aident à décrypter l'information	Nombre d'élèves sensibilisés à la pédagogie aux médias par les actions de Gulli
L'accessibilité des programmes au plus grand nombre	Sous-titrer les programmes et les proposer en audiodescription	Taux d'accessibilité des programmes (chaînes M6, W9, 6ter) aux personnes sourdes ou malentendantes
La représentation de la diversité dans les programmes	Assurer la mixité dans les programmes	Part des femmes dans la représentation des programmes d'information produits en interne pour les chaînes en clair (hors Gulli) et sur les tranches d'information (matinal et soir) de RTL
La sensibilisation des publics aux enjeux environnementaux et sociétaux	Proposer des reportages sur les problématiques environnementales	Nombre de sujets des journaux télévisés consacrés à la thématique environnementale
L'écoproduction	Accompagner la montée en compétence des collaborateurs sur l'écoproduction	Nombre de collaborateurs formés à l'écoproduction

Nouveaux enjeux 2022

ENJEUX	GOUVERNANCE ET ÉTHIQUE	SOCIÉTAL	SOCIAL	ENVIRONNEMENTAL
--------	------------------------	----------	--------	-----------------

Dans ce chapitre se trouve la description des actions menées en 2022. 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.

F. Plan d'action

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 M6.

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.



7 DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Avant-propos : La RSE dans le Groupe M6

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 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 de terrain afin de concilier productions innovantes et respect de l'environnement.

- **Sobriété numérique**

Tout en répondant aux 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 consiste à 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.

Tout au long de l'année 2022, le Groupe M6 a déployé plusieurs projets afférents à chacune des feuilles de route. Dans le premier volet environnemental, plusieurs actions ont été mises en place comme la reconduction du calcul du bilan carbone. Ce travail permet aujourd'hui de construire un plan de transition bas carbone pour les années à venir. Par ailleurs, le début des formations à l'écoproduction ont permis la sensibilisation de plusieurs métiers à ces enjeux. Quant au volet social/sociétal, différents projets de mentorat ont été lancés tout au long de l'année 2022. Le mentorat est l'accompagnement des jeunes collaborateurs, le partage intergénérationnel, ainsi que l'aide à l'inclusion et à l'égalité des chances. Toutes ces actions ont été menées en 2022 et continuerons d'être développées sur l'année 2023.

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, les 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.

7.1 LE GROUPE M6, UNE ENTREPRISE QUI GRANDIT

7.1.1 Gouvernance et éthique

7.1.1.1 UNE STRUCTURE DE GOUVERNANCE RSE 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.

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)

A. 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 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.

B. COMITÉ RSE DU CONSEIL DE SURVEILLANCE

Le Comité RSE, issu du Conseil de Surveillance, est présidé par Sophie de Bourgues (membre représentant les salariés), et composé de 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
- 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 1 fois en 2022 et a abordé le déploiement du plan d'action RSE du Groupe M6. Il s'est également penché sur les enjeux de la déclaration de performance extra-financière 2022 et la taxonomie verte européenne.

7.1.1.2 LA RESPONSABILITÉ ÉTHIQUE DU GROUPE M6

A. CONVENTION ENTRE LE GROUPE M6 ET L'ARCOM

(Autorité de Régulation de la Communication Audiovisuelle et Numérique)

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

Ces conventions comportent plusieurs obligations générales et déontologiques garantissant un fort niveau d'engagement éthique. 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.

En 2022, aucune mise en demeure confirmée n'a été adressée par l'ARCOM au Groupe M6 concernant le respect des obligations déontologiques conventionnelles.¹

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 de l'Arcom 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.

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 de l'Arcom. 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 développées par une personne morale ou physique avec laquelle elle a des liens capitalistiques directs ou indirects, 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 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 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.

B. ETHIQUE 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 2022, aucune mise en garde ou mise en demeure confirmée n'a été adressée par l'ARCOM 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.

C. ETHIQUE 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.

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 :

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*, *Un jour un doc*, *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.

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.

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.

D. 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 de tout spot télévisé. 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.

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.

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 de l'ARCOM (ex-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.

De plus, le Groupe M6 par le biais de M6 Publicité, la régie publicitaire du Groupe, soutient depuis cinq 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.

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.

7.1.2 Fidélisation des 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.

Répartition de l'effectif permanent du Groupe M6 par type de contrat	2020	2021	2022
CDI	1 707	1 664	1 617
CDD	197	183	199
Total permanents	1 904	1 847	1 816

Au 31 décembre 2022, l'effectif total du Groupe M6 s'élève à 1 816 collaborateurs permanents, contre 1 847 au 31 décembre 2021, dont 1 617 CDI en 2022 contre 1 664 en 2021. Ci-dessous la variation nette des CDI :

EFFECTIF À FIN DÉCEMBRE 2021	1 664
Recrutements externes	85
Intégration Intermittents/prestataires en CDI	8
Intégration CDD en CDI	16
Intégration Stéphane Plaza France	30
Départs	
Démissions	-71
Licenciements	-19
Ruptures conventionnelles	-25
Retraite	-12
Cession de Best of TV.	-52
Autres motifs (fin de période d'essai, ...)	-7
EFFECTIF À FIN DÉCEMBRE 2022	1 617

7.1.2.1 INDICATEURS SOCIAUX

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

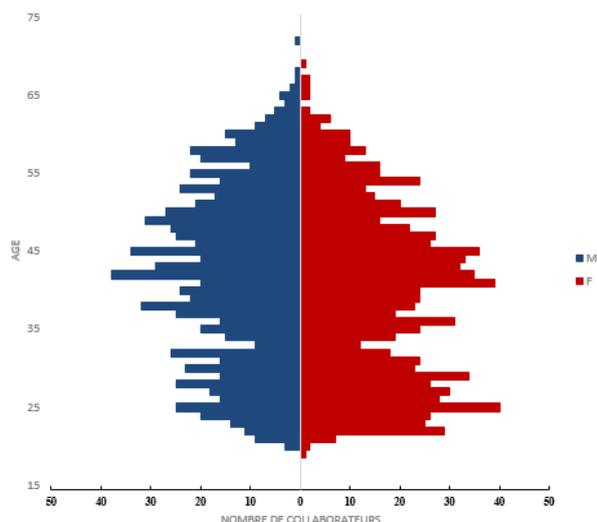
Ainsi au 31 décembre 2022, le Groupe compte 52 % de femmes et 48 % d'hommes, qui se répartissent comme suit par catégorie :

Répartition de l'effectif permanent du Groupe M6 par catégorie et sexe	2022	Dont hommes	Dont femmes
Non cadres	346	168	178
Cadres	1 140	491	649
Journalistes	281	176	105
Cadres dirigeants	49	34	15
Total	1 816	869	947

7 DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

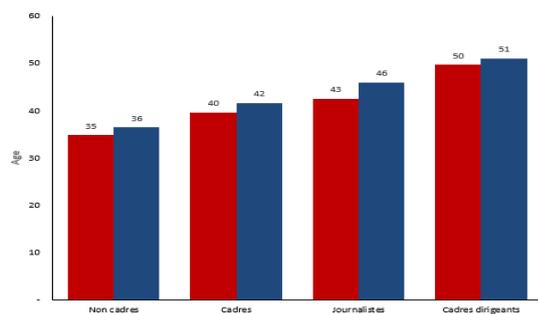
Le Groupe M6, une entreprise qui grandit

Pyramide des âges

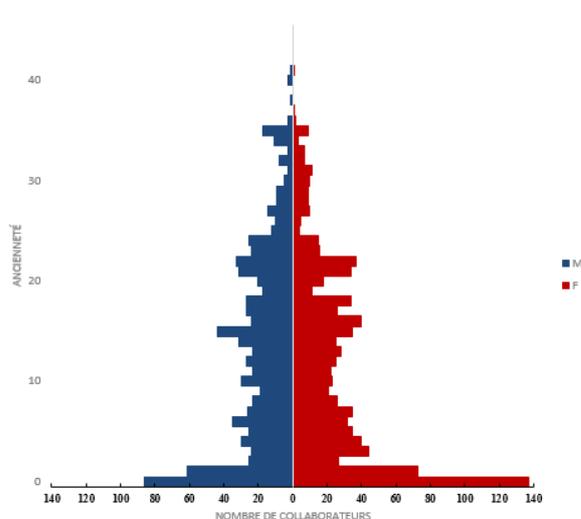


L'âge moyen du groupe est de 40,5 ans, avec 39,3 ans pour les femmes et 41,9 ans pour les hommes.

Âge moyen de l'effectif permanent par catégorie et sexe

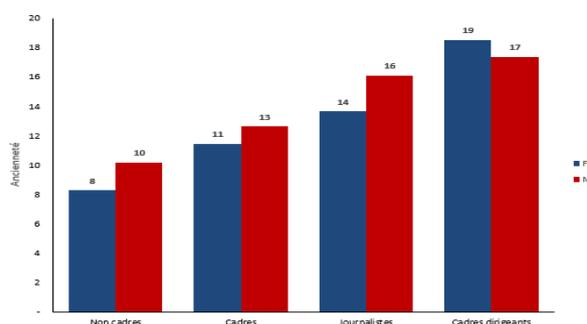


Pyramide de l'ancienneté



L'ancienneté moyenne du groupe s'établit à 12,1 ans : 13,1 ans pour les hommes et 11,2 ans pour les femmes.

Ancienneté moyenne de l'effectif permanent par catégorie et sexe



Répartition des effectifs permanents par pôle

	2020	2021	2022
Pôle TV	1 284	1 283	1 286
Pôle Radio	382	353	334
Pôle Production & Droits audiovisuels	92	80	78
Pôle Diversifications	146	131	118
TOTAL	1 904	1 847	1 816

Répartition des effectifs CDD

	2020	2021	2022
CDD	91	73	81
Contrats de professionnalisation	57	35	27
Contrats d'apprentissage	49	75	91
Total CDD	197	183	199

Intermittents

	2020	2021	2022
ETP intermittents et pigistes	373	407	412

7.1.2.2 SANTÉ ET SÉCURITÉ

A. SÉCURITÉ

La sécurité et les conditions de travail des collaborateurs sont des préoccupations principales de la direction et des élus répartis dans les 2 Commissions Santé, Sécurité et Conditions de Travail, et les 13 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.

Enfin, le Groupe M6 a signé 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	2021	2022
Accidents du travail ayant entraîné un arrêt de travail	5	8
Taux de fréquence (1)	1,49	2,49
Taux de gravité (2)	0,018	0,059

(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.

B. 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, Métropole Télévision, et l'UES Jeunesse ont renouvelé et renforcé leurs engagements en signant un accord relatif à la qualité de vie au travail en 2022 pour une durée de 3 ans.

Afin d'améliorer la qualité de vie au travail des salariés, le Groupe M6 a instauré en 2019 deux jours de qualité de vie au travail. Depuis 2019, le Groupe M6 a renforcé son engagement environnemental en proposant aux salariés des dispositifs écoresponsables :

- **Un potager collaboratif** est à la disposition des collaborateurs 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.
- **Trois ruches** sont installées sur le toit de l'immeuble du 46 rue Jacques Dulud à Neuilly. Plus de 300 pots de miel ont été récoltés et distribués aux collaborateurs.
- Enfin, depuis 2021, pour encourager les collaborateurs à **privilégier les mobilités douces et limiter leur empreinte carbone**, le Groupe M6 a lancé un système de "vélopartage". Les vélos partagés sont répartis sur les différents bâtiments à Neuilly et Cité Maiesherbes.

Par ailleurs, le Groupe a continué de proposer des formations spécifiques sur la sensibilisation des différents acteurs de l'entreprise, et a poursuivi son fort investissement dans la formation des managers avec une offre très complète et adaptée quelle que soit l'expérience des managers. 463 actions de formation managériales ont été organisées en 2022 ("Management : la recette !", "Manager de manager", "Les ateliers du manager By M6 Campus"...) afin d'améliorer les relations de travail et la qualité de vie au travail. En 2022, un nouvel Atelier du manager intitulé "Repérer les facteurs de stress au travail" a été développé sur mesure afin d'élargir l'offre de formation sur la thématique de 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.

Enfin, 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.

C. 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.

	2021	2022
Taux de turnover	8.6%	7.49%

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 permettant d'assurer cet équilibre.

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.

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

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 pour "réussir ses entretiens professionnels".

En 2022, 82 actions de formation ont été dispensées démontrant l'implication des managers dans la réussite des différents entretiens.

D. FORMATION À LA SÉCURITÉ, L'HYGIÈNE ET LA SANTÉ

En 2022, 85 personnes ont suivi des formations relatives aux normes de sécurité (évacuation, utilisation du matériel d'incendie...) dont 58 sauveteurs secouristes du travail :

- 24 collaborateurs ont suivi une formation SST initiale,
- 34 collaborateurs ont suivi une formation SST recyclage,
- 27 collaborateurs ont suivi une formation incendie.

E. SANTÉ DU TRAVAIL

La présence quotidienne de l'équipe de santé au travail a permis aux salariés de se voir prodiguer des conseils préventifs sur des thématiques diverses telles que : l'ergonomie en situation de travail sédentaire, les recommandations en cas de canicule, les mesures d'hygiène et de vaccination en cas de grippe, la procédure à respecter en cas d'urgence médicale, les prestations en cas de grossesse.

Le cabinet médical a de nouveau été mobilisé lors des périodes pandémiques 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.

En 2022, le médecin du travail et l'infirmière ont procédé à la vaccination antigrippale et anti-covid de 233 salariés.

F. SÉCURITÉ INFORMATIQUE

Afin de lutter contre la menace croissante du *phishing*/rançongiciel, le Groupe M6 a renforcé son système de sécurité informatique en 2022.

Les campagnes de sensibilisation effectuées auprès des collaborateurs se sont poursuivies au travers différentes techniques d'identification de courriels de *phishing*. Par ailleurs, des outils ont été déployés afin de renforcer la sécurité dans l'accès des applications, 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.

G. 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.

À la suite de la disparition de l'UES Métropole Télévision, de la création de l'UES Jeunesse, des élections professionnelles ont été organisées en 2022. Depuis lors, le Groupe est passé de 8 à 13 Comités Sociaux et Économiques portant le nombre d'élus du personnel à 108 (toutes instances confondues et tenant

Enfin, 9 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 6 journalistes ont été formés à la prévention des risques lors de manifestations.

Outre les examens médicaux, le service médical est étroitement associé aux rendez-vous de liaison organisés avec les salariés et assure le suivi des 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 mis à jour.

Les représentants du personnel ont régulièrement été informés et associés à l'ensemble des actions de santé mises en place au sein du Groupe M6 en particulier sur la démarche de prévention des risques psychosociaux.

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.

compte des cumuls de mandats), et 2 Commissions Santé Sécurité et Conditions de Travail pour 8 élus.

Ces différentes institutions représentatives du personnel favorisent un dialogue social régulier et actif.

En 2022, 121 réunions ordinaires ou extraordinaires se sont tenues avec les représentants du personnel (toutes instances confondues).

De plus, au sein de Métropole Télévision, les commissions du Comité Social et Économique (commission économique, égalité professionnelle, formation, handicap, restauration, logement, 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 2022 ont notamment été les suivants :

- la politique sociale et les conditions de travail,
- la politique économique et financière,
- les orientations stratégiques,
- le bilan de la formation professionnelle,
- le bilan du plan de développement des compétences,
- le bilan d'action logement,
- le bilan des frais de soins de santé et prévoyance,
- le bilan des forfaits jours travaillés,
- le bilan sur le télétravail,
- les activités de la Fondation M6 et de la Direction de l'engagement,
- le plan de sobriété,
- la politique RSE au sein du Groupe,
- le versement de la prime de partage de la valeur,
- l'index égalité professionnelle,
- le plan d'épargne Groupe,
- le rapport annuel du médecin du travail,
- le projet de rapprochement des Groupes M6 et TF1,
- l'organisation en *flex office*.

En outre, un dialogue soutenu et constant a été entretenu régulièrement avec les délégués syndicaux. Ainsi en 2022, ce sont plus de 41 réunions qui se sont tenues, permettant de conclure 31 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'instaurer une prime de pouvoir d'achat au sein du Groupe, et d'actualiser les minima et classifications des journalistes de Métropole Télévision. Par ailleurs, en 2022, un nouveau Plan d'Épargne a été conclu au sein du Groupe M6.

7.1.2.3 QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

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

A. 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 2022, 117 collaborateurs sont en CDI à temps partiel, dont 73 % de femmes. Au total, ils représentent 86 ETP.

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.

Dans le prolongement des accords d'entreprise de 2019, Métropole Télévision et l'UES Jeunesse ont reconduit en 2022 leurs engagements en faveur de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes.

Afin d'assurer aux salariés un cadre de travail sain, Métropole Télévision et l'UES Jeunesse ont renouvelé leurs actions visant à promouvoir la qualité de vie au travail au travers d'accords d'entreprise conclus le 5 avril 2022.

En vue de moderniser et de favoriser un dialogue social de qualité, le Groupe a conclu un accord de méthode en 2022 visant à organiser et définir les thèmes faisant l'objet de négociations au niveau du Groupe (la négociation annuelle obligatoire, le partage de la valeur ajoutée, l'insertion et le maintien dans l'emploi des travailleurs handicapés, GEPP, l'égalité professionnelle).

Dans une optique d'amélioration de la qualité de vie et des conditions de travail, le Groupe M6 a reconduit en 2022 son dispositif de télétravail 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. À ce titre, le volume annuel maximum de télétravail a été fixé à 68 jours en 2022.

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.

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.

7 DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Le Groupe M6, une entreprise qui grandit

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.

B. CADRE DE TRAVAIL

En 2022, 113 postes de travail ont été déménagés 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.

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.

Ces 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)	2021	2022
Nombre de jours d'absence maladie	13 464	14 408
Nombre de jours d'absence maternité / paternité / parental	3 987	2 590
Nombre de jours d'absence accidents du travail et de trajet	171	296
Nombre de jours d'absence congés exceptionnels	3 063	2 057
TOTAL	20 685	19 351
Taux d'absentéisme*	4,4 %	4,2 %

* Hors Ctzar, LTI Vostok, Bedrock, Stéphane Plaza France.

C. ACTIVITÉS AU QUOTIDIEN

Le Groupe M6 par le biais de son Comité d'Entreprise a mis en place depuis quelques années des actions visant à promouvoir la pratique d'activités culturelles et sportives. Ces actions consistent en :

- La négociation pour ses salariés de tarifs préférentiels dans des salles de sports dont 56 salariés ont pu en bénéficier en 2022 ;
- La subvention de cours de sport accessibles aux salariés à l'heure du déjeuner dans la semaine. En 2022, 240 salariés ont profité de ce dispositif ;

- Le remboursement d'une activité sportive ou culturelle de façon annuelle pour lequel 510 salariés ont opté en 2022 ;
- La mise à disposition de places de cinéma, de théâtre, d'abonnement à la presse ainsi que de chèques cultures à prix réduits ont permis à 633 salariés d'en bénéficier.

D. COMMUNICATION INTERNE

En 2022, le service Communication Interne a poursuivi son rôle d'information, d'accompagnement et d'animation auprès des collaborateurs dans leur vie quotidienne au sein du Groupe M6 en proposant des dispositifs audacieux et participatifs. Toutes ces actions ont également pour objectif de renforcer le sentiment d'appartenance à l'entreprise.

Des événements pour et par l'interne

Nouveauté : "Le Grand Studio des Collaborateurs"

À l'occasion de la Fête de la Musique, les collaborateurs du Groupe M6 se sont réunis pour un concert exceptionnel présenté par l'animateur Éric Jean-Jean. De la Communication à la Régie, en passant par la Technique et les Services généraux, toutes les entités du Groupe étaient représentées sur la scène du Grand Studio RTL.

2^e édition de "Blender le direct", une web émission avec le Directoire pour les collaborateurs

À la suite du succès de la première édition qui avait été plébiscitée par plus de 1 000 collaborateurs, le service Communication Interne a décidé de pérenniser l'événement interactif "Blender le direct". Cette émission spéciale, produite entièrement en interne, diffusée en direct sur le réseau social d'entreprise "Blender", permet à la Direction Générale et aux collaborateurs d'échanger. Ainsi, le mercredi 16 février 2022,

les salariés ont pu découvrir la 2^e édition de "Blender le direct". Durant la première partie du programme, interrogé par la journaliste Ophélie Meunier, Nicolas de Tavernost est revenu sur les faits marquants de l'année 2021 puis a détaillé les grands enjeux pour l'année 2022. 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.

Les Journées du Patrimoine

Samedi 17 et dimanche 18 septembre 2022, le Groupe M6 a ouvert ses portes à l'occasion des 39^{es} Journées Européennes du Patrimoine. Près de 650 téléspectateurs et auditeurs ont pu découvrir l'univers TV et radio du Groupe M6 en participant à une visite de deux heures. Cet événement externe a mobilisé plus de 80 collaborateurs volontaires. Des "chefs de groupe" aux experts métier, en passant par les équipes des Services Généraux, les Collaborateurs se sont fortement impliqués pour le succès de cette nouvelle édition.

Des événements de convivialité

Après deux années marquées par la pandémie "Covid", le Groupe M6 a décidé d'organiser en 2022 des événements internes festifs afin de permettre aux collaborateurs de partager ensemble des moments forts en convivialité.

Les 35 ans de M6

Mardi 12 avril 2022, près de 2000 collaborateurs se sont réunis au Palais de Tokyo pour fêter les 35 ans de la chaîne M6. Après un message de bienvenue de Nicolas de Tavernost, les invités se sont retrouvés autour d'un cocktail dînatoire et d'animations en tout genre (bornes d'arcade, flippers, tables de poker, pétanque...). Plusieurs artistes prestigieux comme MC Solaar, M, les L5 et Ofenbach se sont joints à cette fête pour interpréter leurs plus grands succès.

Lancement des Afterworks du Groupe M6

Se retrouver et échanger, c'est l'objectif des Afterworks lancés en 2022 par la Communication Interne. Ces moments de convivialité thématiques ("Tournoi de pétanque" en août 2022, "Noël" en décembre 2022...) permettent aux salariés issus de différents services de se découvrir. Très attendus, ces rendez-vous qui se déroulent dans le jardin du 46, rue Jacques Dulud à Neuilly réunissent à chaque fois plus de 150 salariés.

Trois missions principales

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

Informers les collaborateurs

Pour permettre une large diffusion de l'information, la Direction de la Communication Interne s'appuie sur 3 canaux :

- Les communiqués internes : près de 300 communiqués ont été adressés aux salariés durant l'année 2022. Selon le contenu, ils sont envoyés à des listes précises afin de cibler précisément les collaborateurs concernés. À noter, ces communiqués internes sont également adressés sous forme de "notifications push" pour les collaborateurs disposant de l'application mobile du réseau social d'entreprise Blender.
- L'affichage "dynamique" : des vidéos réalisées en interne en motion design, qui reprennent les éléments clés des communiqués internes et renvoient vers le Réseau Social d'Entreprise pour en savoir plus, sont diffusées dans les écrans disposés dans les locaux et dans les ascenseurs.
- Le Réseau Social d'Entreprise "Blender" : disponible sur tous les terminaux (ordinateur, smartphone et tablette), les collaborateurs peuvent retrouver sur Blender de nombreuses informations :
 - Toutes les actualités business du Groupe (succès, lancements...), des informations pratiques (process, informations RH, tutoriaux pour les outils de travail...), des contenus réglementaires (accords d'entreprise, PV de CSE...), les audiences et les engagements du Groupe M6,
 - Les prises de parole régulières de Nicolas de Tavernost qui présente aux salariés le bilan des activités et évoque les grands événements et enjeux des prochains mois,

- Des reportages vidéo (nouveaux programmes, nouvelles activités, des portraits de collaborateurs...),
- L'agenda des événements internes du Groupe M6.

Sensibiliser les collaborateurs

En collaboration avec la Mission Handicap du Groupe M6, la Direction de la Communication Interne sensibilise au Handicap à travers différents dispositifs :

- Envoi régulier de **communications spécifiques à l'occasion de plusieurs Journées Mondiales** (diabète, troubles DYS, arthrose, MICI...). Ces communications visent à sensibiliser les collaborateurs sur différentes pathologies ou handicaps à travers des chiffres clés, rappeler l'importance de la Reconnaissance de la Qualité de Travailleur Handicapé, et détailler l'accompagnement mis en place par la Mission Handicap du Groupe M6.
- **Participation à l'opération "DuoDay"**. Pour cette édition 2022, 18 binômes ont été formés sur les antennes TV/radio (M6, RTL, RTL2, Fun Radio) et hors antenne avec les collaborateurs du Groupe M6 (rédaction nationale, direction artistique, cinéma, régie publicitaire...) et des personnes en situation de Handicap. Cette opération permet à une personne en situation de handicap de découvrir un métier, d'amorcer un parcours professionnel ou de créer un contact direct avec un employeur. Le DuoDay est aussi un levier de recrutement pour le Groupe M6. Grâce à l'édition précédente, des participants ont ainsi pu rejoindre le groupe en stage, en alternance et en CDI.

Animer pour les collaborateurs

Des animations liées à nos 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 des "Tendances 2022" avec M6 Publicité, Conférence autour du "Métavers...", "Réussir son entretien professionnel...").
- 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 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 cinquantaine 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.

E. COMITÉ D'ENTREPRISE

Le budget des œuvres sociales du Groupe M6 était de 1 521 K€ en 2022 (contre 1 516 K€ en 2021).

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...).

7 DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Le Groupe M6, une entreprise qui grandit

F. 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.

À cela s'ajoute, pour 600 collaborateurs en 2022 contre 603 en 2021, une rémunération variable soumise principalement à des indicateurs de performance (financiers, chiffre d'affaires, parts d'audience, entrées salles de cinéma, ...).

G. ÉVOLUTION DE LA RÉMUNÉRATION MOYENNE

La rémunération moyenne annuelle des collaborateurs permanents du Groupe s'élève à 66 843 € en 2022 contre 63 606 € en 2021.

H. 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 11 187 K€ versée en 2022 au titre de l'exercice 2021, contre 8 475 K€ versée en 2021 au titre de 2020. 2 440 collaborateurs en ont bénéficié, contre 2 299 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 2022 au titre de 2021 s'est élevée à 4 016 K€ soit en moyenne 1,6 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 1 629 K€, hors Bedrock.

Au total, les montants versés par le Groupe au titre de l'épargne salariale (Intéressement, Participation et Abondement) auront représenté 16 832 K€ en 2022 contre 13 004 K€ en 2021.

À l'occasion de ses 35 ans, le Groupe M6 a mis en place deux dispositifs exceptionnels :

- un système d'abondement "**Spécial Anniversaire**" au travers duquel le Groupe a doublé les versements volontaires des salariés dans le PEG, dans la limite de 1 000€. Au total, 1813 collaborateurs ont fait le choix d'un versement volontaire et ont pu percevoir un abondement d'un montant moyen de 898€.

I. 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.

En 2022, en lien avec les partenaires sociaux, le Groupe M6 a mis en place la Prime de Partage de la Valeur, dans le cadre de la "loi pouvoir d'achat". Pour un collaborateur éligible et à temps plein, cette prime s'est élevée à 1000€, exonérés socialement et fiscalement. Au total, hors Bedrock, 1 374 salariés ont bénéficié de cette prime pour un montant moyen de 780 €.

- une prime exceptionnelle "**Spécial Anniversaire**" d'un montant maximum de 1000€ a été versée aux collaborateurs. Au total, 2 058 salariés ont perçu une prime exceptionnelle d'un montant moyen de 853€.

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 (risque niveau 7),
- un FCPE Sélection Mirova International (fonds majoritairement en actions d'entreprises internationales dont les activités ont trait à des thèmes d'investissement durable (classé risque niveau 6),
- un FCPE Avenir Dynamique, investi majoritairement (entre 50% et 90%) en actions internationales, avec un rendement élevé mais un risque assez important (classé risque niveau 5),
- un FCPE Diversifié, constitué entre 20 % d'actions et 80 % d'obligations, rendement modéré mais risque moindre (classé risque niveau 4),
- un FCPE Impact ISR rendement solidaire, fonds d'investissement socialement responsable, investi en actions européennes, en obligations et en produits monétaires principalement de la zone euro. Une partie du fonds (5 à 10%) est consacrée au financement de projets solides (classé risque niveau 4),
- un FCPE SELECTION DNCA SERENITE PLUS, fonds obligataire à niveau de risque assez faible (classé risque niveau 2),
- un FCPE monétaire, caractérisé par une gestion cherchant à obtenir un rendement légèrement supérieur à celui de l'ESTR Capitalisé (classé risque niveau 1).

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. Depuis cette date, la cotisation mensuelle est de 126,31 €. Elle sera de 145,17 € à compter du 1^{er} janvier 2023 et restera 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.

J. 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 6 212 K€ en 2022 contre 5 791 K€ en 2021, dont 2 140 K€ pour les rémunérations variables en 2021, contre 1 842 K€ en 2021.

K. RÉGIME DE RETRAITE SUPPLÉMENTAIRE À COTISATIONS DÉFINIES

En 2007, année 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 permettait la constitution d'un compte externe individuel de retraite dont l'objectif était 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.

Régime prévoyance

Le régime de prévoyance du Groupe recouvre :

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

Tous les collaborateurs titulaires d'un CDI ou d'un CDD en bénéficient dès la date d'embauche. 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 au 1^{er} janvier 2022.

Dans le cadre de l'application de la loi Pacte, le Groupe M6 a transformé au 1^{er} avril 2022 son dispositif de retraite supplémentaire dit "Article 83" par un PER Obligatoire (PERO). Cette transformation offre la possibilité de sortir plus facilement en capital l'épargne volontaire (issue des versements volontaires et de l'épargne salariale), avec la possibilité d'un déblocage anticipé pour l'achat de la résidence principale ou la sortie en capital au terme ce qui aujourd'hui n'était pas le cas avec le dispositif dit "Article 83".

Au 1^{er} janvier 2023, 57 collaborateurs du Groupe M6 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. Ce régime a été dénoncé au 31 décembre 2022.

7.1.2.4 DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES, Y COMPRIS RSE

A. 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.

B. 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).

Les nouveaux stagiaires et alternants arrivant au sein du Groupe bénéficient d'un "Welcome Day" d'une demi-journée. Durant cet événement, toutes les clés sont données à nos nouveaux talents afin de s'épanouir pleinement durant toute la durée de leur stage ou alternance. En 2022, 200 stagiaires et alternants ont bénéficié de ce "Welcome Day".

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

7 DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Le Groupe M6, une entreprise qui grandit

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. Ces deux formulaires évoluent chaque année afin de proposer aux collaborateurs l'expérience utilisateur la plus simple possible.

C. 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.

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.

En 2022, 24 % des opportunités en contrat à durée indéterminée ont été pourvues via la mobilité interne démontrant la capacité du Groupe à accompagner et à faire évoluer ses collaborateurs. Les femmes représentent 70 % de ces mobilités, ce qui démontre la volonté du Groupe de développer encore davantage les carrières féminines au sein du Groupe.

	2021	2022
Nombre de collaborateurs qui ont bénéficié d'une promotion sur la période	143	98
Part des collaborateurs qui ont bénéficié d'une promotion sur la période	9 %	6 %
Nombre de collaborateurs qui ont bénéficié d'une mobilité sur la période	21	20

D. 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 ».

	2021	2022
Investissement formation	649 K€	662 K€
Actions de formation	1 109	2 038
Nombre d'heures de formation	9 918	14 466
Nombre de collaborateurs qui ont bénéficié d'une formation sur la période	645	1 070
Part des collaborateurs (CDI) qui ont bénéficié d'une formation sur la période*	39 %	69 %

Hors Ctzar, LTI Vostok, Stéphane Plaza et Bedrock.

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

**Dont 18% en 2022 lié aux ateliers "Fresque du climat" (Hors Ctzar, LTI Vostok, Stéphane Plaza France et Bedrock)*

L'année 2022 aura été marquée par la reprise des formations en présentiel suite à la crise sanitaire traversée en 2020 et 2021.

L'investissement formation a été de 662 K€ en 2022, démontrant de nouveau l'implication du Groupe M6 dans le développement des compétences de ses collaborateurs. Cet investissement formation a ainsi permis de financer 2 228 actions de formation pour un total de 14 466 heures. Au total, 1 070 collaborateurs ont bénéficié d'une formation en 2022, soit 69 % des collaborateurs.

En 2022, M6 Campus – l'organisme de formation interne du Groupe M6 – a continué à accompagner les collaborateurs et manager du Groupe M6 dans le respect de la certification QUALIOPi obtenu en 2021 démontrant, une fois de plus, la qualité de son offre de formation et des procédures mises en place. 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.

Ainsi, M6 Campus a organisé 406 actions de formation en 2022 en dispensant des formations liées au Management, à la Culture du groupe, aux savoir-faire Métiers et au savoir-être.

Depuis leur lancement en 2018, les ateliers du manager by M6 Campus sont un véritable succès auprès des managers. Treize ateliers agiles de 4 à 7 heures sont complètement ouverts à l'auto-inscription via le Réseau Social d'Entreprise. En 2022, deux nouveaux ateliers construits sur-mesure ont vu le jour : "Agir contre les agissements sexistes et le harcèlement sexuel" et "Repérer les facteurs de stress au travail".

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". Ces ateliers complètement ouverts à l'auto-inscriptions permettent aux managers de repartir sur un temps court avec une boîte à outils concrète et de partager leurs sujets managériaux de leur quotidien avec d'autres managers du Groupe.

Nouveau catalogue de formations RSE

Depuis la fin d'année 2021, un nouveau catalogue de formation dédié à RSE a été intégré dans l'offre de formation de M6 Campus, organisme de formation interne du Groupe M6. Ce catalogue a pour objectif de sensibiliser les collaborateurs aux problématiques sociétales et environnementales et accompagner les changements de pratiques dans les métiers. Les formations suivantes ont été ajoutées:

- Agir contre les agissements sexistes et le harcèlement sexuel : module de trois heures disponible à travers les ateliers du manager. Ce sont 110 salariés qui ont été formés en 2022.
- Parcours écoprod : une journée de formation dispensé par l'association Ecoprod autour de la production audiovisuelle responsable (plus d'informations dans le chapitre dédié à l'écoproduction).
- Atelier "Fresque du numérique" : atelier de trois heures visant à sensibiliser aux impacts environnementaux et éthiques du numérique et aux solutions individuelles et collectives pour adapter ses pratiques. Deux ateliers pilotes organisés en 2022, ce sont 20 salariés qui ont été formés; un déploiement à plus large échelle est prévu au cours de l'année 2023 à destination des collaborateurs en charge des projets numériques.
- Atelier "Fresque du climat" : atelier de trois heures visant à sensibiliser aux enjeux du changement climatique à partir des données du GIEC. Il permet d'identifier les solutions individuelles et collectives à mettre en œuvre pour passer à l'action. Ce sont 748 salariés qui ont été formés en 2022, soit 43% des effectifs¹ en date du 31 décembre 2022.

Ce catalogue sera progressivement étoffé avec des modules en présentiel et en e-learning.

Focus sur la Fresque du Climat

Depuis le début d'année 2022, le Groupe M6 a lancé un ambitieux programme de sensibilisation des collaborateurs aux enjeux du changement climatique. L'objectif est de faire prendre conscience de l'urgence climatique et amener chaque collaborateur à questionner ses pratiques aussi bien individuelles que dans son métier. Le déploiement des ateliers Fresque du Climat fait partie intégrante du plan d'action RSE élaboré par le Groupe M6 en 2021, plus précisément, dans le cadre de la feuille de route "Empreinte carbone" (cf. chapitre dédié).

La Fresque du Climat vise à faire comprendre, en seulement 3h, les chiffres du GIEC (Groupe Intergouvernemental d'Experts sur l'évolution du Climat) sous un format ludique et pédagogique. A partir d'un jeu de 42 cartes, les participants sont amenés à tracer les liens de cause à effet entre les différents phénomènes climatiques et leurs conséquences sur nos écosystèmes. Dans un deuxième temps, les participants réfléchissent à des solutions à mettre en œuvre dans leur quotidien et au sein de l'entreprise.

Sensibilisés dès les premiers ateliers, les membres du COMEX ont décidé de le proposer à l'ensemble des collaborateurs du Groupe M6. L'objectif fixé est de sensibiliser 100% des collaborateurs d'ici fin 2023, y compris les journalistes des rédactions.

Pour cela, 24 collaborateurs issus de tous les départements de l'entreprise (Direction Juridique, Direction des ressources humaines, Rédaction RTL et M6, Direction financière, Bedrock, M6 Publicité, Direction générale, Direction des antennes, Direction des systèmes d'information, Direction de l'Engagement, 6Play, Secrétariat général des programmes) ont été formés à l'animation de l'atelier, par l'association Fresque du Climat. En tant que "fresqueurs" en interne pour le Groupe, ils agissent comme des passeurs de relais auprès de l'ensemble des collaborateurs du Groupe.

Entre février et décembre 2022, 748 collaborateurs ont été formés aux enjeux du dérèglement climatique, soit 43% des effectifs en date du 31 décembre 2022. Au cours de ce moment d'échange, les collaborateurs sont incités à proposer des actions à mettre en œuvre au sein de leurs équipes et plus globalement, à l'échelle de l'entreprise. La Direction de l'Engagement coordonne ensuite des échanges avec les Directions concernées afin d'évaluer la faisabilité des propositions et les dispositions de leur mise en œuvre.

1 Hors Bedrock, LTI Vostok, Stéphane Plaza France et Ctzar

7.1.3 Diversité et égalité des chances

7.1.3.1 ÉGALITÉ FEMME-HOMME

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.

	2021	2022
Part des femmes dans l'effectif total	52 %	52 %
Part des femmes recrutées en CDI	51 %	53 %
Part des femmes parmi les cadres	56 %	57 %
Part des femmes parmi les managers	47 %	46 %
Part des femmes parmi les postes de direction	43 %	43 %
Part des femmes parmi les membres du Comité de Direction	29 %	31 %
Part des femmes ayant bénéficié d'une formation	54 %	62 %

En 2022, Métropole Télévision et l'UES Jeunesse ont conclu respectivement un accord relatif à l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes pour une durée de 3 ans qui s'inscrit dans le prolongement des accords d'entreprise signés en 2019. En effet, Métropole Télévision et l'UES Jeunesse ont souhaité faire perdurer les actions entreprises entre 2019/2021 et apporter de nouvelles mesures concrètes pour corriger les déséquilibres existants afin d'atteindre une représentation équilibrée entre les femmes et les hommes. Par ailleurs, les UES SND, Musicales et C.Productions ont fixé en 2022 des objectifs de progression au travers d'avenants à leurs accords d'entreprise.

Enfin, les autres filiales du Groupe M6 poursuivent leurs actions en matière de lutte contre les inégalités professionnelles entre les femmes et les hommes conformément aux dispositions de leurs accords d'entreprise conclus en 2020.

En octobre 2022, sur une initiative du Comex Jeunes, le Groupe M6 a lancé un programme de mentorat féminin. Des mentors, membres du Codir ou cadres dirigeants issus de toutes les entités du groupe partagent leur expérience au profit de la mentorée. Durant 9 mois, dans un climat de bienveillance, de confiance et de confidentialité, ils dialoguent et évoquent

toutes les situations pouvant être rencontrées dans une carrière. L'objectif de ce processus d'accompagnement individuel pour les collaboratrices mentorées ? Prendre confiance, développer son réseau et oser.

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 93 points sur 100 pour Métropole Télévision et 89 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.

7.1.3.2 JEUNES TALENTS

A. 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. Ils sont nommés pour une durée comprise entre 12 et 24 mois. 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 deux ans 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

depuis sa création comme la politique RSE, la digitalisation des process le processus d'accueil des nouveaux collaborateurs, une utilisation à 360° des programmes, ou encore un programme de mentoring au féminin.

Plus largement, ce Comex Jeunes bouscule sainement les stéréotypes, fait évoluer les plus sceptiques sur la vision de l'entreprise et ce qu'en attendent les plus jeunes collaborateurs du Groupe.

B. JEUNES DIPLÔMÉS

	2021	2022
Nombre de stagiaires accueillis sur la période pour 3 à 6 mois	222	271
Part des anciens stagiaires recrutés en CDD ou CDI	17 %	15 %
Nombre d'alternants accueillis dans l'année	114	138
- Apprentissage	79	110
- Professionnalisation	35	28

Le Groupe M6 s'est hissé à la 3^e place du classement "HappyIndex@Trainees Alternance 2023" sur la catégorie "Plus de 100 alternants" et place le Groupe M6 en tête des groupes de médias en France. Le Groupe M6 a aussi obtenu pour la

6^e année le label "HappyIndex@Trainees" sur la catégorie "Stagiaires et alternants". Ces distinctions viennent souligner la qualité de l'accueil et de l'accompagnement des stagiaires et alternants tout au long de leur parcours au sein du Groupe.

C. ATTRACTIVITE AUPRES DES JEUNES

Plusieurs éléments ont contribué en 2022 à développer l'attractivité du Groupe M6 auprès des futurs talents :

- Les résultats en forte hausse du classement HappyIndex@Trainees (note de 4,23/5) dans la catégorie "Stagiaires et alternants" ont fortement renforcé l'attractivité du Groupe auprès des Jeunes.
- La refonte complète de nos événements d'accueil et de suivi de nos stagiaires et alternants a permis une plus grande proximité avec les étudiant(e)s accueilli(e)s.
- La recherche du maintien des stages d'observation (collèges et lycée) 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.
- Le maintien des concours à destination des étudiants :
 - #PrixMoJoM6 sur M6 : Julien Errard, étudiant à l'IPJ Dauphine gagnant de la 6^e édition un CDD d'un an au sein de la Rédaction Nationale de M6. Après un processus de sélection sur dossier, 6 finalistes ont été 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 : Arthur Pereira, de l'IPJ Paris a été désigné lauréat de l'édition 2022 par le jury composé de journalistes de la rédaction RTL et a remporté un CDD d'un an au sein de la Rédaction Nationale 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.
- La présentation des activités du Groupe M6 à des promotions de Master spécialisés dans les médias (dans nos locaux ou en distanciel) reste un levier d'attractivité stratégique pour ses enjeux business.

D. SOUTIEN A L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES JEUNES ISSUS DE QUARTIERS PRIORITAIRES DE LA VILLE ET DE LA RURALITE

En octobre 2022, le Groupe M6 a lancé, en partenariat avec l'association Nos quartiers ont du talent (NQT), un programme de parrainage pour accompagner vers l'emploi (CDI, CDD ou entrepreneuriat) des jeunes issus de quartiers prioritaires de la ville (QPV), de milieux ruraux ou sociaux modestes.

Dans le cadre de ce partenariat, une vingtaine de collaborateurs expérimentés, provenant de tous les métiers du Groupe M6, parrainent des jeunes du dispositif NQT. A travers des rencontres mensuelles, les parrains et marraines ont pour objectif de donner à leur filleul.e.s une vision réaliste du monde du travail, des codes et savoir-être en entreprise ; de favoriser le développement de la confiance en soi ; partager leurs retours d'expérience professionnels ; aider leur filleul.e.s à se positionner sur le marché du travail et à constituer un réseau.

En intégrant le dispositif, ces jeunes (diplômés à Bac+3 et plus, âgés de moins de 30 ans) bénéficient d'un suivi personnalisé, piloté par NQT et soutenu par un réseau de partenaires privés, leur donnant accès à des ateliers individuels et collectifs, des visites en entreprise, des rencontres sur des forums d'emploi, ainsi que des accès à des plateformes pédagogiques en e-learning.

C'est également une expérience riche pour les parrains et marraines, une opportunité de rencontrer des profils variés et créer un potentiel vivier de recrutement.

Depuis 2006, plus de 60 132 jeunes ont déjà été accompagnés par l'association, dont 61% de femmes. En moyenne, environ 70% d'entre eux décrochent un contrat à la hauteur de leurs aspirations en six mois (étude d'impact, 2020).

E. STAGIAIRES ET ALTERNANTS

Au-delà du nombre important d'opportunités offertes aux stagiaires et alternants, il tient à cœur au Groupe M6 d'accueillir et d'accompagner leur expérience au sein du Groupe :

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.

- En organisant des "Welcome Day" dans les 1^{ers} jours de l'arrivée des stagiaires/alternants. Ces sessions, proposées aux jeunes recrues, leur permettent de développer leur connaissance du Groupe, de comprendre les activités et les métiers du Groupe, de créer leur premier réseau professionnel, et de démarrer leur stage ou alternance avec toutes les clés pour réussir.
- En les préparant 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

- En mesurant leur satisfaction ; pour la 6^e année consécutive, le Groupe M6 a reçu le label "HappyIndex@Trainees" , réalisé par la société choosemycompany.com. Ce label récompense l'accueil, l'intégration et l'accompagnement des stagiaires et alternants au sein du Groupe M6.

7.1.3.3 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.

	2021	2022
Nombre de travailleurs en situation de handicap	38	54

Effectif CDI/CDD au 31/12/2022, hors périmètre Bedrock, Ctzar, Sociaddict et LTI Vostok.

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

Pour renforcer cet engagement et se donner davantage de moyens, le Groupe a signé, en 2017, pour les dix ans de la Mission Handicap, son premier Accord Handicap triennal ; cet engagement a été renouvelé et renforcé en 2020, par la signature d'un second accord, élargi à l'ensemble des sociétés ayant intégré le Groupe depuis 2018, pour les années 2020 à 2022.

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.

L'année 2022 se clôture sur un bilan extrêmement positif de l'Accord Handicap du Groupe, avec des engagements de recrutement et d'achats responsables largement dépassés : cette politique désormais bien ancrée, a permis, grâce aux embauches et aux déclarations volontaires, d'augmenter le taux d'emploi des personnes en situation de handicap de près de 1 point entre 2020 et 2022.

A. RECRUTEMENT

En 2022, le Groupe a recruté 10 personnes en situation de handicap dont 3 en 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 les engagements de recrutements de l'Accord Handicap 2020-2022 ont largement été dépassés avec 35 recrutements effectifs dont 9 en CDI pour un objectif initial de 20 recrutements dont 2 en CDI.

B. 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.

En 2022, 11 nouveaux collaborateurs ont ainsi fait une démarche de Reconnaissance de la Qualité de Travailleurs Handicapés et au total sur la durée de l'accord 2020-2022 ce sont 23 nouveaux salariés qui ont obtenu ce statut.

Pour optimiser son rayonnement au sein du Groupe, la Mission Handicap a lancé en juin 2022 son dispositif Ambassadeurs.

Au sein du groupe, 12 ambassadeurs ont ainsi fait acte de candidature pour accompagner sur le terrain la Mission Handicap dans les projets qu'elle mène. Ils conservent ainsi leur mission de relais de communication interne et externe qui consiste notamment à :

- Participer aux réunions trimestrielles organisées par la Mission Handicap,
- Être un relais d'information,
- Promouvoir l'Accord Handicap auprès des collaborateurs,
- Contribuer et participer à l'organisation d'événements internes,
- Partager de bonnes pratiques.

Pour leur permettre de mener à bien leur mission, des outils et des informations pratiques leurs sont transmis lors de réunions trimestrielles proposées par la Mission Handicap.

C. 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.).

Communications ciblées autour des Journées Mondiales handicap

À l'occasion de plusieurs Journées Mondiales – cancer, endométriose, polyarthrite rhumatoïde –, la Mission Handicap a témoigné son soutien renouvelé à ses collaborateurs concernés par ces handicaps ou pathologies.

Ces communications ciblées ont également 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 se questionner sur la pertinence d'une Reconnaissance de la Qualité de Travailleur Handicapé (RQTH), et pour certains de s'engager dans les démarches nécessaires auprès de leur Maison Départementale pour les Personnes Handicapées (MDPH).

Atelier Terrarium en partenariat avec un ESAT

En mars 2022, à l'occasion du printemps, 48 collaborateurs du Groupe ont pu participer à un atelier de 30 minutes afin de réaliser leur propre terrarium, en suivant les conseils d'un travailleur en situation de handicap exerçant en ESAT.

Cette dynamique inhabituelle a eu un effet positif sur la prise de confiance des travailleurs d'ESAT, et a également permis aux collaborateurs du Groupe, par cet échange avec une personne en situation de handicap, de comprendre ses contraintes, et ainsi de déconstruire certains stéréotypes : de la rencontre est né l'échange, levier essentiel pour changer les mentalités.

Atelier de mise en situation via des casques de réalité virtuelle

Le Groupe participe chaque année à la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées et à cette occasion, les collaborateurs ont pu participer à un atelier de mise en situation via des casques de réalité virtuelle.

En groupe pendant 30 minutes, ils ont ainsi pu expérimenter virtuellement des situations de handicap, face à des défis d'audition, de vue, de dyslexie, de dépression ou bien encore d'obésité.

Durant la session, ces mises en situation étaient accompagnées de chiffres clés et de bonnes pratiques. En toute fin d'atelier, un débrief était animé par la responsable de la Mission Handicap et l'animateur de l'évènement afin de faire réagir les participants et d'approfondir certains points.

D. 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. Le Groupe M6 en a fait un de ses engagements prioritaires dans son second Accord Handicap.

Sur la durée de l'accord 2020-2022, ce sont 340k€ de chiffres d'affaire qui ont été confiés à ce secteur des achats responsables.

7.1.3.4 PERSONNES AYANT CONNU UN ÉPISODE CARCÉRAL

Dans la lignée de sa Fondation, dédiée depuis 2010 à la réinsertion des personnes détenues, le Groupe M6 affirme sa volonté de construire des ponts entre univers carcéral et monde de l'entreprise.

La Fondation a lancé en 2021 la "Journée de découverte de l'entreprise" : cette proposition inédite a pour ambition d'ouvrir les portes du monde de l'entreprise à des personnes en recherche d'un emploi après un épisode carcéral. Cette journée leur permet de s'approprier les codes du monde du travail au contact des collaborateurs. Depuis la 1^{re} édition en septembre 2021 et avec 4 journées organisées en 2022, 29 collaborateurs se sont mobilisés pour accueillir 35 personnes en recherche d'emploi, dans les locaux du Groupe à Neuilly-sur-Seine : après la découverte des locaux et métiers du Groupe et la participation à plusieurs ateliers visant à leur faire gagner confiance en leurs capacités, les participants bénéficient de

DuoDay

Pour le DuoDay 2022, le Groupe M6 a une nouvelle fois mobilisé ses équipes en accueillant près d'une vingtaine de stagiaires le jeudi 17 novembre 2022. Chacun de ces stagiaires, en situation de handicap, a formé un binôme avec un(e) collaborateur(trice) du Groupe M6 afin de 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 parcours professionnel étudié par la Direction des Ressources Humaines, afin d'identifier si des opportunités de postes sont en adéquation avec les besoins du Groupe et les attentes des candidats.

Ainsi, en 2022 suite à l'édition de 2021, 3 personnes ont été recrutées : 1 stagiaire de 6 mois, 1 alternant de deux ans et 1 en CDI.

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 rendez-vous incontournable pour bon nombre de collaborateurs.

Par ailleurs, pour promouvoir ce type de prestataires, la Mission handicap a organisé lors de la Semaine Européenne pour l'Emploi des personnes handicapées un atelier de réparation de vélo avec l'entreprise adaptée l'Atelier de la Vilette.

Ainsi, 20 salariés ayant pris rendez-vous au préalable ont pu faire réviser leur vélo et bénéficier de conseils des deux travailleurs de l'entreprise adaptée qui tenaient le stand. Des échanges conviviaux et formateurs à tous points de vues.

conseils RH pour présenter leur parcours et projet professionnel. Des conseils utiles à leur recherche d'emploi et des rencontres qui font bouger les représentations du côté des invités comme des collaborateurs investis.

Par ailleurs, dans un souci d'exemplarité auprès du monde de l'entreprise, le Groupe a poursuivi en 2022 sa démarche d'embauche de personnes ayant connu un épisode carcéral. Favorisant une approche progressive – immersion, alternance, CDD, CDI – cette démarche s'est enrichie en 2022 par la rédaction d'un ensemble de "Co-Engagements pour favoriser la prise de poste au sein du Groupe M6". Partagée au moment de l'entrée en poste, il pose les modalités d'intégration et de suivi entre le nouvel embauché, son manager, la DRH, la Fondation, et le cas échéant l'association en charge de l'accompagnement socio-professionnel du nouvel embauché.

7.1.4 Fondation d'entreprise du Groupe M6

7.1.4.1 LA FONDATION, ACTEUR DE LA RÉINSERTION PROFESSIONNELLE

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. Pour son mandat actuel - 2020 à 2025 - 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 2022 une vingtaine d'associations qui interviennent au plus près des bénéficiaires, et piloté elle-même des projets en partenariats avec l'administration pénitentiaire. Elle poursuit également un second but : avoir un effet d'entraînement sur les entreprises quant à l'embauche des sortants de prison, notamment en partageant l'expérience du Groupe M6 en matière d'intégration d'anciens détenus dans ses effectifs.

Chiffres-clés 2022

- 21 projets associatifs accompagnés
- 2 projets opérés par la Fondation : *Au-delà des lignes, Impulse le changement*
- 54 établissements pénitentiaires touchés
- 12 actions en milieu ouvert
- 70 interventions de collaborateurs dans les projets
- 500 K€ de budget annuel

7.1.4.2 LES ACTIONS EN FAVEUR DES PERSONNES SORTANT DE PRISON

A. L'EMPLOI COMME LEVIER DE RÉINSERTION

La Fondation soutient des programmes de réinsertion par l'emploi et la formation : en 2022, elle a ainsi soutenu 7 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. Parmi elles, plusieurs structures d'insertion par l'activité économique (IAE) : les structures d'insertion par l'activité économique ont pour mission de permettre aux personnes les plus éloignées du marché du travail de bénéficier d'une remise à l'emploi et d'un accompagnement social et professionnel individuel renforcé pour faciliter leur insertion professionnelle. Elles constituent un tremplin vers le marché du travail dit "classique".

Après une expérimentation menée dès 2016 avec le soutien de la Fondation du Groupe M6, le ministère de la Justice et le ministère du Travail, du Plein emploi et de l'Insertion se mobilisent pour le déploiement de l'insertion par l'activité économique en prison. Dix-sept structures d'insertion par l'activité économique étaient implantées en établissements pénitentiaires mi 2022. La Fondation du Groupe M6 a apporté son soutien à deux d'entre elles : L'Université du Café et Les Beaux Mets.

B. L'UNIVERSITÉ DU CAFÉ, UN CAFÉ AU GOÛT DE LIBERTÉ

Un café issu de l'agriculture raisonnée et du commerce équitable, 100% torréfié et conditionné par des personnes détenues en insertion au cœur d'un atelier installé à la Maison d'arrêt de Fleury-Mérogis... C'est le pari relevé depuis janvier 2022 par l'association l'Université du Café : celle-ci formera à terme 20 personnes détenues par an aux métiers du café, *barista* et torréfacteur, avec pour objectif de les remobiliser vers l'emploi et de les accompagner dans la préparation de leur sortie de détention. La Fondation du Groupe M6 a apporté son soutien à l'Université du Café dès son ouverture entre les murs de la plus grande maison d'arrêt d'Europe, à Fleury-Mérogis, en janvier 2022.

- 14 opérateurs accompagnés ;
- 14 d'entre eux ont obtenu la certification internationale "SCA - Specialty Coffee Association" ;
- 8 opérateurs sortis de prison dont 5 en emploi ou en création d'entreprise ;
- 500 kg de "Café Fleury" torréfié.

C. LES BEAUX METS, UN RESTAURANT D'INSERTION À L'INTÉRIEUR DE LA PRISON

Opéré par l'association Festin, le restaurant Les Beaux Mets – implanté au Centre pénitentiaire des Baumettes à Marseille – vise l'insertion d'une quarantaine de personnes détenues par an, par le biais des métiers de la cuisine et du service. Premier restaurant en détention ouvert au public en France, il contribue à l'inclusion sociale et professionnelle des personnes incarcérées. Ouvert au public depuis le 15 novembre 2022, la

Fondation du Groupe M6 a apporté son soutien aux Beaux Mets dès 2021, accompagnant ainsi la dernière phase d'ingénierie du projet : articulation avec les interlocuteurs pénitentiaires, recrutement de l'équipe encadrante, définition du parcours d'insertion, modèle économique...

- 19 salariés en insertion accompagnés ;
- 700 couverts entre l'ouverture mi-novembre et fin décembre.

D. LES ALTERNATIVES À L'INCARCÉRATION

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. La Fondation du Groupe M6 s'est par ailleurs positionnée dès 2021 sur un projet innovant de prise en charge les auteurs de violences conjugales, dans ce même cadre d'une alternative à l'incarcération.

E. LE SOUTIEN AUX FERMES EMMAÛS, LIEU DE "RÉAPPRENTISSAGE" DE LA LIBERTÉ

Parmi les 8 associations soutenues en 2022 pour le développement des alternatives à l'incarcération, deux fermes agro-écologiques du réseau Emmaüs ont été accompagnées par la Fondation du Groupe M6 : la Ferme Emmaüs Maisoncelle (département de la Vienne), et la Ferme Emmaüs Lespinassière (département de l'Aude).

À travers l'exploitation d'une ferme agro-écologique, celles-ci proposent un travail rémunéré dans le cadre d'un chantier d'insertion, un logement et un accompagnement social soutenu aux personnes en réinsertion afin qu'elles reconstruisent leurs liens familiaux - 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.

Ferme Emmaüs Lespinassière

Après un 1^{er} soutien à son démarrage en 2017, la Fondation du Groupe M6 a accompagné la Ferme Emmaüs Lespinassière en 2022 dans une nouvelle étape de sa croissance : le développement d'une nouvelle activité "bois" qui lui permettra

de consolider son modèle économique tout accompagnant le développement de nouvelles compétences par les salariés en insertion. Après un temps de conception et d'investissement en 2022, ce projet vertueux qui revalorise la filière de bois locale issue de la forêt des montagnes noires, démarrera au printemps 2023 avec la production de "ganivelles", barrières en châtaignier destinées à l'aménagement côtier et paysager.

- 13 hommes sous main de justice accueillis
- 5 sont sorties du dispositif dont 2 personnes en emploi
- 11 bénévoles

Ferme Emmaüs Maisoncelle

La Fondation a par ailleurs accompagné en 2022 le démarrage de la Ferme Emmaüs Maisoncelle : après une période d'aménagement des locaux et de préparation des terres dédiées au maraichage, les premiers résidents-salariés seront accueillis à la ferme début 2023, avec une montée en charge progressive jusqu'à 12 résidents-salariés à partir de 2024.

- 42 candidatures d'hommes sous main de justice pour être accueillis à la ferme
- 6 immersions réalisées en vue d'une intégration future
- 20 bénévoles

F. INNOVER DANS LA PRISE EN CHARGE DES AUTEURS DE VIOLENCES CONJUGALES

Sollicitée par l'association RIVHAJ, la Fondation du Groupe M6 a accompagné en 2021-2022 la création d'un Centre pour Auteurs de Violences Conjugales (CPCA) porté par cette association spécialiste de l'hébergement et de l'accompagnement social vers le logement, dans le département de l'Isère. Lauréate de l'appel à projets du ministère délégué à l'Égalité entre les femmes et les hommes, à la Diversité et à l'Égalité des chances (suite au Grenelle des violences conjugales de 2019), RIVHAJ a conçu et ouvert ce dispositif innovant en mars 2022 : couplé à un suivi judiciaire, il conjugue hébergement temporaire (l'éviction du conjoint violent permettant de protéger la victime), accompagnement social global, participation à un groupe thérapeutique et suivi psychologique en séances individuelles. Soixante auteurs de

violences conjugales seront accompagnés à terme chaque année (dont 30 seront hébergés) par RIVHAJ. Majoritairement condamnés pour la 1^{ère} fois pour ce type de faits, ceux-ci sont orientés par les tribunaux locaux – Vienne et Bourgoin-Jallieu – dans le cadre de mesures alternatives à l'emprisonnement. Les auteurs de violences conjugales en démarche volontaire peuvent également être pris en charge.

- 8 logements aménagés pour héberger les bénéficiaires,
- 29 hommes sous main de justice accompagnés (dont 6 hébergés),
- 4 hommes en démarche volontaire accompagnés,
- 4 groupes thérapeutiques réalisés pour 15 personnes.

7.1.4.3 UNE FONDATION OPÉRATRICE, À L'INITIATIVE DES PROJETS

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 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.

A. CONCOURS "AU-DELÀ DES LIGNES" : RELANCER LE GOÛT D'APPRENDRE PAR L'ÉCRITURE

Partant du constat que 17,3% 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'Education 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) va à la rencontre des participants afin de partager autour de la place des mots dans la vie de chacun et désacraliser l'écriture.

Pour la 7^e année consécutive, entre janvier et mars 2022, 384 hommes, femmes et mineurs ont pris la plume, dans 44 établissements pénitentiaires, osant, souvent pour la

première fois, produire un texte, encouragés par leurs enseignants. Trente-sept rencontres ont réuni membres du jury et participants, à l'occasion desquelles tous ont partagé autour du plaisir des mots et de conseils pour se lancer dans l'écriture. Vingt lauréats ont été récompensés lors d'une cérémonie qui s'est tenue fin juin à la Direction de l'Administration pénitentiaire en présence des membres du jury et d'enseignants de l'Education nationale mobilisés cette année.

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 384 participants.

B. APPEL À PROJET : "IMPULSE LE CHANGEMENT" AUTOUR DE L'ÉCO-CITOYENNETÉ

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 pour la 2^{ème} édition en 2022 l'appel à projets *Impulse le changement* à destination des personnes incarcérées portant un projet environnemental ayant un impact environnemental positif au sein de leur établissement pénitentiaire.

Parmi les 20 établissements pénitentiaires candidats, 5 finalistes ont été présélectionnés par 13 collaborateurs du Groupe M6. Cette plongée dans l'analyse des projets a été une occasion inédite pour eux de découvrir la prison autrement, sous l'angle d'initiatives environnementales.

Un jury final s'est réuni le 19 octobre dernier, au sein du Groupe M6 à Neuilly-sur-Seine, composé d'experts de l'environnement, membres de l'Administration pénitentiaire, du Ministère de la transition écologique et journalistes du Groupe M6. Ils ont échangé en visio avec les 5 groupes finalistes préparés préalablement à la prise de parole en public par l'association *Toi-même tu parles*.

Cette expérimentation avait pour objectif de démontrer qu'en prison aussi, il est possible de contribuer à la préservation de l'environnement. Les deux groupes lauréats recevront une dotation pour mettre en œuvre leur projet environnemental en prison. Un atelier "Fresque du climat" de 3 heures leur sera également proposé, entre les murs de la prison, afin d'appréhender les enjeux climatiques : une façon pour eux de s'emparer un peu plus encore de leur éco-citoyenneté.

7.1.4.4 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 citoyens.

En 2022, près d'une cinquantaine de collaborateurs différents sont intervenus à 70 reprises 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 de la Fondation du Groupe M6.

Parmi les deux principales opportunités de s'associer aux actions de leur Fondation pour eux : la participation aux jurys de sélection de l'appel à projets *Impulse le changement* et leur mobilisation lors des 3 journées de découverte de l'entreprise organisées au sein du Groupe M6 par la Fondation : d'anciens détenus en recherche d'emploi ont été accueillis, le temps d'une journée, par des collaborateurs dans les locaux de Neuilly-sur-Seine. Visite des lieux emblématiques, ateliers pour prendre en confiance en eux, simulations d'entretiens et conseils RH pour optimiser la présentation de leur parcours et leur projet professionnel... chacune de ces journées repose sur le concours des collaborateurs investis.

La Fondation entend renouveler ces expériences de construction de ponts entre univers carcéral et monde de l'entreprise, et contribuer ainsi plus encore à l'accès à l'emploi et la réinsertion de personnes ayant vécu un épisode de justice.

7.1.5 Empreinte carbone

Depuis plusieurs années, le Groupe M6 a initié un ensemble de pratiques vertueuses visant à réduire ses externalités environnementales. Conscient de l'urgence climatique et avec la création d'une Direction de l'Engagement - en partie dédiée à l'intégration des problématiques environnementales au sein des activités - le Groupe a rehaussé son ambition en faisant de l'empreinte carbone un enjeu prioritaire de son plan d'action RSE.

C'est pourquoi le Groupe M6 a effectué, en collaboration avec le cabinet Axionable au cours du 1er semestre 2022, son premier bilan carbone complet pour l'ensemble des filiales du

Groupe, pour la période de référence du 1^{er} janvier au 31 décembre 2021. Les résultats sont détaillés dans la partie 7.1.5.3 *Bilan carbone complet*. Il s'agit d'une étape structurante et nécessaire pour l'identification d'objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) de l'entreprise. En ce qui concerne les résultats pour la période du 1 janvier au 31 décembre 2022, un nouveau bilan carbone complet est en cours, mais non encore achevé ; c'est pourquoi les premiers résultats 2022 portent sur le Scope 1 (émissions directes), Scope 2 (émissions indirectes liées aux consommations énergétiques) et les déplacements et déchets du Scope 3.

7.1.5.1 LES CONSOMMATIONS D'ÉNERGIE ET LES DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS

A. LES CONSOMMATIONS ÉNERGÉTIQUES ET LES RESSOURCES EN EAU

Par souci de rigueur méthodologique, les résultats présentés ci-dessous ont été calculés à partir de la méthodologie "location-based" c'est-à-dire une méthode de calcul des émissions de CO₂ liées à la consommation d'électricité, utilisant les facteurs d'émissions liés au mix électrique moyen du pays où se situe l'entreprise, par opposition à la méthode "market-based" qui tient compte des facteurs d'émissions liés aux fournisseurs auprès desquels l'entreprise achète son électricité.

Approche Location-based

Scopes	Empreinte carbone scopes 1 et 2 du Groupe M6 (y compris Bedrock et décrochages)	2021	2022	
1	Sources fixes de combustion	379	304	teqCO ₂
1	Sources mobiles à moteur thermique	108	155	teqCO ₂
1	Emissions directes fugitives	55	336	teqCO ₂
2	Consommation d'électricité	463	417	teqCO ₂
3	Energie Amont & Pertes	277	305	teqCO ₂
		2021	2022	
Empreinte carbone Scope 1 & 2 du Groupe M6 (Sièges M6, Bedrock et décrochages)		1 006	1 212	teqCO ₂
Empreinte carbone Scope 3 du Groupe M6 (Sièges M6, Bedrock et décrochages)		277	305	teqCO ₂
Empreinte carbone Energie totale du Groupe M6 (Sièges M6, Bedrock et décrochages)		1 283	1 517	teqCO ₂

Émissions carbone évitées

Depuis 2020, le Groupe M6 a souscrit des contrats d'électricité 100% énergies renouvelables pour l'ensemble de ses bâtiments situés à Neuilly-sur-Seine. Grâce à l'achat de ses contrats d'électricité "100% d'origines renouvelables", le Groupe M6 a pu éviter l'émission de 393 teqCO₂.

Approche Market-based

Scopes	Empreinte carbone scopes 1 et 2 du Groupe M6 (y compris Bedrock et décrochages)	2021	2022	
1	Sources fixes de combustion	379	304	teqCO ₂
1	Sources mobiles à moteur thermique	108	155	teqCO ₂
1	Emissions directes fugitives	55	336	teqCO ₂
2	Consommation d'électricité	36	24	teqCO ₂
3	Energie Amont & Pertes	277	305	teqCO ₂
		2021	2022	
Empreinte carbone Scope 1 & 2 du Groupe M6 (Sièges M6, Bedrock et décrochages)		578	819	teqCO ₂
Empreinte carbone Scope 3 du Groupe M6 (Sièges M6, Bedrock et décrochages)		277	305	teqCO ₂
Empreinte carbone Energie totale du Groupe M6 (Sièges M6, Bedrock et décrochages)		855	1 124	teqCO ₂

Les rejets de CO₂ des Scopes 1 et 2 du Groupe M6 ont augmenté de 20,5 % par rapport à 2021, passant de 1 006 teqCO₂ à 1 212 teqCO₂ en 2022. Cela s'explique par l'augmentation de la consommation en fioul pour les raisons visées ci-dessous, et des consommations d'énergies fugitives liées aux fuites des fluides frigorigènes. En effet, leur consommation a connu une forte hausse suite à des fuites sur des équipements techniques au 56, avenue Charles de Gaulle et 3 Villa Bergerat, qui sont désormais remplacés.

7 DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Le Groupe M6, une entreprise qui grandit

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.

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

Les consommations sont suivies très régulièrement dans tous les domaines et s'établissent en 2022, dans les bâtiments de Neuilly dont le Groupe M6 est propriétaire ou locataire, ainsi que pour le site de Paris Malsherbes comme suit :

Consommations d'énergies	2020	2021	2022
Gaz (en MWh PCS)	1 591	1 910	1 355
Énergie électrique (en MWh)	12 233	10 889	10 302
Achat de fioul (en litres)	3 657	3 188	4 460

* Liés aux consommations directes et indirectes d'énergie, hors Bedrock et décrochages.

Consommations d'eau	2020	2021	2022
Eau (en milliers de m ³)	19 175	22 058	20 583

La consommation d'électricité, indicateur prioritaire du Groupe M6 en matière environnementale, s'inscrit en repli de 5 % en 2022. Cette baisse se poursuit depuis deux ans malgré une reprise d'activité importante et une diminution du télétravail. Des équipements moins énergivores permettent d'assurer ces économies, ce qui s'inscrit dans le cadre du Plan de Sobriété énergétique prévoyant une baisse de la consommation d'énergie en lien avec le chauffage, l'éclairage et les autres équipements. Les baisses énergétiques actuelles reflètent les mesures prises par le Groupe. D'une part, la poursuite d'achat de contrats d'électricité "100% d'origines renouvelables" pour les immeubles de Neuilly, qui représentent la majorité des consommations d'électricité, mais aussi le plan de sobriété énergétique lancé au dernier trimestre 2022.

Parallèlement, les consommations de gaz baissent elles aussi de 29 % par rapport à 2021. Cette diminution s'explique par le remplacement du système de régulation du chauffage sur le bâtiment du 89, avenue Charles de Gaulle, permettant une meilleure gestion globale qui entraîne des économies d'énergie. Il est aussi à noter que ces chauffages ont été moins sollicités en raison des températures plus douces en 2022. Il a en effet été décompté 2173 DJU (Degrés Jours Unifiés) à Paris en 2022, contre 2 238 en 2021, traduisant une rigueur climatique en baisse de 3 % en moyenne.

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. 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.

Les achats de fioul s'inscrivent quant à eux en hausse par rapport à 2021, de près de 40 %. En effet, d'importantes maintenances électriques ont eu lieu et ont entraîné l'utilisation prolongée des groupes électrogènes de secours ; ce qui explique cette hausse significative.

Enfin, les consommations d'eau observent une baisse au sein du Siège. Une diminution de 7 % a été observée, malgré un retour important des collaborateurs sur les sites et l'ouverture permanente des restaurants d'entreprise sur l'année 2022. Un remplacement de blocs sanitaires au sein du bâtiment du 89, avenue Charles de Gaulle permet d'expliquer cette baisse, optimisant les consommations d'eau et limitant les fuites.

Plan de sobriété énergétique

Grâce à plusieurs chantiers initiés depuis 2018, le Groupe M6 a régulièrement réduit sa consommation d'électricité. Dans un contexte marqué par la baisse de l'offre en énergie, et pour répondre à la demande des pouvoirs publics de réduction des consommations énergétiques, le Groupe M6 a mis en place, dès septembre 2022, un plan de sobriété énergétique.

Ce dernier vise à poursuivre les efforts du Groupe en matière d'économie d'énergie en tenant compte de l'impact environnemental du Groupe et de ses besoins réels. Plusieurs mesures simples et efficaces s'appliquent désormais au sein des locaux du Groupe M6. Ensemble, elles permettent d'économiser près de 400 MWh/an.

Mesures liées au chauffage / climatisation

Conformément aux dispositions réglementaires ainsi qu'aux recommandations des pouvoirs publics la température maximale dans les locaux est fixée à 19°C pour la période hivernale. Pour rappel, baisser de 1 degré la température permet de réduire de 7 % la consommation énergétique. En été, la climatisation sera activée uniquement quand la température intérieure atteindra 26 °C.

Tous les systèmes de chauffage et climatisation seront automatiquement désactivés de 22 h à 7 h¹. La température des ballons d'eau chaude des sanitaires est désormais réduite à 55 °C (vs. 65 °C à date).

Mesures liées à l'éclairage

Tous les soirs dès 19h30 et durant les week-ends, les logos extérieurs "Groupe M6" et écrans extérieurs de l'ensemble de nos bâtiments sont désormais éteints. Les luminaires des halls d'accueil des bâtiments aux 89, 107, et 46, avenue Charles de Gaulle sont désormais éteints de 21 h à 7 h².

Les espaces, situés à proximité des fenêtres et disposant par conséquent d'une lumière naturelle (dit "premier jour"), ne sont désormais plus éclairés par défaut. Les collaborateurs peuvent allumer l'espace si besoin à l'aide d'un interrupteur ou utiliser leur lampe individuelle.

Des travaux vont être engagés pour remplacer l'ancien éclairage des parkings par des éclairages LED associés à un système de détection de présence.

Les téléviseurs individuels et installés dans les salles de réunion sont désormais éteints à distance tous les soirs.

Mesures liées aux équipements techniques

À date, les studios TV, le "Grand Studio", le Trafic, le Laboratoire et l'ensemble des bancs de montage sont systématiquement éteints après utilisation.

Dans tous les studios radio, les utilisateurs ont désormais pour consigne, une fois les émissions terminées, d'éteindre systématiquement les équipements techniques (écrans de décor, écrans informatiques et vidéo, émetteurs/récepteurs HF...).

Tous les équipements techniques inutilisés (machines utilisées pour des tests...) sont désormais éteints, y compris les écrans de la régie finale de secours.

Mesures liées aux équipements informatiques

Toutes les stations d'accueil des PC portables sont désormais automatiquement éteintes. Tous les PC fixes sont automatiquement éteints à 23h55 tous les soirs à l'exception des étages techniques et radios du bâtiment 56, avenue Charles de Gaulle (1^{er}, 2^e et 3^e étages) pour assurer la continuité de l'activité.

Une étude approfondie sera lancée pour optimiser les postes de travail et supprimer les doubles écrans lorsque ce n'est pas nécessaire.

L'ensemble des mesures détaillées ci-dessus représentent une économie prévisionnelle de 382 MWh/an.

Relais Ecowatt auprès des collaborateurs

En lien avec sa mission de sensibilisation des collaborateurs et pour contribuer aux mesures d'urgences énergétiques, le Groupe a également relayé auprès des équipes l'application Ecowatt. Créé par l'ADEME et le Réseau de transport d'électricité (RTL), Ecowatt se présente comme une "météo de l'électricité" dont l'objectif est de :

- Informer de la programmation par EDF des éventuelles coupures électriques,
- Faire connaître en temps réel le niveau de consommation électrique des Français,
- Diffuser les bons gestes à adopter en fonction de l'état du réseau électrique et ainsi diminuer les risques de coupure.

En cas de forte tension sur le réseau électrique – signal rouge – le Groupe M6 diffusera sur ses écrans, au sein de l'entreprise, les écogestes préconisés par les pouvoirs publics.

Autres initiatives et gestion 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 le Groupe 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.

1 Hors 56 CDG compte tenu des activités radio et 1^{er} et 2^e étage du 89 CDG pour les installations techniques (serveurs et bancs de montage).

B. LES DÉPLACEMENTS DES COLLABORATEURS

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 2022, 695 collaborateurs, soit 35% des salariés du Groupe, utilisent quotidiennement les transports en commun lors de leurs déplacements domicile-travail.

Par ailleurs, 152 collaborateurs, soit 7,67% 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. A compter du début de l'année 2023, un nouvel accord télétravail devrait voir le jour.

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€. 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 de 83 salles équipées en conséquence contre 42 en 2020.

Déplacements professionnels

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 1er 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.

La masse de CO₂ associée aux déplacements professionnels s'inscrit en nette augmentation pour le transport aérien. La reprise d'activité et donc de tournages à l'étranger explique cette hausse, mais cette valeur reste néanmoins bien inférieure aux données des années pré-covid. La méthode de calcul du poste déplacements professionnel et les facteurs d'émission associés ont changé entre 2021 et 2022 puisque le niveau de granularité de la collecte de données a été étendue aux dépenses déclarées dans les notes de frais en complément des voyages réservés via la plateforme de notre voyageur.

Scopes	Empreinte carbone Déplacements professionnels du Groupe M6 (Sièges M6, Bedrock et décrochage)	2021	2022	
3	Déplacements professionnels M6 (décrochages inclus)	565	2 419	teqCO ₂
3	Déplacements professionnels Bedrock	28	120	teqCO ₂
		2021	2022	
	Empreinte carbone Déplacements professionnels du Groupe M6 (Sièges M6, Bedrock et décrochage)	593	2 538	teqCO ₂
		2021	2022	
	Empreinte carbone déplacements professionnels collaborateurs M6*			
	Empreinte carbone Taxis		331	teqCO ₂
	Empreinte carbone Péage & Parking		22	teqCO ₂
	Empreinte carbone Transport ferroviaire	98	26	teqCO ₂
	Empreinte carbone Transport Terrestre		376	teqCO ₂
	Empreinte carbone Transport aérien	436	1 783	teqCO ₂

* suite à un changement de méthode de calcul, certaines données ne sont pas disponibles pour 2021

Enfin, le Groupe M6 mène une politique très contraignante en matière d'émission de CO2 de son parc de véhicules de société. Après avoir défini en 2014 une limite maximale de 130g/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. Le Groupe poursuit ainsi l'hybridation de son parc automobile, avec une division par deux du nombre de véhicules diesel. Concernant le parc du service technique et de la rédaction, 41.8% des véhicules sont hybrides ou électriques et

le parc de la direction se distingue avec 86,7%. Finalement, l'ensemble du parc s'élève à un peu plus 60,3% de véhicules hybrides ou électriques, en nette augmentation par rapport à 2021 (36%).

Une flotte de vélos électriques partagée a été mise en place en juin 2022 sur l'ensemble des sites de Neuilly, afin d'assurer une partie des déplacements professionnels à l'aide de mobilité douce. 12 vélos sont disponibles, et pas moins de 183 trajets ont été effectués sur ces 6 mois.

7.1.5.2 BILAN CARBONE COMPLET DU GROUPE

De janvier à juin 2022, le Groupe M6 a procédé son premier bilan carbone complet. Il s'agit d'une étape structurante et nécessaire l'identification d'objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) de l'entreprise, pragmatiques et cohérents avec les activités du Groupe.

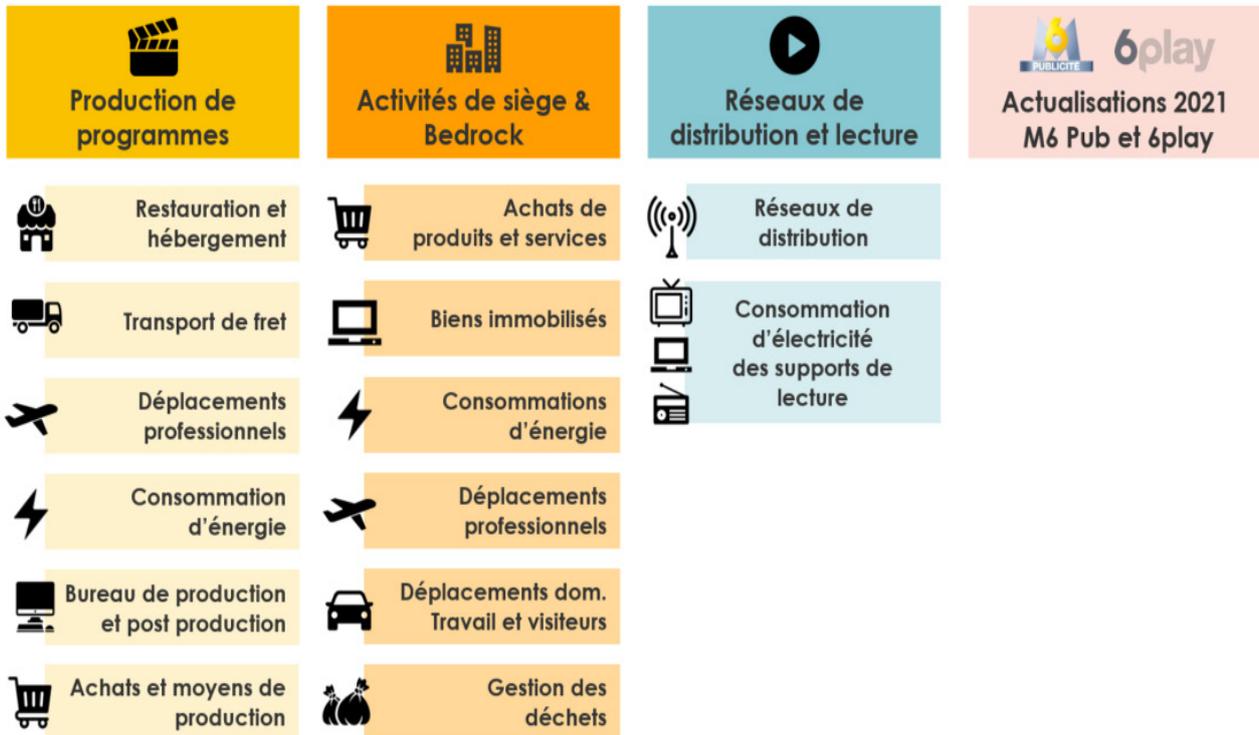
A. MÉTHODOLOGIE

Périmètre

Le bilan carbone mené en 2022 couvre l'ensemble des activités cœur de métier du Groupe, de la production à la distribution de programmes à partir des données de l'exercice 2021 (1^{er} janvier au 31 décembre).

Pendant six mois, plus de 75 contributeurs de toutes les directions du Groupe ont activement contribué au cadrage et à la collecte de données, y compris les sociétés de production externes, également sollicitées.

Cet audit carbone a été mené 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. Ce dernier avait auparavant déjà accompagné 6play et M6 publicité dans la réalisation de leur bilan carbone.



Actualisation des bilans carbone de 6play et M6 Publicité

6play, la plateforme AVOD du Groupe M6, et M6 publicité, sa régie publicitaire avaient déjà mené un audit détaillé de leur bilan carbone au cours de l'année 2021, à partir des données de 2020.

Bilan carbone de 6play

A partir de la méthode Bilan carbone®, les activités de 6play sur les trois scopes ont été évaluées, en intégrant les données de stockage, de diffusion et de lecture des contenus de la plateforme. Pour l'exercice 2022, le bilan carbone de 6play a été actualisé et la méthodologie de calcul approfondie, générant ainsi une légère augmentation des résultats de la plateforme entre 2021 et 2022.

Par ailleurs, grâce aux résultats des bilans carbone, un calculateur carbone plurimédia développé en collaboration avec M6 Publicité, permet depuis 2021 aux annonceurs de 6play, de connaître l'impact précis de la diffusion de leurs campagnes publicitaires sur la plateforme.

Bilan carbone de M6 Publicité

Le bilan carbone Groupe 2022 a également été l'occasion d'actualiser celui de M6 Publicité. En tant que régie publicitaire, l'objectif était à la fois d'accompagner les annonceurs en mesurant l'impact de leurs campagnes, d'identifier des leviers d'action visant à minimiser leur empreinte carbone mais également à déployer des mesures permettant de réduire les émissions de la régie.

Cinq périmètres principaux 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 réalisées par M6 Unlimited (spots TV, radio, digital, billboard de sponsoring, programmes courts, podcast, ...) ;
- Les activités administratives du siège de M6 Publicité (immobilier, services généraux, énergie, déchets, ...).

B. RÉSULTATS GLOBAUX

Afin d'avoir une vision la plus précise possible des émissions associées aux activités du Groupe M6, deux méthodes de présentation ont été retenues.

Résultats par scope selon le référentiel ADEME

Conformément au référentiel ADEME basé sur la méthode Bilan Carbone®, la première approche consiste en une présentation des résultats officiels des émissions de gaz à effet de serre sur les Scope 1, 2, 3a et b. La répartition ci-dessous indique que la majorité des émissions de gaz à effet de serre générées par les activités du Groupe se situent au niveau du Scope 3 (activités indirectes, amont et aval).

Scope 1 *– postes 1 à 5	0,2%
Scope 2 *– postes 6 et 7	0,2%
Scope 3 – postes 8 à 23	99,6%

(*) hors émissions liées à l'amont et aux pertes d'énergie, qui sont comptabilisés en scope 3.

En plus d'actions spécifiques visant à diminuer l'empreinte carbone des activités de diffusion et de production de M6 Publicité, un catalogue d'offres publicitaires est proposé aux annonceurs depuis cette année, s'appuyant, entres autres, sur des critères environnementaux stricts établis par l'ADEME. Il donne aux annonceurs la possibilité de valoriser les engagements de leurs produits et services, tout en encourageant les comportements de consommation responsables (cf. partie 7.2.3 *Publicité responsable*).

Prise en compte de Bedrock

Les résultats des calculs concernant Bedrock, partenaire technologique de 6play, ont été intégrées au bilan carbone global à hauteur de 50% de l'impact carbone du siège de Bedrock à Lyon. En effet, la société est détenue à 50% par le Groupe M6 et les équipes sont réparties à Lyon et au sein des bureaux situés à Neuilly.

Exclusion volontaires

Bien qu'exhaustif, ce premier bilan carbone complet se concentre sur les postes d'émissions les plus significatifs et pour lesquels les données étaient disponibles au moment de la collecte. Les périmètres ayant fait l'objet d'exclusions volontaires seront progressivement intégrés au fil des exercices.

Répartition des émissions de GES par Scope (1, 2, 3a et b)

Ces exclusions portent sur :

- Les activités de diversification ;
- La distribution et la lecture TV et radio à l'international ;
- La distribution et lecture radio traditionnelle via DAB ;
- La distribution et lecture via sites externes (par exemple facebook, snapchat, etc...) ;
- Le stockage externe des contenus SND & M6 film ;
- Les activités de distribution de SND ;
- Les activités de production de Golden network (entité de SND).

Ce Scope 3 comprend l'essentiel des activités de l'entreprise, notamment les émissions liées aux produits achetés, bien immobilisés, déchets générés par l'entreprise, déplacements professionnels, y compris des visiteurs et clients, les trajets domicile-travail, la production et la distribution des programmes ainsi que leur visionnage par les publics.

Détails de la répartition des émissions

	Postes d'émissions	Équivalent Groupe M6	En teqCO2
Scope 1	1 - Emissions directes des sources fixes de combustion	Émissions liées à la consommation de gaz et fioul du Groupe M6	379
	2- Emissions directes des sources mobiles à moteur thermique	Émissions liées à la consommation de carburant dans les véhicules d'entreprise du Groupe M6	108
	4- Emissions directes fugitives	Émissions liées aux fuites de fluides frigorigènes du Groupe M6 (climatisation notamment)	55
Scope 2	6- Emissions indirectes liées à la consommation d'électricité	Émissions liées à la consommation d'électricité du Groupe	463
	8- Emissions liées à l'énergie non incluses dans les postes 1 à 7	Emissions liées aux pertes et énergie amont liées à la distribution d'électricité	277
Scope 3	9- Achats de produits ou services	Emissions liées aux achats relatifs au fonctionnement interne du Groupe et achats des entités de productions	50 619
	10- Immobilisations de biens	Émissions liées à la fabrication des machines et équipements immobilisés par l'activité du Groupe M6	1 241
	11- Déchets	Émissions liées au traitement de fin de vie des déchets produits par M6	361
	13- Déplacements professionnels	Emissions liées aux déplacements professionnels des collaborateurs du Groupe M6	593
	16- Transport des visiteurs et des clients	Emissions liées aux déplacements des clients et visiteurs du Groupe M6	4
	17- Transport de marchandise aval	Emissions liées à la diffusion des contenus et publicités et stockage externe 6play et M6 Pub	62 087
	22- Déplacements domicile-travail	Emissions liées aux déplacements domicile-travail des collaborateurs de M6	1 414

Émissions carbone évitées

Depuis 2020, le Groupe M6 a souscrit des contrats d'électricité 100% énergies renouvelable pour l'ensemble de ses bâtiments situés à Neuilly. Grâce à ces nouvelles sources d'énergies ainsi qu'un renouvellement progressif de sa flotte de véhicule, le Groupe réduit continuellement son empreinte carbone.

Par souci de rigueur méthodologique, les résultats présentés ci-dessous ont été calculés à partir de la méthodologie "location-based" c'est-à-dire une méthode de calcul des émissions de CO₂

liées à la consommation d'électricité, utilisant les facteurs d'émissions liées au mix électrique moyen du pays où se situe l'entreprise, par opposition à la méthode "market-based" qui tient compte des facteurs d'émissions liés aux fournisseurs auprès duquel l'entreprise achète son électricité.

Grâce aux contrats d'électricité issue d'énergies renouvelables, le Groupe M6 réalise chaque année une économie de 463 tonnes de d'équivalent CO₂, soit 46% des scopes 1 et 2.

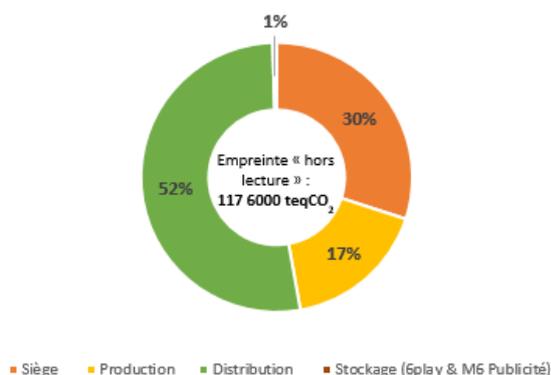
Résultats par périmètre d'activité

Total des émissions de GES Scope 1, 2, 3a (hors lecture - location based)



En tant que diffuseur, le Groupe M6 a peu d'impact sur la réduction de l'empreinte carbone liée à la lecture de ses contenus, qui dépend davantage des modes de consommation de ses publics. Aussi, les résultats présentés ne tiennent pas compte des consommations énergétiques liées à la lecture.

Répartition des émissions de GES par activité (hors lecture)



Les activités dites de "siège" représentent près d'un tiers de l'empreinte carbone du Groupe. Elles comprennent les émissions liées aux postes suivants :

- Énergie ;
- Achats de biens et services ;
- Déchets ;
- Immobilisations ;
- Déplacement professionnels ;
- Déplacements domiciles – travail ;
- Déplacements visiteurs et clients.

C. FOCUS : RÉSULTATS LIÉS À LA PRODUCTION

Faisant partie du Scope 3a (activités aval), les heures produites pour le Groupe M6 ont fait l'objet d'une analyse détaillée.

Méthodologie

Périmètre

Ont été pris en compte, les programmes commandés en 2021 et produits exclusivement pour M6 par des sociétés internes et externes.

En plus des référentiels fournis par l'ADEME, plusieurs sources ont été croisées afin d'avoir une granularité fine des émissions générées par les productions : Carbon Clap, calculateur carbone développé par l'association Ecoprod et Workflowers ; Albert ; étude Locat portant sur l'impact carbone de la diffusion TNT, données Arcep, Shift project, etc...

Structuration de la démarche méthodologique

Validation des programmes à prendre en compte

Une méthodologie de comptabilisation rigoureuse a été appliquée pour identifier les programmes éligibles. Seuls les programmes produits exclusivement pour le Groupe M6 et commandés en 2021 ont été retenus. Par ailleurs, lorsque le Groupe M6 est majoritaire à plus de 50% sur le financement du programme, la totalité des heures produites a été incluse dans le bilan carbone. Pour le reste des productions, un prorata sur les heures de programme a été appliqué à hauteur de l'activité du Groupe M6.

Catégorisation des typologies de programme

En plus du genre éditorial du programme, un niveau de granularité supplémentaire ajouté à l'analyse des productions afin de tenir compte des méthodes spécifiques et lieu de tournage et ainsi obtenir une photographie la plus réaliste possible des émissions de GES générés par l'activité de production :

- Prise en compte du genre éditorial (documentaire, fiction TV, cinéma, captation, jeu, divertissement, magazine, etc....) ;
- Prise en compte de la typologie de tournage (en plateau, en décor naturel, ...)
- Localisation du tournage (France, Etranger).

Échantillonnage des productions

Un échantillon représentatif de 16% des heures produites pour le Groupe M6 a ensuite été identifié en tenant compte du genre éditorial, de la typologie et de la localisation du tournage, tant auprès des sociétés de production interne que des sociétés de production externes :

- En interne :
 - SND, filiale dédiée au cinéma ;
 - C. Productions, filiale dédiée aux magazines et documentaires ;
 - Studio 89, filiale dédiée au émissions de flux ;
- Des intensités carbonées très hétérogènes en fonction des genres éditoriaux

- En externe :
 - 5 producteurs sollicités

NB : Précédemment inclus dans le bilan carbone de M6 Publicité, l'impact carbone des publicités réalisées par M6 Unlimited - cellule cross-média dédiée à la création, la production et la distribution de contenus – a été intégralement pris en compte dans le bilan carbone des productions et n'a donc pas fait l'objet d'un échantillonnage.

Collecte de données

Des données ont été collectées sur les sept grands postes d'émissions de GES des productions, à savoir :

- Bureau de production, casting et repérage ;
- Consommation d'énergie sur le tournage ;
- Hébergement et restauration ;
- Déplacements des personnes ;
- Achats et moyens de production (dont les décors et le maquillage) ;
- Transport de matériel/fret ;
- Post-production.

Calcul des résultats

À partir du calcul des émissions de GES généré par l'échantillon représentatif de productions auditées, un ratio d'intensité moyenne d'émission de GES par heure produite a été calculé, puis extrapolé à l'ensemble des programmes commandés en 2021.

Les résultats concernant les productions sont donc issus de données collectées extrapolées et non d'abaques sectoriels par type de production. Ce choix méthodologique permet un degré supplémentaire de précision, tenant compte de la spécificité des programmes produits pour le Groupe.

Enseignements

Ce premier bilan carbone des programmes produits pour le Groupe M6 a été un exercice très structurant et une première étape dans l'identification de mesures permettant d'alimenter la feuille de route "Ecoproduction" du plan d'action RSE. Les enseignements tirés permettront d'affiner les futurs bilans carbonés et d'identifier des chantiers prioritaires pour réduire l'impact environnemental des productions :



Les différentiels d'intensité carbone sont d'autant plus hétérogènes en fonction de la localisation du tournage. En effet les tournages en France apparaissent comme nettement moins émissifs que les tournages à l'étranger, en raison du mix énergétique national relativement peu carboné en France et de l'impact carbone des transports long-courrier en cas de tournage à l'étranger.

Quant au cinéma et à la publicité, ils représentent les genres les plus émissifs en matière d'intensité carbone par heure produite.

● **Des données réelles partiellement disponibles**

En dépit des efforts déployés afin de collecter un maximum de données réelles, certaines données demeurent difficilement accessibles. Des données financières ou abaques sectoriels ont donc parfois été utilisés pour pallier au éventuels manquant de données. C'est notamment le cas des données relatives aux déchets ou à la préparation (casting, repérage, etc).

L'enjeu des prochains bilans carbone sera de mettre en place des canaux de remontée de données systématiques afin d'accompagner les entités de production à la réalisation de leur bilan carbone et pour répondre aux nouvelles obligations du CNC en matière de reporting carbone (cf. partie à l'écoproduction).

● **Des référentiels sectoriels à parfaire**

Plusieurs acteurs fournissent aujourd'hui des référentiels autour de facteurs d'émissions dédiés à l'industrie audiovisuelle, dont ceux utilisés pour l'établissement de ce bilan carbone (workflows, écoprod, albert, étude LocaT, etc...). Néanmoins certains postes demeurent incomplets en raison d'absence de référentiels suffisamment exhaustifs pour couvrir l'ensemble des émissions de gaz à effet de serres liés aux productions audiovisuelles et cinématographiques. C'est notamment le cas des équipements techniques spécifiques, dont il n'existe que peu d'équivalents en matière de facteurs d'émissions.

7.1.6 Antigaspi

7.1.6.1 GESTION DES DÉCHETS

Depuis 2019, le Groupe a supprimé les consommables plastiques de ses espaces de détente et de restauration. Les bouteilles en verre ou les emballages tetrapak sont privilégiés pour les boissons vendues.

	2020	2021	2022
Déchets papier et carton (en tonnes récoltées dans les poubelles)	93	103	89
Déchets industriels banals, dont déchets alimentaires (en tonnes récoltées dans les poubelles, verre inclus)	108	156	178
Déchets alimentaires (en tonnes)	10	33	38

La reprise d'activité sur l'ensemble des sites du Groupe traduit une augmentation significative de la production de déchets industriels banals. Cela s'explique par le retour des collaborateurs dans les restaurants d'entreprise : la fermeture des restaurants et la moindre occupation des locaux les années précédentes rendent les comparaisons difficiles.

Perspectives

Un contexte réglementaire qui s'accélère

L'année 2022 a été marquée par une forte accélération du cadre réglementaire, notamment en matière de comptabilité carbone et d'exigence de reporting des grandes entreprises. En effet, le décret n° 2022-982 du 1er juillet 2022 relatif aux bilans d'émissions de gaz à effet de serre modifie le périmètre des émissions obligatoirement prises en compte dans l'établissement du bilan d'émissions, en intégrant les émissions indirectes significatives qui découlent des opérations et activités de l'organisme. D'un exercice initié de façon volontaire, le bilan carbone complet devient donc à partir de 2023, un temps fort régulier au sein du Groupe M6, piloté par la Direction de l'Engagement.

Par ailleurs, l'écosystème médiatique se professionnalise et renforce son engagement en matière de lutte contre le changement climatique, en portant d'avantage attention aux pratiques et modes de production et de diffusion. Les résultats du bilan carbone des productions sont donc la première brique d'une feuille de route dédié à l'écoproduction, initiée par le Groupe M6 et encouragée par le plan d'action climat du CNC (cf. partie 7.2.5 *Ecoproduction*).

Préparation d'un bilan carbone 2023 et plan de transition bas carbone

Afin d'affiner les aspects méthodologiques liés au bilan carbone, poursuivre la sensibilisation des équipes de production aux enjeux climatiques et les préparer aux nouvelles contraintes réglementaires, un nouveau bilan carbone complet, sur l'ensemble des scopes sera mené au premier semestre 2023.

Outre l'affinage des résultats du premier bilan carbone, ce deuxième exercice permettra également d'identifier des leviers de réduction plus précis et alimenter le plan de transition bas carbone du Groupe M6, chantier prioritaire de l'année 2023.

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.

En revanche, les déchets papiers et cartons connaissent une diminution importante, de près de 14% par rapport à l'année 2021. Les habitudes de consommation de papier ayant changé, la quantité de déchets induits demeure en baisse par rapport à l'ensemble des années précédentes. D'autres sources de déchets accusent aussi une baisse importante : les encombrants connaissent une diminution significative de 66% sur l'année 2022, ce qui s'explique par la baisse du nombre de déménagement des équipes au sein des différents bâtiments.

7.1.6.2 GESTION DU PAPIER

Pour une entreprise comme le Groupe 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.
- Mise en place d'un système de quotas d'impression en couleur afin de réduire les consommations de cartouches

7.1.6.3 RECYCLAGE ET REVALORISATION

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.

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. 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...);

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.

- 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".

Les biodéchets ou déchets alimentaires ont désormais des poubelles dédiées dans les restaurants d'entreprise. Ils étaient ensuite envoyés en centre de méthanisation (25,5 tonnes sur les 38 au total).

Soucieux de réduire la quantité de nos déchets et leur revalorisation, le Groupe souhaite se tourner vers un procédé de recyclage différent. En effet, depuis juillet 2022, le Groupe a construit un partenariat avec *Les Alchimistes* : il s'agit d'une entreprise d'utilité sociale dont les missions principales sont la collecte de déchets alimentaires, la production et la distribution de compost. Ainsi, 34% des biodéchets du Groupe sont envoyés en compost via les Alchimistes, ce qui représente 13 tonnes, et en résulte 2 392 kg de compost. Sont pris en compte ici les déchets alimentaires des restaurants d'entreprise de l'ensemble des sites de Neuilly-sur-Seine (107, 56 et 89 avenue Charles de Gaulle). L'objectif serait d'atteindre 90 % de biodéchets alimentaires en valorisation compost d'ici la fin de l'année 2023.

Outre les déchets alimentaires, ce sont également les équipements informatiques qui sont revalorisés, à hauteur de 73%, pour ensuite être redistribués comme il est explicité dans la partie 7.2.6.1 *Les initiatives de la direction des systèmes d'information*.

7.2 LE GROUPE M6, UN MÉDIA QUI S'ENGAGE

7.2.1 Sensibilisation des publics

7.2.1.1 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. Il est également respectueux de la délibération du Conseil supérieur de l'Audiovisuel n° 2011-29 du 19 juillet 2011 relative aux caractéristiques techniques de l'intensité sonore des programmes et des messages publicitaires de télévision.

A. 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 2022, 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, L'enfant bleu, Croix-Rouge Française, Semaine pour l'emploi des personnes handicapées, Habitat et humanisme, Fondation des femmes, etc.) et de la santé (Fondation pour la recherche médicale, Institut Pasteur, Fondation Arc pour la recherche sur le cancer, Sidaction, la Fondation pour la recherche médicale

contre la maladie d'Alzheimer, Imagine for Margo, etc.). C'est un peu plus de 13 600 spots qui ont été diffusés sur l'année à titre gracieux pour ces organismes. 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.

Dans l'émission *Les traîtres*, les candidats concourent chacun pour une association à qui sera reversé l'argent gagné par les vainqueurs, tout comme Stéphane Plaza dans l'émission *Chasseurs d'appart*.

B. ENJEUX DE SANTÉ PUBLIQUE SUR LES ANTENNES

Le Groupe M6 met régulièrement la puissance de ses antennes au service de causes de santé publique. Ceci fut particulièrement le cas en 2022 avec l'épidémie de Covid-19. Les antennes du Groupe (Radio et TV) ont été très sollicitées tout au long de l'année par l'Arcom 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.

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.

C. 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.

D. VALORISATION ET PRÉSERVATION DU PATRIMOINE CULTUREL

Les filiales de droits audiovisuels du Groupe contribuent à la préservation du patrimoine cinématographique européen au travers notamment de la restauration de films de répertoire français et italiens.

Deux films se distinguent parmi les restaurations de l'année 2022 : *Sois Belle et tais-toi*, réalisé par Marc Allégret, mettant en scène Mylène Demongeot, Alain Delon et Jean-Paul Belmondo, a été présenté en 4K au Festival Lumière de Lyon. *La Veuve de Saint-Pierre* de Patrice Leconte a été restauré en 4K, sous la supervision de son réalisateur.

Depuis 2005, année du rachat par le Groupe M6 du catalogue SNC qui regroupe plus de 400 films classiques, puis de l'acquisition d'autres catalogues tels que Hugo Films, Mandarin Films, Fidélité Films et Epithète Films, un important travail de restauration a été mené. À fin 2022, plus de 150 films ont été restaurés en totalité.

7.2.1.2 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.

A. SUR LES ANTENNES DU GROUPE

Les enjeux environnementaux et leurs actualités sont présents sur toutes les antennes du Groupe et selon des formes très diverses : ils sont traités selon la ligne éditoriale dans tous les genres de programmes (magazines, journaux, documentaires, divertissements, jeux, fictions etc.). Ainsi, ils font l'objet de nombreux sujets dans les journaux d'information de M6 (*Le 12'45* et *Le 19'45*) : les énergies renouvelables, d'autant plus clés dans le contexte de crise énergétique, la COP 27 en Egypte, la sécheresse en France, les modes de transport alternatifs, le recyclage, le réchauffement climatique... En 2022, leur nombre a augmenté de 21 % par rapport à 2021, atteignant 548 sujets.

Les journaux ont aussi régulièrement mis en avant des "insolites" ou innovations ayant trait à l'écologie : "Les cargos à voile sont-ils l'avenir du transport maritime ?", "Euromillions : un Français verse son gain à sa fondation pour l'environnement", "Une start-up française développe une escalope de poulet entièrement végétale", "Le sorgho, une céréale qui se cultive sans eau ni pesticide", 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*, "Économies d'énergie : les bons plans de l'anti gaspi", "Économiques, confortables et écolos : les nouvelles maisons préférées des Français", "Poissons : la surpêche va-t-elle vider nos océans ?" ou encore "Fruits et légumes : enquête sur un insoupçonné gaspillage".

L'émission *Turbo* a aussi proposé plusieurs sujets ayant trait à l'environnement, comme les reportages "Électrique : le test grandeur nature", "Hydrogène : une solution d'avenir ?" ou "Acheter sa voiture électrique d'occasion". De nombreux essais de voitures électriques ou hybrides ont été également réalisés (Renault Megane E-Tech, DS 4, Tesla Model 3, Mercedes EQB, MG 5, Toyota BZ4X, Honda E, Mini E...).

C Productions a développé, pour W9, une nouvelle marque de documentaire, dédiée à l'environnement : *2050*. 4 émissions ont ainsi été diffusées en 2022 pour alerter les Français sur les grands enjeux environnementaux, dont : "Gaspillage : peut-on encore éviter le pire ?", "Climat : peut-on encore éviter le pire ?" et "Tornades, inondations, méga-incendies : peut-on encore éviter le pire ?".

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). 2,5 tonnes de produits alimentaires ont ainsi été redistribuées à une centaine de familles en situation précaire lors du tournage de la saison 14 qui sera à l'antenne en 2023.

De surcroît, la radio RTL participe aussi activement à l'action du Groupe M6 pour la promotion de l'écologie et des problématiques relatives au développement durable. L'émission hebdomadaire *On refait la planète* évoque les défis environnementaux qui attendent l'humanité, attirant ainsi l'attention des auditeurs sur la nécessité de préserver les écosystèmes. En outre, la station aborde régulièrement les thématiques environnementales à l'occasion de reportages, de chroniques, de débats dans ses émissions :

- d'information : "La France face au réchauffement climatique", "Fusion nucléaire : tout savoir sur cette découverte qu'on dit révolutionnaire", "La souveraineté alimentaire de la France est-elle compatible avec une agriculture respectueuse de l'environnement ?" (*RTL Matin*), "COP 27 : êtes-vous plus attentifs qu'avant aux enjeux climatiques ?", "Faut-il mettre en place "une forme de police" de la sobriété énergétique ?", "Rouler moins vite pour le climat ?" (*Les auditeurs ont la parole*)...
- de divertissement : "L'animal le plus écolo" (*Les animaux*), "Quels équipements de cuisine permettent de réduire les déchets ?", "Comment choisir un bon vélo électrique ?" (*Nous voilà bien*)...

Gulli propose aussi régulièrement des séries d'animation qui évoque l'écologie ou la biodiversité (*Alvin et les chipmunks* "la Cabane dans les Arbres", *Bienvenue chez les Loud* ("La maison verte" ou "Faire du tri"), *Boy Girls Etc* ("Graines de fermiers"), *les Minijusticiers* ("Superécolo", "L'Oiseau rare"), *Moka* ("L'Appel de la forêt millénaire"), *Pétronix les défenseurs des animaux* ou encore des films de long métrage d'animation (*Minuscule, la vallée des fourmis perdues* ou encore *Grizzly*) ou encore des sujets spécifiques de ses magazines E=M6 Family, Wazup ou Parents un jeu d'enfant.

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 2022 et pour la troisième année consécutive, une programmation thématique exceptionnelle autour des enjeux environnementaux. Du 6 au 13 février, 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 Groupe veille aussi 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*.

B. 6PLAY ET SON CATALOGUE 100 % GREEN

6play veille également à sensibiliser ses 17 millions d'utilisateurs actifs mensuels à travers l'offre "Green", un catalogue de programmes à consonance écologique tels que les documentaires "Notre planète : est-il déjà trop tard ?" ou "Face aux éléments, la planète en colère" ; mais également des contenus ancrés dans le quotidien des Français et résolument tournés vers le partage de solutions comme "Objectif Zéro Déchet : un jeu d'enfant" avec Eric Antoine ou encore "Capital Solutions", présenté par Julien Courbet.

C. CONTRATS MÉDIAS CLIMAT

Dans le cadre des travaux parlementaires autour du projet de loi Climat & Résilience, à partir des réflexions menées par la Convention citoyenne pour le Climat en juin 2020, le Groupe M6 a fédéré les acteurs de l'audiovisuel autour des enjeux environnementaux.

Cette loi du 22 août 2021 a chargé l'ARCOM de promouvoir des « codes de bonnes conduites », appelés « **contrats-climat** », afin de favoriser des pratiques plus responsables, particulièrement en matière de communications commerciales. Le Groupe M6 a souscrit le 30 juin 2022 un contrat climat qui renforce le rôle incontournable des médias dans la promotion des comportements vertueux. Dans le cadre d'une **démarche volontaire inédite** de l'ensemble du secteur audiovisuel et sous l'égide de l'ARCOM, ce contrat climat (disponible sur le site officiel publicite.responsable.ecologie.gouv.fr) formalise les engagements du Groupe M6, et traduit son rôle d'acteur dans la transition écologique.

Il s'engage ainsi à plusieurs égards :

Dans ses contenus

- Par la création et l'exposition de contenus relatifs à des thématiques liées à l'environnement, à sa protection et à la lutte contre le dérèglement climatique ;
- La diffusion dans nos programmes de solutions écoresponsables : nos antennes souhaitent accompagner les téléspectateurs dans leur quotidien au service de nouveaux modes de consommation, au service de réduction d'économie d'énergie également...;
- Une place de choix des experts environnementaux dans les émissions : c'est par exemple flagrant lors des annonces du Gouvernement qui ont été largement décryptées, expliquées par nos journalistes et par des experts du secteur de l'énergie.

Pour ses communications commerciales

- La possibilité de proposer des espaces à tarif préférentiel pour les campagnes du Gouvernement ou des autorités.

- Renforcer la promotion de produits et services à impact plus limité sur l'environnement et encourager des modes de vies plus respectueux de l'environnement ;
- Participer et soutenir les initiatives de l'ARPP (Autorité de régulation professionnelle de la publicité), particulièrement la mise en œuvre stricte de sa Recommandation Développement Durable ;
- Accélérer la réflexion commune afin de créer des méthodologies partagées de calcul de l'impact carbone des communications commerciales.

Ses actions de sensibilisations internes

- Développer à destination de son écosystème la sensibilisation et la formation aux enjeux et bonnes pratiques de la transition écologique : l'ensemble des collaborateurs du Groupe M6 est actuellement formé à « La Fresque du Climat ».
- Concilier des productions innovantes et respectueuses de l'environnement,
- Adapter les usages numériques quotidiens pour la sobriété numérique et lutter contre tous les types de gaspillages.

Le Groupe travaille à l'établissement des restitutions auprès de l'ARCOM pour témoigner de ces engagements : éditoriaux, au sein de ses activités de régie publicitaire, actions de formation... dès 2022 en vue d'un bilan qui sera établi par l'ARCOM en cours d'année 2023.

Cette démarche renforce et amplifie la mobilisation déjà importante du Groupe M6, à travers sa Direction de l'Engagement, pour réduire son empreinte carbone, sensibiliser ses collaborateurs aux enjeux climatiques, concilier des productions innovantes et respect de l'environnement, adapter les usages numériques quotidiens pour la sobriété numérique et lutter contre tous les types de gaspillages.

7.2.2 Représentation des diversités dans les programmes

7.2.2.1 ÉGALITÉ HOMME-FEMME

L'égalité entre les hommes et les femmes est toujours au cœur des engagements des chaînes du Groupe, aussi bien dans la structure du Groupe (voir partie 7.1.3.1 du présent document consacré aux engagements du Groupe en faveur de l'égalité hommes/femmes) que dans ses 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. A ce titre, la part des femmes dans la présentation des programmes d'information produits en interne pour les chaînes en clair (hors Gulli) s'élève à 66%. Pour les tranches d'information (matinale, midi et soir) de RTL le taux s'élève à 49 %. 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*). Enfin, le Groupe prête une attention particulière à l'image des femmes dans ses programmes.

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 14 au 20 février 2022, à l'initiative de l'Arcom et qui a pour but de mettre en valeur le sport féminin dans les médias français. À 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, W9 a retransmis 2 matches de l'équipe de France féminine de football dans le cadre du tournoi de France : les 16 et 19 février, la ministre déléguée chargée des Sports Roxana Maracineanu a été invitée sur RTL dans l'émission d'Isabelle Langé *On refait le sport* consacrée aux JO de Pékin et à la nouvelle édition *Sport féminin toujours* et l'opération a été largement relayée sur les réseaux sociaux du Groupe.

7.2.2.2 DIVERSITÉ DES ORIGINES

De la même manière, la valorisation des diverses origines est une réelle préoccupation pour le Groupe M6, comme en témoigne la diversité de son équipe d'animateurs, 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, Les traîtres, 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, Rasta Rocket, Mauvaises Herbes, De l'autre côté du périph, Abdel et la comtesse, Premier de la classe*. C'est aussi dans ses contenus spécifiques, comme par exemple dans ses contenus d'animation – séries originales ou inédites – particulièrement sur Gulli, Ninja Express, Junior une idée en or (nouvelle saison) 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 2022, et un spot dédié sur les chaînes jeunesse du Groupe (Gulli, Canal J, TiJi).

7.2.2.3 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 "*Le surendettement, comment s'en sortir*", ou encore "*Pouvoir d'achat : le combat des parents solo*", *Enquête Exclusive* a proposé un documentaire sur "*Royaume-Uni, les oubliés de la couronne*". *Zone Interdite* a proposé un documentaire sur les

"*Petits salaires et grandes inégalités, la chute des classes moyennes*" 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...*).

7.2.2.4 REPRÉSENTATION DU HANDICAP

La mission du Groupe M6 est non seulement d'aborder le quotidien des personnes en situation de handicap dans ses reportages et ses fictions, mais aussi de soutenir leur participation aux émissions et aux jeux. Quelques exemples :

- Zone Interdite "*Alzheimer : cette maladie qui nous touche tous*";
- Sujets du 12.45 et 19.45,
- Soirée spéciale composée du téléfilm « *Apprendre à t'aimer* » sur une famille bousculée par la naissance d'une petite fille porteuse de trisomie 21 suivi d'un autre téléfilm "*Pour te retrouver*" où la disparition d'un enfant autiste plonge ses parents dans l'angoisse,
- *J'irai au bout de mes rêves*, une commande de M6 dans laquelle un jeune homme de 25 ans, porteur de trisomie 21, noue une relation d'amitié très forte avec une jeune surveillante qui rêve de devenir chanteuse,
- *La France a un incroyable talent qui a vu* la participation d'une chanteuse invalide après un accident de la route, qui était venue pour montrer qu' "on peut faire d'une faiblesse une force",
- *Pékin Express* avec la participation cette année de Théo Curin, amputé des 4 membres, aujourd'hui champion de natation,
- *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.

Lors de la **semaine pour l'emploi des personnes handicapées du 14 au 20 novembre 2022**, 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. Ces pastilles ont également été rediffusées pendant une semaine au mois de décembre, pour porter de nouveau le message auprès du public français.

Le Groupe M6 a participé à la semaine du parasport: "Jouons ensemble" au travers des journaux télévisés 12.45 et 19.45 avec par exemple un reportage sur la pratique du skateboard en fauteuil roulant faisant découvrir l'Association "Comme les autres" et un autre sur les sports de glisse comme outil de redécouverte de sa mobilité. Dans les émissions de RTL *On refait le Sport* a invité Arthur Bauchet, un sportif qui s'est particulièrement illustré lors des jeux paralympiques de Pékin. Sur les chaînes Jeunesse, Gulli a thématisé aussi sa semaine avec une programmation spéciale de la série d'animation *Bande de sportifs* spécifiquement axée sur le handisport, avec par exemple des épisodes sur le cessi-foot, le handi-tennis, handi-badminton et le handi-basket mais aussi un épisode de *Wazup* sur le Rugby en Fauteuil et des relais sur les réseaux sociaux.

En 2022, le Groupe M6 a continué de s'engager pour favoriser le recrutement, l'insertion et le maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap, notamment à travers sa Mission Handicap. Dans le cadre de ces engagements, il a participé cette année encore au DuoDay le jeudi 17 novembre afin de sensibiliser en interne sur le handicap, permettre aux participants de découvrir le Groupe M6, conforter des vocations, voire poursuivre la collaboration lorsque cela est possible. Cette année, 18 binômes ont été formés dont certains à l'antenne.

7.2.2.5 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, avec notamment le sous-titrage de ses programmes à destination des personnes sourdes ou malentendantes.

A. PROGRAMMES EN LANGUE DES SIGNES

Le Groupe M6 diffuse par ailleurs des programmes en langue des signes : le magazine *Kid & Toi*, diffusé sur M6 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.

Le Groupe M6 diffuse à certaines périodes de l'année, un journal télévisé en langue des signes, *Le 10 Minutes*. Totalement 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.

B. SOUS-TITRAGE À DESTINATION DES PERSONNES SOURDES OU MALENTENDANTES

En 2022, 100 % des programmes de M6 et W9 étaient accessibles aux personnes sourdes et malentendantes.

Accessibilité des programmes				
aux personnes sourdes ou malentendantes (sous-titrage)				
	2020	2021	2022	
M6	100 %	100 %	100 %	
W9	100 %	100 %	100 %	
6ter	60 %	91 %	68 %	

C. AUDIODESCRIPTION À DESTINATION DES PERSONNES AVEUGLES OU MALVOYANTES

Conformément aux dispositions des articles 28 et 33-1 de la loi du 30 septembre 1986 issues de la loi n°2005-102 précitée, M6 et W9 se sont engagés en 2017 et 2019 auprès de l'Autorité à renforcer leurs obligations de diffusion de programmes audiodécrits. Pour M6, la convention conclue le 27 juillet 2017 dans le cadre de la reconduction de son autorisation fixe à 100, dont 55 inédits, le nombre de programmes en audiodescription qui doivent être diffusés en 2022. La chaîne accorde une attention

particulière aux heures de grande écoute et aux programmes destinés aux enfants et adolescents. La convention de W9 le 29 mai 2019 fixe à 25 le nombre de programmes inédits sur le service en audiodescription pour 2022. En 2022, la convention de 6ter imposait à la chaîne de proposer annuellement au moins 12 programmes inédits sur la chaîne en audiodescription. Depuis le 1er janvier 2020, Gulli s'est engagée à chaque année des programmes audiodécrits : fixés à 7 à partir de 2022.

7.2.2.6 LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS

Le Groupe M6 s'est engagé volontairement auprès de l'ARCOM à proposer des reportages d'information ou des sujets luttant spécifiquement contre les discriminations ou la précarité, pour une meilleure représentation à l'antenne des personnes issues des milieux les plus modestes (CSP-). A ce titre, Zone Interdite est allé à la rencontre le 18 septembre 2022 des huissiers s'intéressant ainsi à la situation de personnes en situation de précarité, souvent victimes d'accidents de la vie et qui tentent de se sortir de situations compliquées.

Le 3 avril 2022, le magazine a proposé un documentaire sur "*La chute de la classe moyenne*", qui connaît de plus en plus de petits salaires et de grandes inégalités. De nombreux sujets sur la lutte contre les inégalités et toute forme de discrimination ont été diffusés pendant les journaux télévisés de M6. Enfin, M6 a diffusé le 9 février 2022, "*Bienvenue chez les Bodin's*" un spectacle inédit qui met en lumière des classes plus modestes.

7.2.3 Publicité responsable

7.2.3.1 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 étude barométrique depuis 2019 sur l'évolution des attentes et comportements de consommation afin d'accompagner ses clients annonceurs.

Focus sur l'étude : Le temps des marques responsables

M6 Publicité a dévoilé en 2022 les résultats de sa 3^e édition de cette étude dont l'objectif est d'éclairer les annonceurs sur les enjeux et les attentes des Français 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 couvrir de nouveaux enjeux.

En 2022, deux problématiques stratégiques ont été approfondies :

- le rapport des jeunes générations aux enjeux environnementaux et sociétaux,
- comprendre qui sont les populations les moins engagées dans leur consommation quotidienne, comment réussir à les accompagner vers une consommation plus responsable tout en prenant en compte leur préoccupation de pouvoir d'achat, particulièrement fort dans ce contexte inflationniste.

Par ailleurs, 14 nouvelles actions responsables ont été intégrées au baromètre comme la consommation de produits ayant une bonne évaluation nutritionnelle, l'achat de produits d'hygiène beauté qui optimisent l'eau lors de la fabrication ou l'achat de vêtements, chaussures & accessoires fabriqués à partir de matériaux alternatifs au cuir animal.

Les comportements responsables les plus dynamiques versus 2019, concernent :

- les secteurs des services, assurances & banque éthiques et solidaires (respectivement +12 points et +11 points)
- l'énergie verte (+11 points)
- et le secteur du textile avec la seconde main (+9 points).

Trois thématiques progressent fortement en 2022 quels que soient les secteurs :

- l'Éthique (+12 points),
- les Labels (+9 points)
- et le Bien-être animal (+8 points) (évol. vs 2019).

Bien que les Français sollicitent les labels, ceux-ci ne sont jugés fiables que par un quart de la population et leur influence sur l'achat des produits est encore minoritaire.

Les populations peu ou pas engagées représentent aujourd'hui 56% des Français. Si les faiblement mobilisés (39% de la pop. française) ont un profil assez similaire à l'ensemble de la population française, les démobilisés (17% de la pop. française) se démarquent avec une surreprésentation parmi les hommes,

les 35 et 44 ans, sans enfant et les CSP-. À travers cette enquête, M6 Publicité a pu identifier des leviers que les marques peuvent activer pour s'adresser à cette population moins visible mais à accompagner et à conquérir. Les médias et leurs proches ressortent, en effet, comme des acteurs de sensibilisation pour les accompagner vers cette transition

70% des Français disent qu'ils savent reconnaître une marque responsable (+8 points vs 2019). Un signal positif pour les marques qui communiquent davantage sur leurs engagements depuis quelques années. D'ailleurs dès 2018, M6 Publicité a été précurseur en sollicitant Kantar pour l'accompagner sur la création d'une première pige "RSE" en France. Aujourd'hui, 11 % des investissements en pluri média sont consacrés à des communications RSE et la TV est le média dont le poids des campagnes RSE est le plus élevé à 15 %.

71 % des Français attendent qu'il y ait plus d'émissions dans les médias qui parlent de l'environnement et qui apportent des solutions concrètes pour agir. Une demande encore plus forte et croissante auprès des plus jeunes (79 %).

Pour 57 % des Français, l'influence des célérités dans les communications de marques responsables sont aussi un levier puissant pour les inciter à agir, des résultats encore plus forts auprès des jeunes générations (69 %).

Concernant la communication publicitaire des marques responsables, les attentes restent toujours fortes autour de leurs modes de fabrication, de leurs engagements et de l'affichage des labels des produits. 42 % des Français souhaitent que les marques les informent sur les produits et en même temps sur l'engagement des marques.

Les 18-24 ans se reconnaissent-ils dans les communications des marques qui leur sont adressées ? En tout cas, ils refusent d'être caricaturés "englobés" sous le concept de Gen Z et revendiquent une normalisation de l'inclusivité et une meilleure représentation de la jeunesse plurielle et de ses différents profils. Critiques et défiants, ils expriment aussi le besoin d'accès à des informations tangibles, précises et vulgarisées à la fois dans les contenus médias sur les enjeux environnementaux mais aussi sur les marques qui communiquent sur leurs engagements.

Plus largement, M6 Publicité constate un manque d'éducation à la pollution numérique. La pollution numérique est une notion encore très abstraite et difficile à définir pour les 15-24 ans alors qu'ils sont les plus gros consommateurs d'internet. En revanche, la pollution numérique devient une préoccupation pour plus de 8 jeunes sur 10 une fois qu'on leur a bien présenté le concept. Toutefois, ils ne se considèrent pas comme étant responsables de cette pollution et se retournent vers les entreprises : pour eux, cette pollution est principalement liée au stockage de données dans les data center, le choix et la production des matériaux utilisés par celles-ci.

7.2.3.2 SOUTENIR ET VALORISER LES INITIATIVES QUI FONT SENS

A. GOODEED

En mai 2022, M6 Publicité a renouvelé son offre S6lidaire et s'allie à l'entreprise sociale Goodeed pour reverser une partie du budget média investi par les annonceurs au profit d'associations. Cette offre répond aux enjeux de M6 Publicité d'accompagner les marques vers une communication plus responsable et solidaire.

B. CAMPAGNES VISANT À PROMOUVOIR LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

M6 Publicité veille à respecter les contrats climat visant à impulser et accompagner des évolutions de comportements afin de favoriser des modes de vie et de consommation ayant moins d'impact sur l'environnement, aux termes de laquelle il est prévu de "proposer des conditions commerciales spécifiques, tenant compte de la disponibilité des plannings, pour les campagnes d'information des administrations et des organisations caritatives, en faveur de pratiques responsables et de l'utilisation de produits moins polluants."

C. CAMPAGNES VISANT À PROMOUVOIR DES PRODUITS ÉCO-RESPONSABLES

M6 Publicité souhaite valoriser les efforts des annonceurs les plus engagés en favorisant la visibilité de leurs produits à moindre impact sur l'environnement, en collaboration avec l'ADEME (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie). M6 Publicité s'appuie exclusivement sur le cahier des charges « Publicité, offre consommation responsable » établi par l'ADEME. Dans le cadre du développement de nouvelles offres publicitaires visant à distinguer les produits (biens et services) à moindre impact sur l'environnement, l'ADEME a développé une grille de positionnement afin d'éclairer les annonceurs sur les produits qui pourraient bénéficier de ces offres spécifiques. Ce cahier des charges permet à M6 Publicité de définir si le spot de l'annonceur est éligible aux offres Green. Les annonceurs doivent intégrer dans le spot, de façon distincte et visible, l'information environnementale sélectionnée par l'ADEME (labels, étiquettes, indices...) autour du produit ou service mis en avant. Tous les produits mis en avant dans le spot devront répondre au cahier des charges et être porteurs d'une ou des informations environnementales sélectionnées par l'ADEME.

7.2.3.3 VALORISER LES COMMUNICATIONS RESPONSABLES

Consommer plus responsable est devenu une véritable nécessité pour notre société. Aujourd'hui, plus d'un français sur 2 fait en sorte de limiter son impact sur l'environnement (55%)¹. Cela amène vers de nouveaux comportements de consommation que M6 Publicité souhaite valoriser au travers de ces offres RSE.

A. PRIVILÉGIER LES CRITÈRES ENVIRONNEMENTAUX AVEC L'OFFRE "6GREEN"

M6 Publicité souhaite soutenir et favoriser les marques faisant la promotion de produits (biens ou services) à moindre impact sur l'environnement au travers de sa gamme "6green", composée de nombreux écrans et formats publicitaires et disponibles sur tous nos supports : TV, Radio, AVOD et Audio Digital. Cette offre a été développée en collaboration avec l'ADEME. Les critères d'éligibilité à cette offre reposent sur le cahier des charges de l'ADEME "Publicité, offre consommation responsable".

B. QUESTIONNER SA CONSOMMATION AVEC L'OFFRE 6SCAN "NUTRISCORE"

Le format 6scan se décline pour valoriser la qualité nutritionnelle des produits alimentaires et donne l'opportunité d'émerger grâce à la mise en valeur du nutriscore. Soutenue par une explication complète et fiable sur la signification du nutri-score, le 6scan nutriscore a pour objectif de sensibiliser les audiences du Groupe M6 au mieux consommer. Cette offre interactive, disponible en TV et IPTV, met en avant le spot publicitaire au cœur d'un habillage contextualisé avec intégration d'un QR Code, redirigeant vers un document officiel disponible depuis le site de Santé Publique France.

C. ADOPTER DE NOUVELLES PRATIQUES AVEC L'OFFRE "COMPORTEMENTS RESPONSABLES"

Inspiré par son étude "Le Temps des Marques Responsables", M6 Publicité lance l'offre "Comportements Responsables". Celle-ci a pour objectif de mettre en valeur via des boards dédiés d'entrée et de sortie les spots faisant la promotion de comportements plus responsables au sein d'écrans publicitaires disponibles en TV Radio et AVOD. Accompagné par l'ADEME, M6 Publicité a retenu 8 comportements qui devront être au cœur du message publicitaire pour profiter de ce nouveau format : achat en vrac, de produits reconditionnés ou de seconde main, louer plutôt que d'acheter, lutte contre le gaspillage alimentaire, répétabilité, recyclage, sobriété énergétique.

D. LE GUIDE DES BONNES PRATIQUES D'ÉCO-PRODUCTION DE M6 UNLIMITED

Dans le cadre des engagements RSE de M6 Publicité, M6 Unlimited accompagne ses partenaires et annonceurs vers l'organisation de tournages plus responsables. Pour sensibiliser et encourager les producteurs internes, les prestataires et les clients du Groupe à adopter des actions ecoprod, M6 Unlimited a mis en place un guide de bonnes pratiques des productions.

E. LE CALCULATEUR DE L'EMPREINTE CARBONNE DES CAMPAGNES MÉDIAS

M6 Publicité participe, au sein du SNPTV, à l'élaboration d'une méthodologie de mesure commune à l'ensemble de ses membres de l'impact carbone des campagnes TV. Le calculateur de M6 Publicité prend en compte les référentiels du SNPTV, et il est déjà disponible pour l'ensemble des campagnes TV. La régie participe aussi au référentiel du média radio à travers le BDR, qui sortira au 1^{er} trimestre 2023 accompagné d'une calculatrice carbone commune à l'ensemble des régies.

1 Sociovision « Les Français dans la société de l'après-covid » Octobre 2021.

7.2.4 Pédagogie des médias

7.2.4.1 PROTECTION DE LA JEUNESSE

A. 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.

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, conformément aux délibérations de l'Autorité de régulation. 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

B. 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.

C. 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

D. 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

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, notamment 6play, la campagne signalétique proposée par l'ARCOM du 20 novembre au 10 décembre 2022 ainsi que la campagne spécifique pour la protection des enfants de moins de trois ans qui s'est déroulée du 8 au 11 juillet 2022.

Par ailleurs, 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 et plus largement sur les enjeux éthiques de Gulli. TiJi, compte tenu du public visé, dispose d'un comité d'éthique chargé de veiller au respect des principes définis notamment dans le chapitre consacré aux obligations déontologiques.

En outre, conformément aux termes de la délibération du CSA en date du 17 avril 2007, le Groupe 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.

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 2022, on pouvait ainsi dénombrier 48 millions d'abonnés aux comptes des chaînes, des radios et de la plateforme du Groupe M6 sur ces différents réseaux sociaux (abonnés non dédupliqués), contre 15,6 millions au 31 décembre 2021.

Le Groupe anime en outre plus de 72 comptes (comptes chaînes, comptes programmes, comptes radios, compte 6play) en 2022.

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.

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. Son contrôle est assuré chaque année par l'ARCOM.

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 l'ARCOM, 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 2022, 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.

7.2.4.2 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 2021, les chaînes du Groupe M6 ont diffusé un volume total de plus de 975 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 (Gulli, Canal J et TiJi, la Chaîne du Père Noël) au regard de la sensibilité du public auquel elles s'adressent.

Par ailleurs, c'est aussi par des actions au plus proche du public et des familles, que le Groupe a initié durant le confinement, puis continué en 2021 et 2022, 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.

En Famille, J'irai au bout de mes rêves, etc), de présentateurs et animateurs (Marie Portolano, Dominique Tenza, Mallory Gabsi, ...) ou encore de participants à ses programmes (Louise Bourrat, gagnante de la saison *Top Chef 2022*, devient la troisième femme sacrée du concours et tient maintenant un restaurant à Lisbonne, Inès Reg gagnante de *Pekin Express*, ...). Plusieurs émissions sont dédiées à cet objectif : *Top Chef, Le meilleur pâtissier, La France a un incroyable talent, Téva Comedy show, Piquantes*,... 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...

7.2.4.3 SENSIBILISATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION

Semaine de la Presse et des Médias dans l'École 2022

par Gulli

Gulli participe chaque année à la Semaine de la Presse et des Médias dans l'École organisée par le CLEMI (Centre de Liaison de l'Enseignement et des Médias d'Information). La 33ème édition, organisée du 21 au 26 mars 2022, a été labellisée dans le cadre de la Présidence française de l'Union européenne, développant une dimension européenne à l'évènement. Cette semaine a pour objectifs principaux d'aider les plus jeunes à comprendre le système des médias, former leur esprit critique, développer leur goût pour l'actualité, forger leur identité de citoyen et leur faire découvrir les différents métiers et les coulisses des médias.

Dans le cadre de cette opération, Gulli organise des rencontres entre des journalistes du Groupe M6 (M6 et RTL) et des élèves dans des collèges, afin de les sensibiliser à l'éducation aux médias et à l'information. Les médias sont omniprésents dans leur environnement et les sources et supports se multiplient, c'est pourquoi il est important de les guider pour leur apprendre à décrypter, analyser, comprendre, s'interroger sur la provenance des informations et la fiabilité des sources ; autant d'éclairages que Gulli souhaite donner aux élèves à l'occasion de cet évènement.

L'édition de 2022 avait pour thème « *S'informer pour comprendre le monde* ». Six collaborateurs du Groupe M6 ainsi qu'un membre de l'ARCOM, Caroline Bienaimé Besse, se sont

rendus dans des classes de six collèges à Paris et sa région, pour échanger de manière accessible et ludique sur la thématique. Un ensemble de métiers au sein du Groupe M6 ont pu être représentés, avec Kareen Guiock, journaliste et présentatrice du JT du 12:45 sur M6, Dominique Tenza, journaliste RTL et présentateur joker du JT M6, Sophie Aurenche, journaliste et rédactrice en chef RTL, Amandine Begot, journaliste et présentatrice RTL, Frank Moulin, directeur de la rédaction RTL et Julien Fautrat, grand reporter RTL.

Face à l'intérêt porté par les élèves et professeurs sensibilisés lors de ces rencontres, des établissements scolaires ont souhaité poursuivre l'expérience sur le terrain. Cette Semaine de la Presse et des Médias dans l'École s'est ainsi prolongée en juin par des journées de visites organisées par Gulli dans les locaux de M6 et RTL pour trois groupes de collégiens. Un ensemble de collaborateurs s'est impliqué afin de faire découvrir aux élèves les coulisses des studios, de la rédaction, de la production, et leur permettre d'assister à des émissions RTL en direct tout en échangeant avec les équipes.

Ces visites témoignent à nouveau de l'engagement du Groupe M6 en faveur de l'éducation aux médias et à l'information auprès des plus jeunes.

Au total, ce sont 188 élèves de la 6^e à la 3^e qui ont été sensibilisés lors des rencontres organisées dans les collèges lors de la Semaine de la Presse et des Médias dans l'École du 21 au 25 mars et lors des visites dans les locaux de RTL et M6 les 16, 17 et 21 juin.

7.2.5 Écoproduction

Chaque année, le secteur de l'audiovisuel et du cinéma rejette environ 1,7 millions de tonnes de CO² (Etude Workflows & Ecorpod, 2020). Il est aussi générateur d'une quantité importante de déchets et source de plusieurs types de pollution. Néanmoins, compte-tenu de la place que tiennent les œuvres dans le quotidien des français et de leur impact sociétal, leur processus de fabrication doit lui-aussi être repensé de façon à réduire autant que possible les externalités négatives et être porteur de valeur partagée.

Ecoproduire consiste à optimiser toutes les étapes d'une production, de la préparation à la post-production, afin d'en diminuer les impacts environnementaux, en portant une

7.2.5.1 PLAN D'ACTION CLIMAT DU CNC

Le 30 juin 2022, le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) a annoncé la mise en place de son "plan d'Action !" afin d'accompagner le secteur du cinéma, de l'audiovisuel et de l'image animée dans une politique de transition écologique. Pensé en coordination avec des spécialistes de questions environnementales, ce plan d'action inédit se déploie sur trois ans, l'année 2022 étant celle dédiée à la sensibilisation et l'incitation à l'action.

7.2.5.2 LES ACTIONS DU GROUPE M6

Depuis 2009, d'abord sous forme de Collectif, puis sous forme associative depuis 2021, Ecoprod fédère les acteurs de l'audiovisuel et du cinéma autour d'échanges, de coopérations et d'outils, études et conseils en open source, pour accompagner la transition du secteur.

Parmi les outils à disposition :

- Un calculateur carbone "Carbon Clap" permettant aux sociétés de production d'évaluer le bilan carbone de chaque oeuvre. Le Groupe M6 a d'ailleurs participé cette année aux ateliers de co-design permettant d'actualiser le calculateur et l'adapter aux besoins des entités de production

7.2.5.3 DÉPLOIEMENT DE FORMATIONS À L'ÉCOPRODUCTION

Comprendre les enjeux environnementaux et les moyens d'actions possibles est un préalable indispensable à la mise en place de pratiques d'écoproduction efficaces et adaptées. Depuis le milieu d'année, 31 collaborateurs des entités de production du Groupe M6 (fiction, divertissement, documentaire, publicité), de la direction des productions et de la direction des programmes ont participé à la journée de formation à l'écoproduction, dispensée par Ecoprod.

En complément des ateliers fresques du climat, la première partie de la formation consiste en un rappel des enjeux environnementaux globaux et pour la filière, tandis que la deuxième partie se concentre sur les techniques d'éco-socio-production à travers des cas pratiques.

attention particulière au cycle de vie des décors et du maquillage, aux consommations énergétiques, aux moyens de restauration et hébergement, aux déplacements, etc.

Avec le nouveau plan d'action RSE, l'écoproduction fait partie intégrante des enjeux prioritaires pour le Groupe M6. Depuis plusieurs années, des initiatives sont déjà mises en place autour des programmes phares du Groupe M6. L'objectif de cette feuille de route est de poursuivre cette démarche vertueuse, systématiser des pratiques d'écoproduction à l'échelle de l'ensemble des programmes produits pour le Groupe et accompagner les sociétés de production internes dans la réduction de leur empreinte environnementale.

À partir de janvier 2024, les producteurs devront fournir un bilan carbone des œuvres éligibles aux aides du CNC et afficher un bilan carbone définitif dans le générique de fin afin de prétendre percevoir l'aide. Si l'éco-conditionnalité n'est prévu que pour 2024, la production d'un bilan carbone des œuvres rentre elle en vigueur dès 2023.

- Un guide de l'écoproduction ainsi que des fiches pratiques thématiques fournissant des solutions vertueuses sur les métiers de l'audiovisuel et à chaque étape d'une production
- Des signalétiques et affiches pour sensibiliser les équipes sur les tournages
- Des formations aux enjeux de l'écoproduction
- Un ensemble de ressources documentaires et pratiques

En 2022, le Groupe M6 a rejoint le conseil d'administration de l'association Ecoprod afin de contribuer à l'accompagnement des acteurs du secteur et se nourrir des outils mis à disposition par l'association.

L'objectif de cette sensibilisation est d'identifier les besoins en formation propres à chaque société, en fonction des types de production et des enjeux réglementaires spécifiques, pour adapter les parcours de formation proposés à chaque collaborateur. Ces formations sont également la première étape pour encapaciter les équipes et lancer, au cours de l'année 2023, des premières expérimentations d'écoproduction sur des programmes phares du Groupe M6.

Guide des bonnes pratiques des productions par M6 Unlimited

Conscient de l'impact des tournages des publicités sur l'environnement, M6 Unlimited a publié en 2022 un guide des bonnes pratiques de production. Réparti en cinq thématiques couvrant l'ensemble du processus, plusieurs conseils sont donnés pour permettre de mieux prendre en compte les enjeux environnementaux des tournages.

7.2.6 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 2025*. 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.

7.2.6.1 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. En 2022, le Groupe M6 a donné 451 biens. Sur l'ensemble des

équipements électroniques, 73% des appareils ont été revalorisés. Ce dispositif permet aujourd'hui d'équiper 2000 centres qui assurent la distribution alimentaire.

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.

7.2.6.2 LANCEMENT DU MODE ÉCO-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 1er 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.

7.2.6.3 LANCEMENT DU DISPOSITIF DE LA FRESQUE DU NUMÉRIQUE

Courant 2022, le Groupe M6 a lancé en plus de la Fresque du Climat des ateliers de sensibilisation au numérique. L'objectif est de faire prendre conscience de l'urgence climatique et amener chaque collaborateur à questionner ses pratiques aussi bien individuelles que collectives dans le domaine du digital. Le déploiement des ateliers de la Fresque du Numérique fait partie intégrante du plan d'action RSE élaboré par le Groupe M6 en 2021, plus précisément, dans le cadre de la feuille de route « Sobriété Numérique ».

A. A PROPOS DE LA FRESQUE DU NUMÉRIQUE

La Fresque du Numérique vise à faire comprendre, en seulement 3h, dans un format ludique, les enjeux environnementaux du numérique. Cette animation traite essentiellement des problèmes environnementaux en lien avec le numérique responsable. D'autres thèmes sont abordés comme les problèmes éthiques, sociaux et sanitaires. C'est dans un deuxième temps que les participants réfléchissent à des solutions à mettre en œuvre dans leur quotidien et au sein de l'entreprise.

B. DISPOSITIF DÉPLOYÉ AU SEIN DU GROUPE M6

Les métiers liés au digital ont été les premiers sensibilisés. Entre novembre et décembre 2022, ce sont 20 collaborateurs qui ont été formés aux enjeux du numérique responsable. Au cours de ce moment d'échange, les collaborateurs sont incités à proposer des actions à mettre en œuvre au sein de leurs équipes et plus globalement, à l'échelle de l'entreprise. La Direction de l'Engagement coordonne ensuite des échanges avec les directions concernées afin d'évaluer la faisabilité des propositions et les dispositions de leur mise en œuvre.

7.3 REPORTING

7.3.1 Note méthodologique relative au reporting extra-financier

7.3.1.1 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.

7.3.1.2 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.

7.3.1.3 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.

A. 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.
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 ;

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 91 % du chiffre d'affaires consolidé du Groupe et 91 % de son résultat opérationnel courant.

B. 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, les accidents du travail, les maladies professionnelles, la formation et l'égalité Femme-Homme n'intègrent pas les filiales Ctzar, LTI Vostok, Stéphane Plaza France.

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 et Paris.

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

Dans le cadre de la publication des consommations d'électricité, celles relatives aux sites de Cergy et Lille n'ont pas pu être intégrées par manque d'accès aux données. Sur ces sites, le Groupe M6 est locataire parmi un ensemble d'entreprises. La consommation d'électricité ne fait pas l'objet de compteurs individuels mais est incluse dans les charges. Cependant, ce poste énergie a pu être évalué dans les données consolidées de calcul des Scopes 1 et 2, sur la base du nombre de collaborateurs et des surfaces.

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

En effet, Ctzar, agence spécialisée dans le marketing d'influence (1,7 % des effectifs), Stéphane Plaza France, réseau d'agences immobilières (1,7% 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.

7.3.1.4 PÉRIODE DE REPORTING

Le reporting des données sociétales, sociales et environnementales est annuel et concerne la période du 1^{er} janvier au 31 décembre 2022.

7.3.1.5 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. Septs nouveaux indicateurs ayant été mis en place en 2022, les données de l'année précédente ne sont donc pas disponibles pour ces indicateurs :

- *Part des femmes dans des postes de direction*
- *Part des collaborateurs formés à la fresque du climat*
- *Taux de revalorisation des équipements informatiques*
- *Part des déchets alimentaires revalorisés*
- *Nombre d'élèves sensibilisées à la pédagogie aux médias par les actions de Gulli*
- *Part des femmes sur les tranches d'informations de RTL*
- *Nombre de collaborateurs formés à l'écoproduction*

A. 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 7.5 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, et Lille. Les facteurs d'émissions utilisés pour les émissions de CO₂ liées aux consommations d'électricité sont ceux fournis par l'ADEME. 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 2022.

Le facteur d'émission utilisé pour les émissions de CO₂ reportées liées aux déplacements professionnels en train, présentées dans la partie 7.5 de ce rapport, est celui fourni par l'ADEME. Le facteur d'émission utilisé pour les émissions de CO₂ reportées liées aux déplacements professionnels en avion est celui fourni par l'ADEME.

B. PRÉCISIONS SUR LES INDICATEURS SOCIAUX

Les heures de formation reportées concernent les formations dispensées par tout organisme de formation référencé (externe ou interne via M6 Campus) ainsi que les formations internes. Les heures CPF effectuées pendant le temps de travail ainsi que les heures de formation en e-learning sont incluses en 2022. Les formations qui ont commencé sur l'exercice 2022 et qui continuent sur 2023 sont reportées au pro-rata des heures réalisées en 2022. 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 2023. Les jours d'absence comptabilisés correspondent en fait aux jours prescrits sur l'ensemble des arrêts de travail délivrés

C. 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.

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).

au cours de l'exercice 2022. Les jours d'absence en 2022 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) et arrivées au cours de l'année N, divisées par l'effectif CDI présent au 31 décembre de l'année N-1. Il comprend les départs volontaires et involontaires.

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 7.2.1 du présent document.

7.3.1.6 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 l'ARCOM 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.

7.3.2 Indicateurs prioritaires

	2020	2021	2022
Nombre de mises en demeure de l'ARCOM confirmées sur l'année écoulée concernant le respect des obligations déontologiques conventionnelles		0	0
Nombre de mises en garde et mises en demeure de l'ARCOM confirmées sur l'année écoulée concernant la déontologie de l'information	0	0	0
Taux d'accessibilité des programmes (chaînes M6, W9) aux personnes sourdes et malentendantes		100 %	100 %
Taux d'accessibilité des programmes (chaîne 6ter) aux personnes sourdes et malentendantes		91 %	68 %
Part des femmes dans la représentation des programmes d'information produits en interne pour les chaînes en clair (hors Gulli) et sur les tranches d'information (matinale, midi et soir) de RTL		Chaînes en clair : 65 % RTL : N/A	Chaînes en clair : 66 % RTL : 49 %
Nombre d'élèves sensibilisés à la pédagogie aux médias par les actions de Gulli		N/A	188
Budget annuel de la Fondation d'entreprise	500 000 €	500 000 €	500 000 €
Taux de turnover	7,9 %	8,6 %	7,49 %
Part des collaborateurs ayant bénéficié d'une formation sur la période	42 %	39 %	69 %
Nombre de travailleurs en situation de handicap	31	38	54
Evolution de la consommation électrique	12 233 MWH	10 889 MWH	10 302 MWH
Nombre de sujets des journaux télévisés consacrés à la thématique environnementale	346	453	548
Nombre de collaborateurs formés à l'écoproduction			31
Taux de revalorisation des équipements informatiques			73 %
Part des déchets alimentaires compostés			34 %
Part des femmes dans des postes de direction			43 %
Part des collaborateurs formés à la Fresque du Climat ¹			43 %

1 Hors Bedrock, Ctzar, LTI Vostok et Stéphane Plaza France

7.3.3 Taxonomie verte européenne

7.3.3.1 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,

7.3.3.2 MÉTHODOLOGIE

A. PÉRIMÈTRE

Les données financières sont issues des comptes consolidés au 31 décembre 2022. Le chiffre d'affaires et les dépenses d'investissements et les dépenses d'exploitation peuvent donc être réconciliés avec les États Financiers consolidés (voir respectivement le compte de résultat au chapitre 6.1 « Comptes consolidés » et les notes 12 « Immobilisations incorporelles » et 14 « Immobilisations corporelles » du chapitre 6.2 « Annexe aux comptes consolidés annuels »).

B. 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 M6 Publicité, M6 Créations et Ctzar) 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" ;

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 2022, 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 consiste à déterminer la part "alignée" de ces indicateurs. Pour cela, les activités économiques éligibles doivent 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 ("DNSH - Does Not Significant Harm"),
- respecter les garanties minimales sociales définies par le droit international.

Les sociétés dans lesquelles le Groupe exerce un contrôle conjoint ou une influence notable sont exclues du calcul des ratios définis par l'acte délégué dit « Article 8 » du règlement Taxonomie (Règlement délégué (UE) 2021/2178 de la Commission du 6 juillet 2021).

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) ;
- M6 Créations (pôle TV) ;
- Ctzar (pôle TV) ;
- M6 Digital Services (pôle Diversifications) ;
- Best of TV (pôle Diversifications - cédé le 30 novembre 2022)
- Stéphane Plaza Immobilier.

Concernant le traitement particulier des recettes publicitaires, il est 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.

C. ALIGNEMENT DES ACTIVITES DU GROUPE M6

Après analyse de ses activités, le Groupe M6 a considéré qu'il contribuait de façon substantielle à deux objectifs environnementaux définis par le Règlement Taxonomie :

- Atténuation du changement climatique,
- Adaptation au changement climatique.

Le Groupe M6 a réalisé une évaluation préalable dont il résulte que le risque de causer préjudice à un autre objectif environnemental est très faible. Néanmoins, une étude plus approfondie devra être menée dans un second temps afin de statuer de manière certaine sur cet élément.

Par ailleurs, le Groupe M6 respecte les garanties minimales sociales définies par le droit international. Son code d'Ethique et de Déontologie est disponible sur son site internet : <https://www.groupem6.fr/finance/gouvernance/statuts/>.

7.3.3.3 CHIFFRE D'AFFAIRES NET CONSOLIDÉ

A. ELIGIBILITE

Sur la base des éléments précisés ci-avant, l'élégibilité à la Taxonomie verte du chiffre d'affaires net consolidé du Groupe M6 se répartit comme suit pour l'exercice 2022 :

	2022		2021	
Activités économiques	Chiffre d'affaires (en Meuros)	Part du chiffre d'affaires (en %)	Chiffre d'affaires (en Meuros)	Part du chiffre d'affaires (en %)
A. Activités éligibles à la Taxonomie	1 268,7	94 %	1 310,8	94 %
8.3 Programming and broadcasting 13.1 Creative, arts and entertainment activities 13.3 Motion picture, video and television programme production, sound recording and music publishing activities				
B. Activités non éligibles à la Taxonomie	88,2	6 %	79,6	6 %
TOTAL chiffre d'affaires net consolidé du Groupe M6 (A + B)	1 356,9	100 %	1 390,4	100 %

Concernant le traitement particulier des recettes publicitaires, il est 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.

B. ALIGNEMENT

L'alignement à la Taxonomie verte du chiffre d'affaires net consolidé du Groupe M6 se répartit comme suit pour l'exercice 2022 :

	2022	
Activités économiques	Chiffre d'affaires (en Meuros)	Part du chiffre d'affaires (en %)
A. Activités alignées	60,0	4,4 %
8.3 Programming and broadcasting 13.1 Creative, arts and entertainment activities 13.3 Motion picture, video and television programme production, sound recording and music publishing activities		
B. Activités non alignées	1 296,8	95,6 %
TOTAL chiffre d'affaires net consolidé du Groupe M6 (A + B)	1 356,9	100 %

Pour déterminer le chiffre d'affaires aligné des activités de diffusion (TV et Radio), le Groupe a appliqué aux recettes de chaque antenne la part de la durée des programmes traitant intégralement ou partiellement des thématiques liées à l'environnement, à sa protection et à la lutte contre le

dérèglement climatique, rapportée à la durée de l'ensemble des programmes diffusés¹. Pour cela, le Groupe s'est appuyé sur les inventaires de programmes "verts" réalisés pour l'ARCOM dans le cadre du reporting mis en place pour le Contrat Climat (convention signée entre les médias audiovisuels et l'ARCOM).

1 entre 6 h et 1 h pour les chaînes TV et entre 4 h 30 et minuit pour les stations Radio, afin de tenir compte des créneaux effectivement investis par les annonceurs

7 DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Reporting

Pour déterminer les revenus alignés des activités du pôle Production et droits audiovisuels, le Groupe a identifié les recettes des films et autres titres "verts", c'est-à-dire traitant intégralement ou partiellement des thématiques liées à

l'environnement, à sa protection et à la lutte contre le dérèglement climatique.

Il en résulte que le chiffre d'affaires aligné du Groupe M6 est estimé à 4,4% du chiffre d'affaires total consolidé.

Codes	CA absolu (m€)	part du CA %	Critères de contribution substantielle										DNSH - Does Not Significantly Harm				Garanties minimales	Part du CA alignée - Année 2022 %	Part du CA alignée - Année 2021 %	Activité habilitante (H) / transitoire (T)
			Atténuation du changement climatique	Adaptation au changement climatique	Ressources aquatiques et marines	Économie circulaire	Pollution	Biodiversité et écosystèmes	Atténuation du changement climatique	Adaptation au changement climatique	Ressources aquatiques et marines	Économie circulaire	Pollution	Biodiversité et écosystèmes						
A. ACTIVITÉS ÉLIGIBLES À LA TAXONOMIE																				
A.1. ACTIVITÉS DURABLES SUR LE PLAN ENVIRONNEMENTAL (ALIGNÉES SUR LA TAXONOMIE)																				
Activités de programmation et de diffusion																				
8.3	56,2	4,1%	44%	56%	0%	0%	0%	0%	Oui	Oui	NA	NA	NA	NA	Oui	4,1%	NA	H / NA		
Activités de production de films cinématographiques, de vidéos et de programmes télévisés, d'enregistrement sonore et d'édition musicale																				
13.3	3,8	0,3%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	NA	Oui	NA	NA	NA	NA	Oui	0,3%	N	H / NA		
Chiffre d'affaires des activités alignées (A.1)																				
NA	60,0	4,4%	41%	59%	0%	0%	0%	0%	Oui	Oui	NA	NA	NA	NA	Oui	4,4%	NA	NA		
A.2. ACTIVITÉS ÉLIGIBLES À LA TAXONOMIE MAIS NON DURABLES SUR LE PLAN ENVIRONNEMENTAL (NON-ALIGNÉES SUR LA TAXONOMIE)																				
Activités de programmation et de diffusion																				
8.3	1 147,7	84,6%																		
Activités de production de films cinématographiques, de vidéos et de programmes télévisés, d'enregistrement sonore et d'édition musicale																				
13.3	61,0	4,5%																		
Chiffre d'affaires des activités éligibles non alignées (A.2)																				
NA	1 208,7	89,1%																		
Total A (A.1. + A.2.)																				
NA	1 268,7	93,5%																		
B. ACTIVITÉS NON ÉLIGIBLES À LA TAXONOMIE																				
Chiffre d'affaires des activités non éligibles (B)																				
NA	88,2	6,5%																		
TOTAL A + B																				
NA	1 356,9	100%																		

7.3.3.4 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'élevaient à 80,9 M€ en 2022, soit la somme de

73,8 M€, correspondant aux acquisitions d'immobilisations incorporelles (cf note 12 de l'annexe aux comptes consolidés), et de 7,1 M€, correspondant aux acquisitions d'immobilisations corporelles (cf note 14 de l'annexe aux comptes consolidés).

A. ELIGIBILITÉ

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 :

	2022		2021	
	en Meuros	en %	en Meuros	en %
A. CAPEX éligibles à la Taxonomie	65,1	81 %	80,9	82 %
1. associés aux activités éligibles du Groupe	64,5	80 %	78,6 ¹	79 %
3. associés à l'achat de produits issus d'activités éligibles autres que celles du Groupe	0,6	1 %	2,3	2 %
B. CAPEX non éligibles à la Taxonomie	15,8	19 %	18,3	18 %
TOTAL CAPEX (A + B)	80,9	100 %	99,2	100 %

B. ALIGNEMENT

L'alignement à la Taxonomie verte des CAPEX du Groupe M6 se répartit comme suit :

	2022	
	en Meuros	en %
A. CAPEX alignés	4,9	6 %
1. associés aux activités éligibles du Groupe	4,5	6 %
3. associés à l'achat de produits issus d'activités éligibles autres que celles du Groupe	0,4	1 %
B. CAPEX non alignés	76	94 %
TOTAL CAPEX (A + B)	80,9	100 %

Codes	CAPEX absolu (m\$)	Part des CAPEX %	Critères de contribution substantielle										DNSH - Does Not Significantly Harm				Garanties minimales	Part des CAPEX alignée - Année 2022 %	Part des CAPEX alignée - Année 2021 %	Activité habitante (H) / transitoire (T)
			Atténuation du changement climatique	Adaptation au changement climatique	Ressources aquatiques et marines	Économie circulaire	Pollution	Biodiversité et écosystèmes	Atténuation du changement climatique	Adaptation au changement climatique	Ressources aquatiques et marines	Économie circulaire	Pollution	Biodiversité et écosystèmes						
A. ACTIVITÉS ÉLIGIBLES À LA TAXONOMIE																				
A.1. ACTIVITÉS DURABLES SUR LE PLAN ENVIRONNEMENTAL (ALIGNÉES SUR LA TAXONOMIE)																				
Installation, maintenance et réparation d'équipements favorisant l'efficacité énergétique																				
7.3	0,4	0,5%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	Oui	Oui	NA	NA	NA	NA	OUI	0,5%	NA	NA / NA		
Installation, entretien et réparation de bornes de recharge pour véhicules électriques dans les immeubles (et places de stationnement attenantes aux immeubles)																				
7.4	0,0	0,0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	Oui	Oui	NA	NA	NA	NA	OUI	0,0%	NA	NA / NA		
Activités de production de films cinématographiques, de vidéos et de programmes télévisés, d'enregistrement sonore et d'édition musicale																				
13.3	4,5	5,6%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	Oui	Oui	NA	NA	NA	NA	OUI	5,6%	NA	H/NA		
CAPEX des activités alignées (A.1.)																				
NA	4,9	6,1%	100%	100%	0%	0%	0%	0%								6,1%	NA	NA / NA		
A.2. ACTIVITÉS ÉLIGIBLES À LA TAXONOMIE MAIS NON DURABLES SUR LE PLAN ENVIRONNEMENTAL (NON-ALIGNÉES SUR LA TAXONOMIE)																				
Transport urbain et suburbain, transport routier de voyageurs																				
6.3	0,2	0,2%																		
Activités de production de films cinématographiques, de vidéos et de programmes télévisés, d'enregistrement sonore et d'édition musicale																				
13.3	60,0	74,2%																		
CAPEX des activités éligibles non alignées (A.2)																				
	60,2	74,4%															74,4%	NA	NA / NA	
Total A (A.1. + A.2.)																				
	65,1	80,5%															80,5%	NA	NA / NA	
B. ACTIVITÉS NON ÉLIGIBLES À LA TAXONOMIE																				
CAPEX des activités non éligibles (B)																				
	15,8	19,5%																		
TOTAL A + B																				
	80,9	100%																		

1 Acquisitions de droits audiovisuels en 2021 (cf note 12 de l'annexe aux comptes consolidés)

7.4 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	++	7.1.3.1	G4-10	# 3 à 8
	2 Les embauches et les licenciements	++	7.1.3.1	G4- LA1	
Organisation du travail	3 Les rémunérations et leur évolution	+	7.1.2.3	G4- LA13	
	4 L'organisation du temps de travail	++	7.1.2.3	G4- LA	
	5 L'absentéisme	+	7.1.2.3		
Relations sociales	6 L'organisation du dialogue social, notamment les procédures d'information et de consultation du personnel et de négociation avec celui-ci	+	7.1.2.2	G4- LA4	
	7 Le bilan des accords collectifs	=	7.1.2.2	G4- LA4	
Santé et sécurité	8 Les conditions d'hygiène et de sécurité au travail	+	7.1.2.2	G4- LA6 à 8	
	9 Les accidents du travail, notamment leur fréquence et leur gravité, ainsi que les maladies professionnelles	+	7.1.2.2	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	=	7.1.2.2	G4- LA8	
	11 Les politiques mises en œuvre en matière de formation	++	7.1.2.4	LA11	
Egalité de traitement	12 Le nombre total d'heures de formation	++	7.1.2.4	LA10	
	13 Les mesures prises en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes	++	7.1.3.1	G4- LA10	
Promotion et respect des stipulations des conventions fondamentales de l'OIT	14 Les mesures prises en faveur de l'emploi et de l'insertion des personnes handicapées	++	7.1.3.3/ 7.2.4	G4- LA12	
	15 La politique de lutte contre les discriminations	++	7.2.2	G4- LA12, G4-HR3	
	16 Relatives au respect de la liberté d'association et du droit de négociation collective	=	7.1.2.2	G4-HR4 ; G4-LA4	
	17 Relatives à l'élimination des discriminations en matière d'emploi et de profession	=	7.1.3/ 7.2.2.4	G4-HR3 ; G4-LA13	
	18 Relatives à l'élimination du travail forcé ou obligatoire	=	Avant - Propos	G4-HR6	
	19 Relatives à l'abolition effective du travail des enfants	=	Avant- propos	G4-HR5	
Pilier environnemental					
Politique générale en matière environnementale	20 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	=	7.1.5 / 7.1.6 / 7.2.5 / 7.2.6 / 7.2.3		# 9 à 11
	21 Les actions de formation et d'information des salariés menées en matière de protection de l'environnement	=	7.1.2.4		
	22 Les moyens consacrés à la prévention des risques environnementaux et des pollutions	=	N/A	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	=	7.1.6	G4-EN22 à 26	
	25 La prise en compte des nuisances sonores et de toute autre forme de pollution spécifique à une activité		7.2.1.1		
Économie circulaire	26 Les mesures de prévention, de recyclage, de réutilisation, d'autres formes de valorisation et d'élimination des déchets	+	7.1.6	G4-EN23	
	27 Les actions de lutte contre le gaspillage alimentaire	-	7.1.6/ Avant- propos		
Utilisation durable des sols	28 La consommation d'eau et l'approvisionnement en eau en fonction des contraintes locales	=	7.1.5.1	G4-EN8	
	29 La consommation de matières premières et les mesures prises pour améliorer l'efficacité dans leur utilisation	+	7.1.5	G4-EN1, G4- EN27	
	30 La consommation d'énergie, les mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables	+	7.1.5	G4-EN3 à EN7	
Changement climatique	31 L'utilisation des sols	=	7.1.2.2		
	32 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	+	7.1.5.2	EN16, EN17, EN 18, EN19, EN20	
Biodiversité	33 L'adaptation aux conséquences du changement climatique	=	N/A	EN18, EC2	
	34 Les mesures prises pour préserver la biodiversité	=	7.2.1.2 / 7.1.5.1	G4-EN11 à EN 14	

7 DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Table de concordance

Thèmes		Sous-Thèmes	Degré de pertinence	Référence	Référentiel GRI	Pacte Mondial
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	=	7.1.4	G4- EC7 et G4-EC8	# 16 à 18 et 21
	36	Impact de l'activité sur les populations riveraines ou locales	=	7.1.4	G4- EC1, G4-EC 5 et 6	
Relations entretenues avec les parties prenantes	37	Les conditions du dialogue avec ces personnes ou organisations	++	Avant-propos	G4-24 à 27	# 2 et 16 à 18
	38	Les actions de partenariat ou de mécénat	++	7.1.4		
Sous-traitance et fournisseurs	39	La prise en compte dans la politique d'achat des enjeux sociaux et environnementaux	+	Avant-propos	G4-EC9, G4-HR4, 5,6, 8, 10	# 2 à 11
	40	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	+	Avant-propos	G4-EC9, G4-HR4, 5,6, 8, 10	
Loyauté des pratiques	41	Les actions engagées pour prévenir la corruption	++	7.1.2.2	G4-SO3 à 5	# 12 à 14
	42	Les mesures prises en faveur de la santé et de la sécurité des consommateurs	++	7.2.4.1	G4-PR1 ; G4-PR2	
Autres actions engagées en faveur des droits de l'homme	43	Autres actions engagées en faveur des droits de l'homme	=	7.1.4	G4-HR	# 3 à 5

7.5 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 2022

A l'assemblée générale,

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 3-1884¹, 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 2022 (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 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 ou 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 ;
- de préparer 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) ;
- de préparer la Déclaration en appliquant le Référentiel de l'entité tel que mentionné ci-avant ;
- ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'elle 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.

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 ;

1 Accréditation Cofrac Inspection, n°3-1884, portée disponible sur le site www.cofrac.fr

7 DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la DPEF

- 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, notamment l'avis technique de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes, *Intervention du commissaire aux comptes, intervention de l'OTI – Déclaration de performance extra-financière*, 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 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 2022 et février 2023 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.
- 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 ;

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

- 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 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 7 mars 2023

KPMG S.A.

Anne Garans
Associée
Sustainability Services

Xavier Troupel
Associé

7.6 ANNEXES

Informations qualitatives (actions et résultats) considérées les plus importantes

Actions de maîtrise de l'empreinte environnementale
Actions de sensibilisation des jeunes aux médias et à l'information
Emissions de gaz à effet de serre liées aux consommations d'énergie du Groupe
Mesures de protection des publics sensibles
Mesures pour favoriser le bien-être des collaborateurs
Mesures pour former les collaborateurs aux sujets environnementaux et sociétaux
Mesures pour renforcer le dialogue social
Mesures prises en faveur de la confidentialité des données
Mesures prises pour promouvoir l'égalité Femme/Homme
Plan d'actions et résultats relatifs au développement des compétences des collaborateurs
Politiques liées aux sujets d'éthique et de déontologie

Indicateurs clés de performance et autres résultats quantitatifs considérés les plus importants

Nombre de mises en demeure de l'ARCOM confirmées sur l'année écoulée concernant le respect des obligations déontologiques conventionnelles
Nombre de mises en garde et mises en demeure de l'ARCOM confirmée sur l'année écoulée concernant la déontologie de l'information
Taux d'accessibilité des programmes (chaînes M6, W9) aux personnes sourdes et malentendantes
Taux d'accessibilité des programmes (chaîne 6ter) aux personnes sourdes et malentendantes
Part des femmes dans la représentation des programmes d'information produits en interne pour les chaînes en clair (hors Gulli) et sur les tranches d'information (matinale, midi et soir) de RTL
Nombre d'élèves sensibilisés à la pédagogie aux médias par les actions de Gulli
Budget annuel de la Fondation d'entreprise
Taux de turnover
Part des collaborateurs ayant 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 collaborateurs formés à l'écoproduction
Taux de revalorisation des équipements informatiques
Part des déchets alimentaires compostés
Part des femmes dans des postes de direction
Part des collaborateurs formés à la Fresque du Climat



METROPOLE TÉLÉVISION

89 AVENUE CHARLES DE GAULLE - 92200 NEUILLY-SUR-SEINE
01 41 92 66 66 - www.groupem6.fr