

The background features a teal color with several overlapping, abstract geometric shapes. These shapes are composed of fine, concentric lines that create a 3D effect, resembling a series of stacked, curved planes. The colors of these shapes range from a light yellow-green to a darker teal, creating a sense of depth and movement.

2026

RAPPORT
DURABILITÉ

 radiofrance

SOMMAIRE

Introduction – Sibyle Veil, Présidente-Directrice Générale de Radio France.....	9
Chiffres-clefs liés à la RSE de Radio France en 2025.....	10
1. Les informations générales du rapport de durabilité 2026	11
• 1.2. La gouvernance de Radio France	11
1.2.1. Les organes de gouvernance en matière de durabilité	11
1.2.1.1. La supervision de la démarche RSE au niveau central.....	11
1.2.1.2. Les instances de pilotage et de déploiement opérationnel.....	16
1.2.1.3. Une instance transverse garante de l'indépendance de Radio France : Le Comité d'honnêteté, d'indépendance et de pluralisme de l'information et des programmes.....	17
1.2.2. Les mécanismes incitatifs liés aux performances de durabilité.....	18
1.2.3. Le processus de vigilance raisonnable	18
• 1.3. La stratégie et le modèle d'affaires de Radio France.....	19
1.3.1. Les activités de Radio France.....	19
1.3.2. Le modèle d'affaires de Radio France.....	20
1.3.2.1. La raison d'être de Radio France.....	21
1.3.2.2. Les valeurs de Radio France	22
1.3.2.3. Les missions de Radio France	22
1.3.2.4. Le modèle d'affaires de Radio France	22
1.3.3. La chaîne de valeur de Radio France	22
1.3.4. La prise en compte des intérêts et points de vue des parties prenantes	23
• 1.4. Les impacts, risques et opportunités (IRO)	24
1.4.1. La méthodologie d'analyse de double matérialité	24
1.4.2. Les enjeux matériels pour Radio France.....	25
2. L'engagement environnemental de Radio France.....	27
• 2.1. Les impacts, risques et opportunités liés aux enjeux environnementaux	27
• 2.2. La maîtrise de l'empreinte carbone	28
2.2.1. Les impacts, risques et opportunités matériels et les politiques et plans d'actions afférents	28
2.2.2. Le Bilan carbone de Radio France.....	28
2.2.2.1. Un inventaire annuel des émissions de GES des activités de Radio France.....	28
2.2.2.2. La méthodologie et le périmètre retenus.....	29
2.2.3. Présentation des politiques et engagements de Radio France.....	30
2.2.3.1. Le « Tournant » : un cadre structurant pour l'action environnementale	30
2.2.3.2. Une feuille de route climat pour initier la démarche et identifier les leviers d'action.....	30

2.2.3.3.	<i>Vers une politique climat formalisée à horizon 2026</i>	30
2.2.4.	Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025	31
2.2.4.1.	<i>Des réflexions engagées sur la mobilité des collaborateurs de Radio France</i>	31
2.2.4.2.	<i>Une étude sur la sobriété numérique</i>	31
2.2.4.3.	<i>Une veille juridique continue sur les évolutions règlementaires</i>	32
2.2.5.	Présentation des indicateurs suivis par Radio France et des résultats 2025	32
2.2.5.1.	<i>Résultats du bilan GES</i>	32
2.2.5.2.	<i>Mise en perspective par rapport aux usages</i>	33
2.2.5.3.	<i>Les indicateurs de suivi de la consommation d'énergie</i>	34
2.2.5.4.	<i>Les indicateurs de suivi de la mobilité</i>	35
●	2.3. L'adaptation au changement climatique	35
2.3.1.	Les impacts, risques et opportunités matériels et les politiques et plans d'actions afférents	36
2.3.2.	Le diagnostic des risques physiques	36
2.3.2.1.	<i>Objectifs de l'étude</i>	36
2.3.2.2.	<i>Principaux enseignements de l'étude</i>	37
2.3.3.	Présentation des politiques et engagements de Radio France	38
2.3.3.1.	<i>Politique de gestion du patrimoine</i>	38
2.3.3.2.	<i>Politique de continuité d'activité pour les risques crue et sécheresse</i>	38
2.3.4.	Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025	39
●	2.4. La sensibilisation et la formation aux enjeux environnementaux	39
2.4.1.1.	Les impacts, risques et opportunités matériels et les politiques et plans d'actions afférents	40
2.4.2.	Présentation du cadre réglementaire dans lequel s'inscrit la démarche de Radio France en la matière	40
2.4.3.	Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025	41
2.4.3.1.	<i>La formation continue des journalistes pour une information de qualité</i>	41
2.4.3.2.	<i>La sensibilisation des auditeurs sur les enjeux environnementaux à travers une offre fournie d'émissions en la matière</i>	41
2.4.4.	Présentation des indicateurs suivis par Radio France et des résultats 2025	42
3.	La démarche sociale de Radio France pour ses collaborateurs	44
●	3.1. Les collaborateurs de Radio France	44
3.1.1.1.	<i>Répartition des effectifs par catégorie et contrat</i>	45
3.1.1.2.	<i>Répartition des effectifs par catégorie et par genre</i>	46
3.1.1.3.	<i>Répartition des effectifs par catégorie et par tranche d'âge</i>	47
3.1.1.4.	<i>Répartition des départs des effectifs par catégorie</i>	47
●	3.2. Les impacts, risques et opportunités en lien avec les collaborateurs de Radio France	48

●	3.3. La diversité, l'égalité et l'inclusion des collaborateurs	50
	3.3.1. Les impacts, risques et opportunités matériels et les politiques et plans d'actions afférents	51
	3.3.2. Présentation des politiques et engagements de Radio France.....	51
	3.3.2.1. Le programme Égalité 360° : le cadre stratégique global.....	52
	3.3.2.2. Des engagements formalisés dans des accords collectifs structurants	53
	3.3.2.3. Un engagement public structuré autour de chartes et labels.....	53
	3.3.3. Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025.....	54
	3.3.3.1. Renforcement de la culture interne d'égalité des identités de genre et de prévention des discriminations	54
	3.3.3.2. Inclusion et sensibilisation au handicap	55
	3.3.3.3. Accélération de l'égalité professionnelle femmes-hommes	55
	3.3.3.4. Favoriser la diversité dans le recrutement	56
	3.3.4. Présentation des indicateurs suivis par Radio France et des résultats 2025	57
●	3.4. Le climat et le dialogue social	58
	3.4.1. Les impacts, risques et opportunités matériels et les politiques et plans d'actions afférents	58
	3.4.2. Présentation des politiques et engagements de Radio France.....	59
	3.4.3. Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025.....	60
	3.4.4. Présentation des indicateurs suivis par Radio France et des résultats 2025	60
●	3.5. L'attraction, la fidélisation des salariés et le développement des compétences..	61
	3.5.1. Les impacts, risques et opportunités matériels et les politiques et plans d'actions afférents	62
	3.5.2. Présentation des politiques et engagements de Radio France.....	63
	3.5.3. Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025.....	64
	3.5.3.1. L'adaptation continue aux évolutions du marché du travail et aux besoins de Radio France	64
	3.5.3.2. Un dispositif de formation à disposition de tous les collaborateurs.....	65
	3.5.3.3. Un accompagnement de proximité tout au long de la carrière.....	66
	3.5.4. Présentation des indicateurs suivis par Radio France et des résultats 2025	67
	3.5.4.1. Indicateurs de formations.....	67
	3.5.4.2. Indicateurs sur les dispositifs de suivi et de développement des parcours professionnels	69
●	3.6. La santé et les conditions de travail	69
	3.6.1. Les impacts, risques et opportunités matériels et les politiques et plans d'actions afférents	69
	3.6.3. Présentation des politiques et engagements de Radio France.....	71
	3.6.3.1. La prévention et la gestion des risques professionnels.....	71
	3.6.3.2. La qualité de vie et des conditions de travail.....	71

3.6.4.	Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025.....	72
3.6.4.1.	<i>La formation et la sensibilisation</i>	72
3.6.4.2.	<i>Le renforcement des équipements de sécurité</i>	72
3.6.5.	Présentation des indicateurs suivis par Radio France et des résultats 2025	72

4. La démarche sociétale de Radio France envers ses auditeurs et ses spectateurs..... 75

●	4.1. Les auditeurs et spectateurs de Radio France	75
●	4.2. Les impacts, risques et opportunités liés aux auditeurs et aux spectateurs de Radio France	75
●	4.3. L'accessibilité, la proximité et l'inclusivité des contenus pour tous les publics...	76
4.3.1.	Les impacts, risques et opportunités matériels et les politiques et plans d'actions afférents	76
4.3.2.	Présentation des politiques et engagements de Radio France.....	77
4.3.3.	Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025.....	78
4.3.3.1.	<i>Renforcer la représentation des femmes à l'antenne et lors des représentations musicales</i> .	78
4.3.3.2.	<i>Favoriser la diversité sociale et des origines dans les contenus</i>	79
4.3.3.3.	<i>Lutter contre les discriminations dans les programmes</i>	80
4.3.3.4.	<i>Favoriser l'accessibilité et l'inclusion des publics en situation de handicap</i>	80
4.3.4.	Présentation des indicateurs suivis par Radio France et des résultats 2025	82
●	4.4. L'ancrage de Radio France dans les régions	83
4.4.1.	Les impacts, risques et opportunités matériels, les politiques et plans d'actions afférents	83
4.4.2.	Présentation du cadre réglementaire dans lequel s'inscrit la démarche de Radio France en la matière.....	83
4.4.3.	Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025.....	84
4.4.3.1.	<i>Une présence locale renforcée dans le programme éditorial</i>	84
4.4.3.2.	<i>Des outils numériques mis au service de l'ancrage dans les territoires</i>	85
4.4.3.3.	<i>Une amélioration continue de la cartographie des territoires</i>	85
4.4.4.	Présentation des indicateurs suivis par Radio France et des résultats 2025	86
●	4.5. La diffusion de la culture	86
4.5.1.	Les impacts, risques et opportunités matériels et les politiques et plans d'actions afférents	87
4.5.2.	Présentation du cadre réglementaire dans lequel s'inscrit la démarche de Radio France en la matière.....	87
4.5.2.1.	<i>La démarche éditoriale de Radio France de transmission de la culture à toutes et tous</i>	87
4.5.2.2.	<i>La démarche musicale de Radio France permettant d'associer l'ensemble du territoire français à ses événements culturels</i>	88
4.5.3.	Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025.....	88

4.5.3.1.	<i>Une programmation à l'écoute des attentes et des nouvelles pratiques des Français</i>	88
4.5.3.2.	<i>Radio France, acteur pionnier du podcast, accessible partout, pour tous</i>	89
4.5.3.3.	<i>Un plan d'actions musical résolument tourné vers l'inclusion de l'ensemble de la société française</i>	90
4.5.4.	Présentation des indicateurs suivis par Radio France et des résultats 2025	92
5.	La gouvernance et la conduite des affaires de Radio France	95
● 5.1.	Le rôle des instances de gouvernance	95
● 5.2.	Les impacts, risques et opportunités en lien avec la gouvernance et la conduite des affaires de Radio France	95
● 5.3.	Le respect de la déontologie journalistique	97
5.3.1.	Les impacts, risques et opportunités matériels et les politiques et plans d'actions afférents	97
5.3.2.	Le baromètre du pluralisme, outil de mesure du respect du pluralisme	99
5.3.3.	Présentation des politiques et engagements de Radio France	99
5.3.3.1.	<i>Un socle de principes communs</i>	99
5.3.3.2.	<i>Le Comité relatif à l'honnêteté, à l'indépendance et au pluralisme de l'information et des programmes</i>	101
5.3.4.	Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025	101
5.3.4.1.	<i>Les process éditoriaux</i>	101
5.3.4.2.	<i>Les procédures de transparence imposées aux journalistes de Radio France</i>	102
5.3.4.3.	<i>L'évaluation du respect du pluralisme sur les antennes de Radio France</i>	102
5.3.5.	Présentation des indicateurs suivis par Radio France et des résultats 2025	102
● 5.4.	La protection des données, de la propriété intellectuelle et la cybersécurité	103
5.4.1.	Les impacts, risques et opportunités matériels et les politiques et plans d'actions afférents	104
5.4.2.	La protection de la propriété intellectuelle	105
5.4.2.1.	<i>Présentation du cadre réglementaire dans lequel s'inscrit la démarche de Radio France en la matière</i>	105
5.4.2.2.	<i>Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025</i>	105
5.4.2.3.	<i>Présentation des indicateurs suivis par Radio France et des résultats 2025</i>	106
5.4.3.	La cybersécurité	106
5.4.3.1.	Présentation des politiques et engagements de Radio France	107
5.4.3.1.1.	<i>La sécurité informatique au cœur des préoccupations de Radio France</i>	107
5.4.3.1.2.	<i>Un encadrement des coûts liés à la sécurité informatique</i>	107
5.4.3.1.3.	<i>L'encadrement de la protection des données personnelles</i>	107
5.4.3.2.	Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025	107
5.4.3.2.1.	<i>La sécurisation du système informatique face aux cyberattaques</i>	107

5.4.3.2.2.	<i>La sensibilisation et la formation à la sécurité informatique.....</i>	108
5.4.3.3.	<i>Présentation des indicateurs suivis par Radio France et des résultats 2025.....</i>	108
•	5.5. La conformité, l'éthique et l'exemplarité du cadre de fonctionnement.....	109
5.5.1.	Les impacts, risques et opportunités matériels et les politiques et plans d'actions afférents	109
5.5.2.	Présentation des politiques et engagements de Radio France.....	109
5.5.3.	Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025.....	110
5.5.3.1.	<i>La formation et la sensibilisation à la thématique anticorruption.....</i>	110
5.5.3.2.	<i>Les contrôles comptables anti-corruption.....</i>	111
5.5.4.	Présentation des indicateurs suivis par Radio France et des résultats 2025.....	111
6.	Annexes au rapport	113
•	6.1. Annexe 1 : Présentation du modèle d'affaires de Radio France	113
•	6.2. Annexe 2 : Présentation de la chaîne de valeur de Radio France.....	113

Ce rapport, et les travaux qui ont permis d'y aboutir, ont été réalisés avec le concours du cabinet Icare by Bearing Point.

Introduction — Sibyle Veil, Présidente-Directrice Générale de Radio France



Pleinement engagée dans sa responsabilité environnementale et sociétale, Radio France publie, dans une démarche totalement volontaire et transversale pour l'ensemble de l'entreprise, son premier rapport « durabilité » 2025.

Cette publication intervient en effet en avance de phase de l'entrée en vigueur de la nouvelle réglementation européenne « CSRD » prévue pour 2028. Sans attendre cette échéance, Radio France a souhaité, dans cet intervalle, se mobiliser pour une montée en puissance progressive et solide.

Cet engagement démontre l'exemplarité dans laquelle Radio France souhaite s'inscrire en tant que service public, consciente de sa capacité à impacter fortement et positivement toute sa chaîne de valeur ainsi que le public.

Cette dynamique responsable est déjà ancrée dans les priorités de Radio France, avec notamment, en 2021, le lancement de la démarche « [Egalité 360](#) » ; en 2022, la publication du « [Tournant environnemental](#) » formalisant 10 engagements de Radio France, et en 2023, la conclusion d'un contrat-climat.

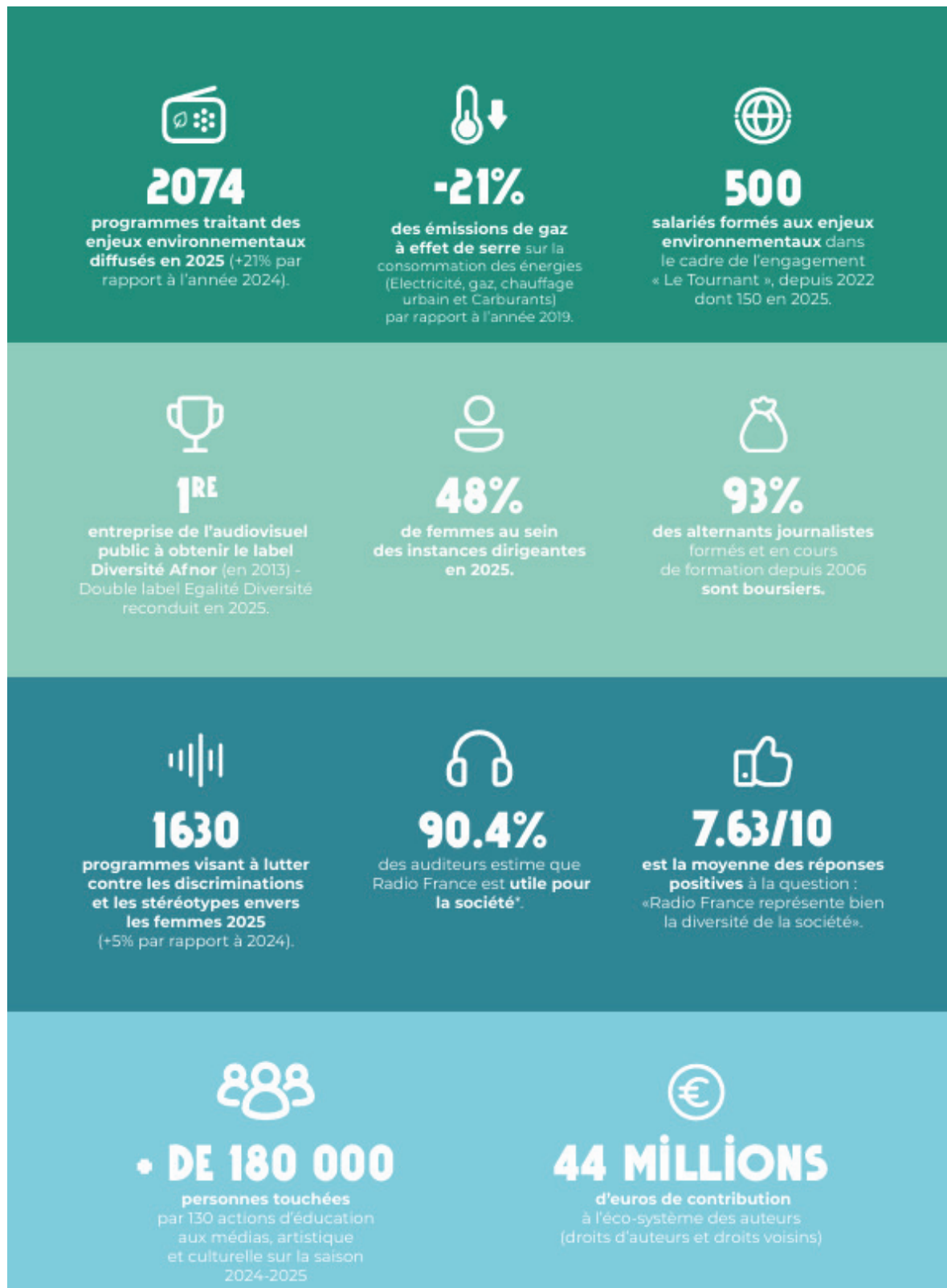
Avec la démarche « durabilité », nous allons plus loin encore.

L'année 2025 a permis de dresser la liste des enjeux matériels de Radio France afin d'identifier les points principaux d'impacts de l'entreprise sur son environnement et de l'environnement sur l'entreprise. Cette analyse fine permet à Radio France de suivre les données précises sur ces enjeux matériels. Elle permet également de s'engager vers la fixation de politiques et de cibles, avec des trajectoires associées, pour optimiser les impacts positifs, saisir les opportunités tout en neutralisant les risques et les impacts négatifs.

A ce titre, pour garantir sa durabilité, Radio France suit de très près et impulse des politiques fortes autour des priorités telles que le respect de la déontologie journalistique, la diversité, l'égalité, l'inclusion des collaborateurs et des publics, le climat et le dialogue social, la maîtrise de l'empreinte et l'adaptation climatique, l'ancrage dans les régions, l'attraction, le développement des compétences et la fidélisation des salariés mais également la protection des données, de la propriété intellectuelle et la cybersécurité.

C'est avec une équipe engagée dans ces projets que nous sommes fiers de présenter en détails sur ces actions, leurs évolutions et leurs perspectives dans ce rapport.

Chiffres-clefs liés à la RSE de Radio France en 2025



*source : baromètre d'image Toluna-Harris – moyenne vague mars 2025 et octobre 2025 - % de notes 6-10 – Auditeurs Hebdomadaires.

1. Les informations générales du rapport de durabilité 2026

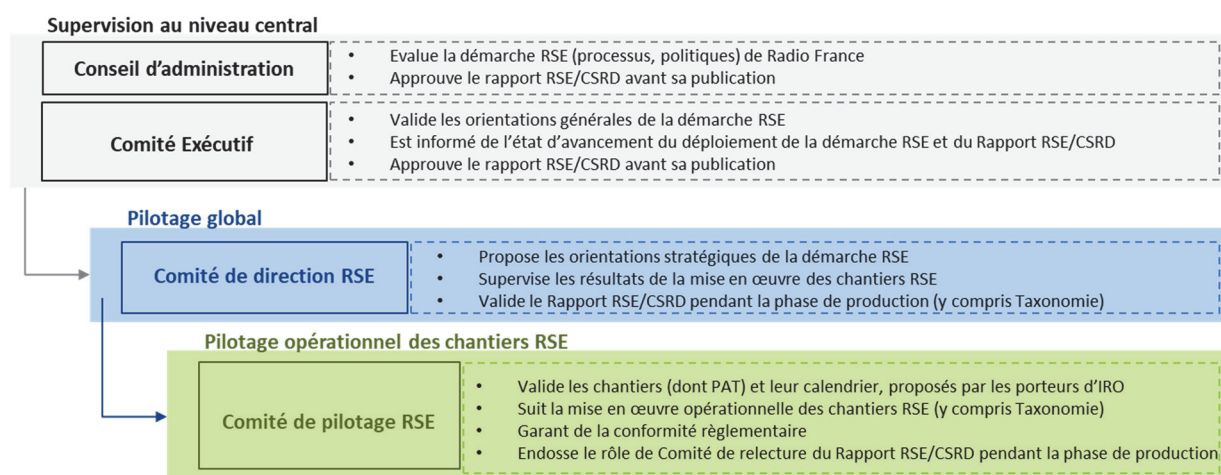
1.1. La préparation du rapport de durabilité 2026 dans un contexte d'évolutions réglementaires

L'année 2026 marque une étape importante pour Radio France, qui choisit **d'anticiper l'évolution du cadre réglementaire** en publiant, avant son entrée en vigueur obligatoire en 2028, un **rapport de durabilité structuré selon les principes de la directive CSRD**. Ce rapport constitue donc une première étape vers la conformité à la directive. Cette démarche volontaire s'inscrit dans la continuité des travaux engagés depuis 2024 pour renforcer la place des enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance dans le pilotage stratégique de l'entreprise. Le présent rapport intègre notamment les résultats de l'analyse de double matérialité, la **formalisation de la chaîne de valeur et du modèle d'affaires** ainsi que la structure globale de l'état de durabilité. L'analyse de double matérialité a fait l'objet d'un audit, dont le rapport figure en partie 1.4 du rapport.

1.2. La gouvernance de Radio France

1.2.1. Les organes de gouvernance en matière de durabilité

La gouvernance de Radio France repose sur quatre instances principales et est présidée par **Sibyle Veil**, Présidente-Directrice Générale de Radio France.



Par ailleurs, le **Comité d'honnêteté, d'indépendance et de pluralisme de l'information et des programmes** est compétent pour vérifier le respect des principes d'honnêteté, d'indépendance et de pluralisme. Les avis du Comité informent la direction de Radio France sur les moyens à mettre en œuvre pour respecter ces principes

1.2.1.1. La supervision de la démarche RSE au niveau central


Deux instances portent le **rôle de supervision globale de la démarche RSE de Radio France** : le Conseil d'administration, organe d'administration, et le Comité exécutif, organe de direction.


- Le Conseil d'administration

Le Conseil d'administration définit les **orientations générales de l'entreprise, veille au respect du Cahier des Missions et des Charges** (ci-après CMC), **et garantit la qualité des programmes, l'exactitude de l'information et de l'expression pluraliste des courants d'opinion**. Il assure également le suivi et l'application des décisions de **L'Arcom**. En matière de durabilité, le Conseil d'administration **évalue la démarche RSE** de Radio France, tant d'un point de vue de son processus que des politiques qu'elles portent. Il approuve le rapport de durabilité de Radio France avant sa publication.


Le Conseil d'administration de Radio France est présidé par Sibyle Veil. En sa qualité de Présidente-Directrice (PDG). Les membres du Conseil d'administration, outre la PDG, sont au nombre de douze et sont nommés pour un mandat de cinq ans. La composition du Conseil d'administration reflète l'ancrage institutionnel de Radio France :


- Des **parlementaires** issus des commissions « Culture » de l'Assemblée nationale et du Sénat :


	Prisca Thevenot	Députée des Hauts-de-Seine Membre du Conseil d'Administration de Radio France depuis octobre 2024
---	------------------------	---

	Laurent Lafon	Sénateur du Val-de-Marne Membre du Conseil d'Administration de Radio France depuis décembre 2023
--	----------------------	--

- Quatre **représentants de l'Etat** :

	Florence Philbert	Conseillère maître à la Cour des comptes, Directrice générale des médias et des industries culturelles du ministère de la Culture Membre du Conseil d'Administration de Radio France depuis janvier 2023
---	--------------------------	--

	Victor Richon	Ingénieur du corps des mines, Adjoint à la Direction de participations Services et Finance de l'Agence des participations de l'Etat Membre du Conseil d'Administration de Radio France depuis mars 2024
---	----------------------	---

	Carole Anselin	Sous-directrice de la 8e sous-direction de la Direction du Budget du ministère de l'Action et des Comptes publics Membre du Conseil d'Administration de Radio France depuis novembre 2024
---	-----------------------	---



Dominique Muller

Délégué à la musique à la direction générale de la création artistique du ministère de la Culture
Membre du Conseil d'Administration de Radio France depuis novembre 2024

- Quatre **personnalités indépendantes nommées par l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique** à raison de leur compétence, dont une représente les associations de défense des consommateurs agréées au niveau national conformément à l'article L. 411-1 du code de la consommation :



Luc Julia

Ancien directeur scientifique du Groupe Renault
Président du Comité stratégique de Radio France
Membre du Conseil d'Administration de Radio France nommé en décembre 2021 pour une durée de 5 ans



Valérie Vesque-Jeancard

Présidente de VINCI Railways et directrice déléguée France, Chili et République dominicaine de VINCI Airports
Membre du Conseil d'Administration de Radio France depuis novembre 2025 pour une durée de 5 ans



Julie Vanhille

Secrétaire Générale de l'ACLIC, Association Citoyenne et Laïque des Consommateurs
Membre du Conseil d'Administration de Radio France depuis mai 2024 pour une durée de 5 ans



Jean-Luc Vergne

Ex-dirigeant de grands groupes industriels et financiers (Sanofi, Elf, Peugeot Citroën, BPCE)
Ex-Président d'associations (AFPA, ANACT, BGE)
Président du Comité d'audit de Radio France
A assuré l'intérim de la Présidence de Radio France entre mars et avril 2018
Membre du Conseil d'Administration de Radio France depuis décembre 2016 - Reconduction en décembre 2021 pour une durée de 5 ans

- Deux **représentants du personnel élus** :



François Joulaud

Ingénieur systèmes et réseaux au sein de la Direction du Numérique

Membre du Conseil d'Administration de Radio France depuis juillet 2022



Lionel Thompson

Journaliste à France Inter

Membre du Conseil d'Administration de Radio France depuis juillet 2010

Le **contrôleur général économique et financier** siège également au Conseil d'administration avec une voix consultative, marquant la dimension essentiellement publique du financement de Radio France, dont environ 80% des ressources proviennent de la dotation publique.

Le Conseil d'administration se réunit quatre fois par an, en complément d'éventuelles séances extraordinaires. En amont de chaque réunion, un Comité stratégique et un Comité d'audit préparent les principaux sujets ; un Comité des rémunérations se réunit également annuellement.

- Le Comité exécutif

Le Comité exécutif (Comex) constitue l'**instance opérationnelle de pilotage stratégique**. Réuni toutes les deux semaines, il rassemble les **directions exécutives** : direction éditoriale, information, moyens et organisations, communication, finances, marques et développement, ressources humaines, musique et création, ainsi que le secrétariat général.

Le Comex est composé de 11 membres au 31 décembre 2025 et est présidé par la Présidente-Directrice Générale de Radio France.



Sibyle Veil

Présidente-Directrice générale de Radio France



Vincent Meslet

Directeur éditorial



Michel Orier

Directeur de la musique et de la création



Marie Message

**Directrice générale adjointe en charge de la production,
des moyens et des organisations**



**Charles-Emmanuel
Bon**

Secrétaire général



Céline Pigalle

**Directrice éditoriale déléguée en charge de
l'information et de la proximité et directrice de ICI**



Catherine Doumid

Directrice de la communication



Cécilia Ragueneau

Directrice des marques et du développement



Matthieu Amiot

Directeur des finances



Céline Fulgence

**Directrice des Ressources humaines (par interim à date
du 31 décembre 2025 – nommée DRH en janvier 2026)**



Laurent Frisch

Directeur du numérique et de la stratégie de l'innovation

En matière de durabilité, le Comex porte les rôles suivants :

- Il **valide les orientations générales** de la démarche RSE de Radio France chaque année avant son déploiement.
- Il est **informé de l'état d'avancement** de la mise en œuvre de la démarche RSE et du rapport de durabilité. Ainsi, il réoriente si besoin la trajectoire prise et arbitre sur les blocages et choix à opérer.
- Il **approuve le rapport de durabilité** avant sa présentation en Conseil d'Administration et sa publication.

Sont présentés ci-dessous les indicateurs de diversité du Conseil d'administration et du Comité exécutif au 31 décembre 2025 :

Intitulé		2023	2024	2025
Femmes au sein des instances de gouvernance	<i>Total (en nombre)</i>	11	12	12
	<i>Total (en %)</i>	46%	50%	50%
Femmes au sein du Conseil d'administration	<i>Total (en nombre)</i>	6	6	6
	<i>Total (en %)</i>	46%	46%	46%
Femmes au sein du Comité exécutif	<i>Total (en nombre)</i>	5	6	6
	<i>Total (en %)</i>	45%	55%	55%

Ces résultats montrent l'effort constant et la réussite de Radio France pour atteindre la parité entre femmes et hommes dans les instances de gouvernance.

1.2.1.2. Les instances de pilotage et de déploiement opérationnel

A ces instances de supervision générale s'ajoutent des **instances de pilotage global** (le Comité de direction RSE) **et de pilotage opérationnel** (le Comité de pilotage RSE) de la trajectoire de durabilité.

- Le Comité de direction RSE

Le Comité de direction RSE délivre la vision globale de la démarche RSE de Radio France. Présidé par le secrétaire général de Radio France, Charles-Emmanuel Bon, membre du Comex, il est composé de **13 membres** représentant les directions de Radio France.

Le rôle du Comité de direction RSE consiste à **proposer chaque année les orientations stratégiques** de la démarche, ensuite validées par le Comex, et à superviser la mise en œuvre des chantiers RSE tout au long de l'année. S'agissant du rapport de durabilité, il assure sa revue avant présentation au Comex et au Conseil d'administration, et veille à ce que son contenu soit aligné avec les ambitions RSE et stratégiques de Radio France.

- Le Comité de pilotage RSE

Instance de pilotage opérationnel de la démarche RSE, le Comité de pilotage RSE est également présidé par le Secrétaire général de Radio France, Charles-Emmanuel Bon et composé de **12 membres** contributeurs opérationnels à la démarche RSE. Le Comité de pilotage RSE est animé par la Secrétaire générale adjointe en charge de la coordination RSE, avec l'appui de la Directrice RH adjointe, en charge des politiques Egalité, Diversité et Handicap et de la Responsable Environnement (DIESE). Cette coordination permet d'assurer la mobilisation de l'ensemble des directions à la bonne mise œuvre de la démarche RSE de Radio France.

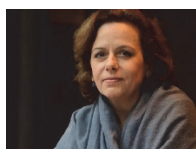
Le rôle du Comité de pilotage RSE est d'apporter une vision opérationnelle à l'exercice RSE, à travers le suivi régulier de la mise en œuvre opérationnelle des chantiers RSE. En période de production du rapport de durabilité, le Comité de pilotage RSE assure une relecture transversale de premier niveau.

Les équipes opérationnelles sont également impliquées dans la feuille de route RSE. Les IRO matériels ont été attribués à des **porteurs et des responsables d'IROs**, dont les rôles sont les suivants :

- Le porteur d'IRO, membre du service responsable de l'IRO, est en charge de définir les politiques, actions et cibles liées à l'IRO et de leur déploiement. Il est responsable en direct ou coordonne également la réalisation des chantiers de mise en conformité et la collecte des indicateurs.
- Le responsable d'IRO valide la définition des politiques, actions et cibles liées à l'IRO dont il est responsable, suit leur déploiement et en rend compte au sponsor Comex, le Secrétaire Général.

1.2.1.3. Une instance transverse garante de l'indépendance de Radio France : Le Comité d'honnêteté, d'indépendance et de pluralisme de l'information et des programmes

Radio France est dotée du Comité d'honnêteté, d'indépendance et de pluralisme de l'information et des programmes (CHIPIP), instance indépendante chargée **d'examiner les questions relatives au respect des principes d'honnêteté, d'indépendance et de pluralisme**. Le comité est composé de cinq personnalités indépendantes nommées pour trois ans renouvelables. Le CHIPIP est **présidé par Françoise Benhamou**.



Françoise Benhamou

Economiste, spécialiste de l'économie de la culture, des médias et du numérique



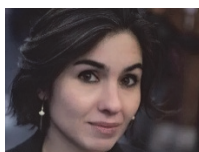
Francesco Martucci

Agrégé des Facultés de droit et professeur de droit public à l'Université Paris Panthéon-Assas



Alice Antheaume

Directrice exécutive de l'École de journalisme de Sciences Po, journaliste professionnelle et administratrice indépendante du conseil de surveillance des Echos



Chine Labbé

Vice-Présidente senior chargée des partenariats et Rédactrice en chef Europe et Canada pour NewsGuard, société américaine qui aide les consommateurs et les entreprises à identifier les informations fiables en ligne



Christine Maugüé

Présidente de la section de l'Administration du Conseil d'État, membre du comité d'éthique et de déontologie de la Fédération Française de Rugby et présidente de la Caisse de prévoyance et de retraite des employés et clercs de notaires

En 2025, son rôle a été renforcé à travers les actions suivantes :

- La Présidente-Directrice Générale de Radio France a saisi le CHIPIP pour évaluer l'usage des données du baromètre du pluralisme,
- LE CHIPIP a été consulté sur la Charte pour un usage éthique de l'intelligence artificielle,
- Le CHIPIP a rencontré les rédactions pour approfondir les enjeux de diversité et de pluralisme,
- La page web du CHIPIP, accessible depuis le site internet de Radio France, a été retravaillée afin d'assurer une meilleure accessibilité et lisibilité de ses avis.

1.2.2. Les mécanismes incitatifs liés aux performances de durabilité

Radio France a mis en place pour la Présidente-Directrice Générale un mécanisme incitatif lié aux enjeux RSE. Ainsi, la Présidente-Directrice Générale dispose d'une **part variable dont 15 %** dépendent de l'atteinte d'objectifs RSE portant sur la maîtrise de l'empreinte environnementale de Radio France ainsi que l'égalité femmes / hommes et l'inclusion professionnelle. Ces critères sont soumis au Comité des rémunérations puis validés par le Conseil d'administration.

1.2.3. Le processus de vigilance raisonnable

Les informations relevant du processus de vigilance raisonnable sont présentées à la section suivante du présent rapport :

Étapes de la procédure de diligence raisonnable	Section du présent rapport détaillant la mise en œuvre au sein de Radio France
Intégrer la diligence raisonnable dans la gouvernance, la stratégie et le modèle d'entreprise	A date, les enjeux de responsabilité sociale et environnementale sont présentés au Conseil d'administration notamment à travers le rapport de durabilité. Le Conseil d'administration est informé annuellement de l'enjeu de pluralisme via la Médiatrice de Radio France et du programme Egalité 360 (actions de l'année et suivi indicateur parité F/H). Plus d'informations en partie 1.2.1.1 La supervision de la démarche RSE au niveau central.
Consulter les parties prenantes	En complément des consultations régulières (via les enquêtes auditeurs, le dialogue social, la Médiation de Radio France...), Radio France a consulté ses parties prenantes dans le cadre des travaux de double matérialité. L'ensemble de ces consultations sont décrites dans le rapport CSRD dans la partie dédiée 1.3.4 La prise en compte des intérêts et points de vue des parties prenantes.

Identifier et évaluer les impacts négatifs sur les Humains et l'environnement	L'analyse de double matérialité permet de répondre à cette demande, décrite dans la partie 1.4.1 La méthodologie d'analyse de double matérialité .
Mettre en place des actions pour limiter ces impacts négatifs	L'ensemble des politiques et plans d'actions mis en œuvre pour répondre aux impacts négatifs identifiés dans l'analyse de double matérialité sont présentés dans le rapport de durabilité, dans les parties 2. L'engagement environnemental de Radio France , 3. La démarche sociale de Radio France pour ses collaborateurs , 4. La démarche sociétale de Radio France envers ses auditeurs et ses spectateurs et 5. La gouvernance et la conduite des affaires de Radio France .
Suivre l'efficacité des actions mises en œuvre	La gouvernance RSE mise en place par Radio France permet de suivre l'efficacité des actions mises en œuvre., décrite dans la partie 1.2 La gouvernance de Radio France .

1.3. La stratégie et le modèle d'affaires de Radio France

1.3.1. Les activités de Radio France

Premier groupe radiophonique français en nombre d'auditeurs et en part d'audience, Radio France produit et diffuse une offre éditoriale structurée autour de sept chaînes généralistes, thématiques et de proximité : **France Inter, franceinfo, France Culture, France Musique, ICI, Mouv' et FIP**. L'ensemble de ces antennes est conçu de manière complémentaire, afin de proposer une offre cohérente et accessible, couvrant tous les usages et tous les publics sur tout le territoire français.



Avec **trois Français sur quatre** exposés chaque mois à au moins un contenu Radio France, l'entreprise confirme sa mission de service public de l'audio et du numérique pour tous. En 2025, **41,8 millions de personnes** ont écouté, consulté, podcasté ou regardé un contenu Radio France chaque mois. L'entreprise a rassemblé par ailleurs **14,3 millions d'auditeurs quotidiens**, représentant **29,7 % de part d'audience**, un niveau stable malgré un marché global de la radio en baisse.

Radio France est également un acteur culturel majeur. Elle porte une programmation musicale riche à travers ses antennes, ouvre largement la **Maison de la Radio et de la Musique** au public et s'appuie sur ses **quatre formations musicales**, ainsi que sur ses activités d'édition, pour soutenir la création et la diffusion artistiques.



Les missions de service public de Radio France sont encadrées par son **CMC**. Elles s'inscrivent dans un cadre stratégique défini par le **Contrat d'Objectifs et de Moyens** (ci-après COM). Pour la période 2024-2028, les priorités suivantes ont été fixées dans le projet de COM¹ :

- **Renforcer la pertinence éditoriale et la distribution** pour garantir une offre audio de service public accessible à tous, notamment avec une offre jeunesse étoffée,
- **Consolider la présence de Radio France dans l'environnement numérique**, en alignant son offre sur l'évolution des usages et en enrichissant ses formats numériques,
- **Proposer une information de référence** dans un contexte de dérèglement informationnel, en diffusant une information vérifiée, nuancée, impartiale, et en renforçant l'éducation aux médias,
- « **Accélérer la "révolution de la proximité"**, avec le renouveau éditorial du réseau **ICI**, le partage de la marque commune ICI Radio / TV / Digital, le développement des coopérations avec France 3 et la diffusion d'une offre de proximité sur l'ensemble des antennes,
- **Promouvoir la souveraineté et la diversité culturelle**, en incarnant la mission de soutien à l'exception culturelle, musicale et patrimoniale française,
- **Poursuivre l'exemplarité** en matière de gestion budgétaire, d'engagement environnemental, de diversité et d'inclusion.

Afin de garantir une distribution large et accessible de ses contenus, Radio France a **amplifié l'ancrage de son offre dans l'environnement numérique**, avec des résultats particulièrement significatifs :

- **28 millions d'internautes français** consultent chaque mois les sites et applications de Radio France, soit près d'un internaute sur deux,
- **2,1 milliards d'écoutes audio numériques** ont été réalisées en 2025, dont plus d'un milliard d'écoutes du direct et près d'un milliard d'écoutes de podcasts,
- En janvier 2026, près de **91 millions d'écoutes à la demande** ont été comptabilisées. Radio France représente **50 % de l'ensemble des podcasts écoutés en France**, faisant du groupe l'acteur de référence du marché,
- La marque **ICI**, pilier de la stratégie de proximité, s'impose sur tous les supports, avec **13,8 millions de visiteurs uniques** et **56 millions de visites mensuelles** en 2025 sur son site et son application,
- Les webradios de **FIP** confirment leur performance : **trois** d'entre elles figurent dans le Top 5 des webradios les plus écoutées en France, **sept** dans le Top 15, et la nouvelle webradio **FIP Cultes** est devenue en quelques semaines **la webradio la plus écoutée en France**, avec près de 2 millions d'écoutes live en janvier et une progression de 18 % des écoutes des autres webradios du réseau.

En parallèle de ses deux activités principales, Radio France poursuit des activités de diversification telles que la location de studios, l'enregistrement de musique ou d'émissions TV, l'organisation d'événements et la production de podcasts ou de parcours sonores pour des tiers.

1.3.2. Le modèle d'affaires de Radio France

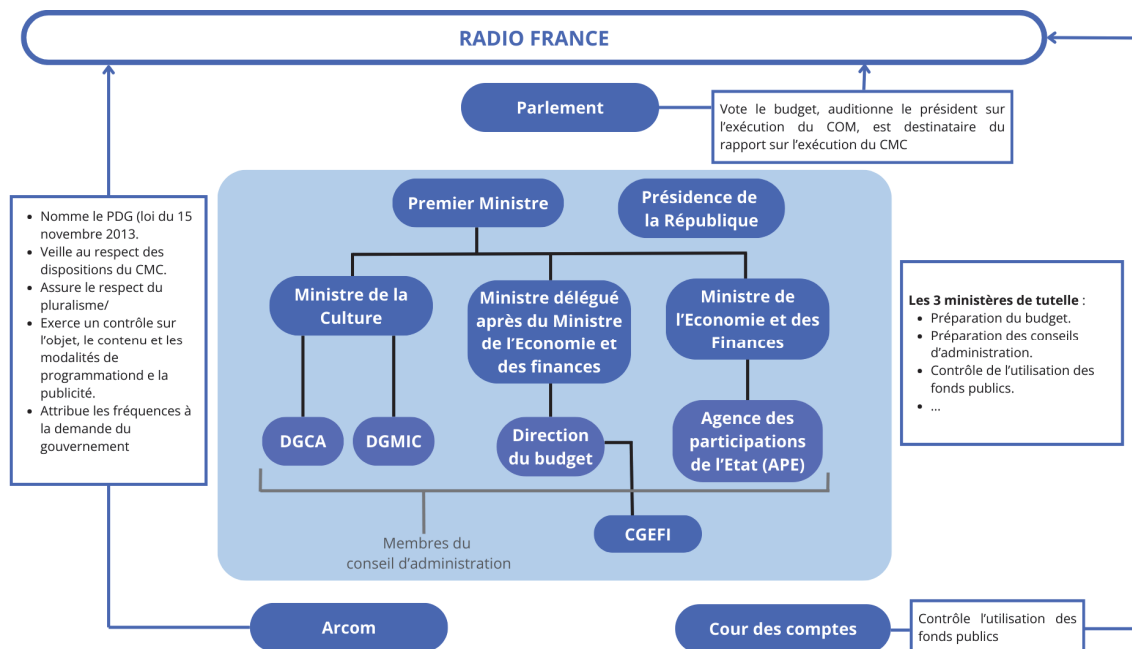
Le modèle d'affaires de Radio France constitue une représentation systémique et synthétique de Radio France, de sa création de valeur économique durable, du partage de cette valeur entre ses différentes parties prenantes et de ses contributions à la société. Il s'apprécie au regard des éléments de stratégie détaillés dans la section « **1.3.1 Les activités de Radio France** ».

Ce modèle d'affaires principalement issu de la ressource publique entraîne des obligations de rendre compte régulières et multiples auprès des différents pouvoirs publics (auditions devant les assemblées, auditions

¹ Le projet de réforme de la gouvernance de l'audiovisuel public inscrit en 2024 à l'agenda parlementaire, et discuté en 2025, a mis en suspend son adoption. Des discussions avec l'Etat sont en cours pour l'adoption d'un COM sur la période 2026-2028.

devant l’Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom, ex Conseil Supérieur de l’Audiovisuel (CSA), contrôle de la Cour des Comptes, etc...).

La composition du Conseil d’administration de l’entreprise (parlementaires, personnalités indépendantes désignées par l’Arcom, représentants de l’Etat actionnaire, contrôleur général économique et financier) reflète l’environnement institutionnel dans lequel l’entreprise évolue.



Le modèle d’affaires de Radio France s’appuie sur les textes de la **directive CSRD** et le **cadre IIRC** (International Integrated Reporting Council) et est structuré autour de 4 catégories principales :

- Les différentes ressources que Radio France mobilise ...
- Afin d’exercer ses principales activités ...
- Produire ses diverses réalisations ...
- Et démontrer la valeur que Radio France crée.

Il est encadré par les principes structurants de Radio France : sa raison d’être, ses valeurs et ses missions de service public. Ces principes **structurent le modèle d’affaires** de l’entreprise, **orientent ses choix stratégiques** et **nourrissent son engagement quotidien** auprès des Français, dans un paysage audio et numérique en profonde évolution.

1.3.2.1. La raison d’être de Radio France

Lancée en 2021, la « **Raison d’être** » de Radio France est le fruit d’une démarche participative avec ses collaborateurs. Elle reflète ce qu’est Radio France aujourd’hui et ce qu’elle souhaite être demain au service des Français. Elle est présentée ci-dessous :

*"Au service de tous, forte de ses radios et de ses formations musicales, Radio France s’engage à **contribuer à l’émancipation de chacun** et à **créer du lien social dans notre démocratie** en donnant un **accès libre à une information fiable et indépendante**, au plaisir de la connaissance et de la culture ainsi qu’à l’émotion partagée de la musique et de la création.*

*Par la qualité, la variété et l’audace de son offre éditoriale, artistique et pédagogique, Radio France s’adresse à **toutes les générations**, en reflétant la **diversité sociale et territoriale du pays** et en rendant compte de la richesse de l’époque et des enjeux du monde.*

*En perpétuelle recherche d'innovation, elle œuvre à rendre les contenus audio qu'elle produit largement **accessibles** sur tous les supports pour accompagner chacun au quotidien. Mue par le sens du service public et le souci d'exemplarité, elle est une **entreprise responsable tant à l'égard de ses salariés que des Français.***

Approuvée par le Conseil d'Administration, la Raison d'être de Radio France est **officiellement inscrite dans les statuts de l'entreprise** depuis le 25 juin 2021. Elle oriente l'ensemble des activités du groupe et s'incarne, chaque jour, dans les actions des femmes et des hommes de Radio France, à l'antenne, lors d'événements publics ou dans la vie interne de l'entreprise. Elle réaffirme la mission première de service public de Radio France et son engagement d'excellence au service de tous les publics.

1.3.2.2. Les valeurs de Radio France

Les **cinq valeurs** de Radio France définissent la **relation de l'entreprise avec ses publics, ses partenaires et ses collaborateurs**. Elles guident le travail quotidien des équipes et constituent un **socle partagé** dans l'exercice des missions de service public.

- **La confiance** : Radio France s'engage à produire une information fiable, rigoureuse et vérifiée, à la hauteur de la confiance que lui accorde le public.
- **L'indépendance** : Radio France, en tant que média de service public garantit la liberté d'expression, le pluralisme des courants de pensée et l'indépendance éditoriale de ses équipes.
- **La proximité** : Radio France met la proximité au cœur de sa relation avec ses publics en proposant une présence éditoriale sur tous les territoires.
- **Les services** : Radio France en tant qu'entreprise de service public place ses auditeurs et internautes au cœur de sa stratégie, en produisant des contenus accessibles à tous et sur tous les supports.
- **L'innovation** : Radio France cultive depuis toujours l'innovation, notamment dans le domaine sonore.

Au travers de sa Raison d'être et de ses valeurs, Radio France affirme une identité fondée sur la confiance, l'indépendance, la proximité, le service et l'innovation.

1.3.2.3. Les missions de Radio France

Informé, éduquer, cultiver, divertir sont les 4 missions essentielles de service public de Radio France. En tant qu'acteur majeur des médias et de la culture, Radio France développe ces missions dans le respect des valeurs avec qualité, rigueur, indépendance et volonté de fédérer.

A travers ces missions, l'objectif est de **concevoir des programmes** à caractère national et local destinés à être diffusés sur tout le territoire, de **valoriser le patrimoine** et la **création artistique**, d'en **favoriser l'accès pour tous** et de renforcer l'accessibilité et la transmission de ces connaissances et de cultiver le plaisir de savoir.

1.3.2.4. Le modèle d'affaires de Radio France

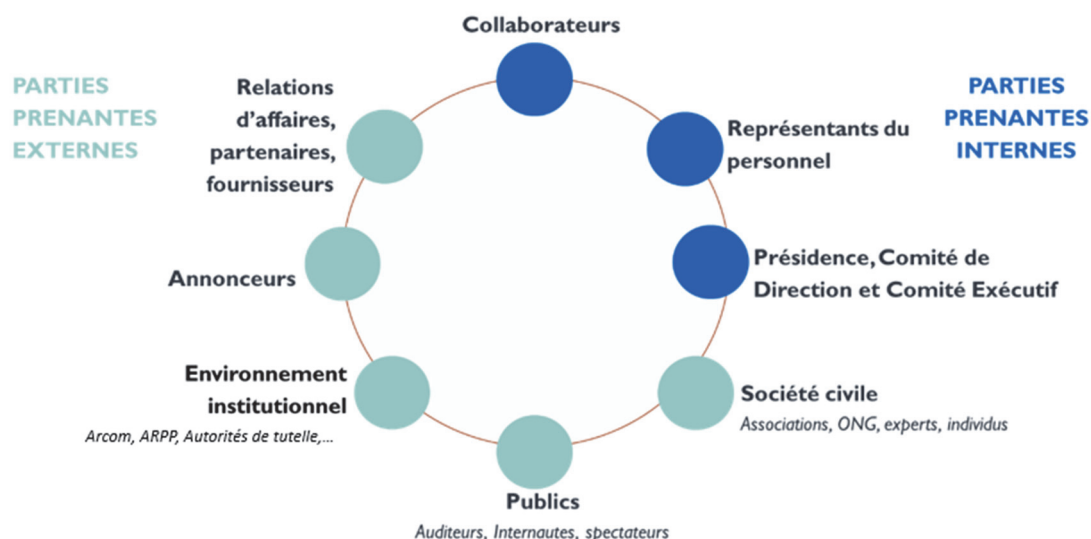
Le modèle d'affaires de Radio France est présenté en **partie 6.1 Annexe 1 : Présentation du modèle d'affaires.**

1.3.3. La chaîne de valeur de Radio France

La chaîne de valeur de Radio France a été réalisée en cohérence avec les textes de la directive CSRD. Elle est présentée selon 4 étapes clefs : la production (enregistrement, montage des sons ...), l'édition et la diffusion, le stockage de l'information et le contrôle et la régulation. La chaîne de valeur de Radio France est présentée en **partie 6.2 Annexe 2 : Présentation de la chaîne de valeur de Radio France.**

1.3.4. La prise en compte des intérêts et points de vue des parties prenantes

Les grandes catégories de parties prenantes de Radio France sont présentées ci-après. Les interactions avec chacune d'entre elles structurent le fonctionnement de l'entreprise et éclairent sa mission de service public.



Catégorie de partie prenante	Sous-catégorie de partie prenante	Outils d'information	Méthode de consultation
Collaborateurs, organisations syndicales	Collaborateurs	Baromètre, bilans, informations RH, communications internes, plateformes d'alerte	Réunions Managers, communication, sensibilisation
	Organisations syndicales	Réunions CSE, CSSCT, notes RH, BDESE	Négociations collectives, réunions préparatoires, réunions avec les instances représentatives du personnel, représentants de proximité
	Fédérations professionnelles	Communications internes, notes RH	Rencontres bilatérales, participation aux instances sectorielles
Fournisseurs et prestataires	Agences de presse	Marchés publics, contrats, plateformes de diffusion de dépêches	Appels d'offres, consultations réglementées
	Opérateurs d'infrastructures et de réseaux numériques	Contrats techniques, plateformes de supervision	Comités de suivi technique, réunions opérationnelles

	Mutuelles de prévoyance	Informations RH, documents contractuels	Négociations annuelles, échanges avec les partenaires sociaux
Partenaires, clients et auditeurs	Partenaires TV	Comités de coordination éditoriale, briefs communs	Réunions de coordination
	Agences media	Bilans de campagnes, reporting commercial	Comités annonceurs, réunions trimestrielles
	Annonceurs	Rapports de performance, statistiques de diffusion	Relations commerciales, bilans de campagne, comités annonceurs
	Auditeurs	Messages à la Médiatrice, réseaux sociaux, messages auditeurs, enquêtes et baromètre	Traitement médiatrice, échanges directs, émissions publiques
	Organismes de gestion collective	Reporting d'usage, contrats	Réunions bilatérales, comités techniques
Instituts de régulation et communauté financière	Pouvoirs publics	Rapports réglementaires, communications institutionnelles	Auditions Assemblée nationale / Sénat, échanges avec Cour des comptes, transmission documents réglementaires au Parlement / Arcom
	Internes	Rapports d'activité, rapport durabilité, tableaux de bord	Réunions CA, comité d'audit, comité stratégique, Comité de direction RSE
	Instituts de régulation	Reporting annuel, indicateurs pluralisme, obligations de service public	Auditions formelles, échanges réguliers, contrôles éditoriaux
Représentants auditeurs	Représentants opinion auditeurs	Messages auditeurs, messages à la médiatrice, baromètre d'opinions	Entretiens, réponses médiatrice, rencontres publiques, consultations locales
	Collectivités locales	Projets communs, partenariats culturels, actions de proximité	Échanges institutionnels, événements publics, coordination ICI

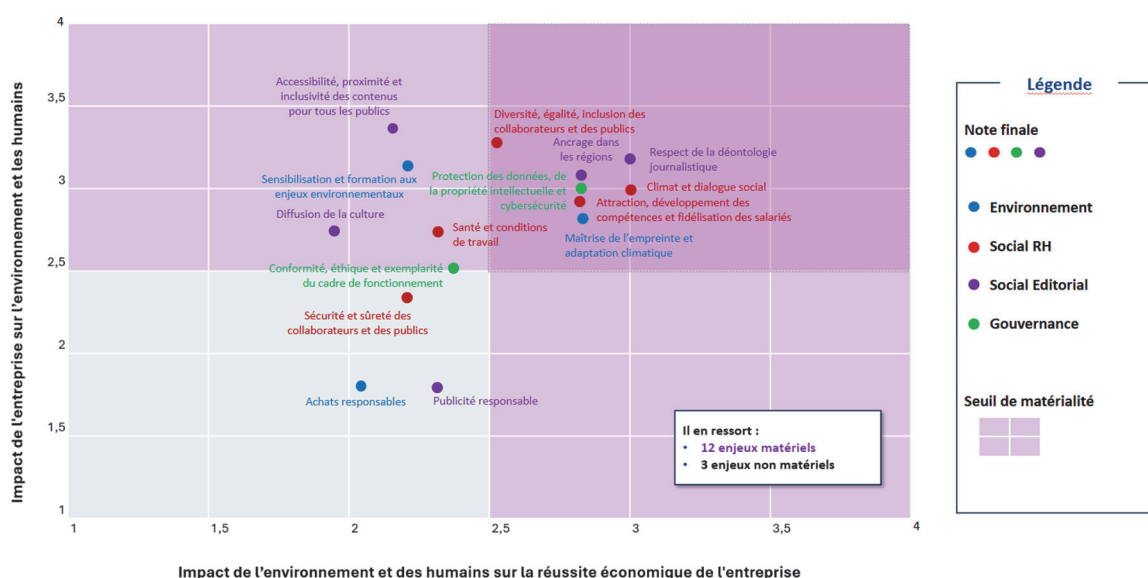
1.4. Les impacts, risques et opportunités (IRO)

1.4.1. La méthodologie d'analyse de double matérialité

En 2025, Radio France a réalisé son analyse de double matérialité avec l'appui d'un cabinet spécialisé, en mobilisant ses directions métiers et en s'appuyant sur ses travaux existants. Un comité de pilotage dédié a coordonné l'ensemble de la démarche et assuré une lecture commune des enjeux. Le processus a permis d'identifier douze enjeux matériels et trois enjeux non matériels à partir des standards européens et des enjeux propres à Radio France et à ses parties prenantes.

L'analyse a reposé sur un **processus structuré d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités** couvrant les dimensions environnementale, sociale et de gouvernance. La méthodologie, les hypothèses et les données mobilisées ont été définies en amont afin d'assurer une évaluation cohérente et comparable des enjeux. Chaque enjeu a été examiné selon les deux perspectives prévues par la CSRD : la perspective d'impact, qui évalue les effets de Radio France sur les personnes, la société et l'environnement sur l'ensemble de la chaîne de valeur ; et la perspective financière, qui analyse les risques et opportunités susceptibles d'influencer le modèle d'affaires, la performance et la capacité de développement de l'entreprise à différents horizons temporels. Des seuils spécifiques ont été définis pour apprécier l'ampleur et la probabilité d'occurrence des impacts et des risques.

La démarche s'est appuyée sur des ateliers internes, des questionnaires et des entretiens qualitatifs auprès des parties prenantes internes et externes. Les résultats obtenus ont permis de **prioriser les enjeux** et de les intégrer au **processus global de gestion des risques** de Radio France. Les enjeux identifiés comme matériels structurent désormais l'architecture du rapport de durabilité.



1.4.2. Les enjeux matériels pour Radio France

A l'issue de l'analyse de double matérialité, les enjeux matériels identifiés pour Radio France sont :

Intitulé de l'enjeu	Définition
Sensibilisation et formation aux enjeux environnementaux	Jouer un rôle responsable dans la transition écologique en faisant de la sensibilisation au changement climatique, et plus largement aux enjeux environnementaux, un axe éditorial majeur et en formant les collaborateurs pour en faire un socle commun de connaissances et pour contribuer à la prise de conscience des publics.
Maîtrise de l'empreinte et adaptation climatique²	Maîtriser l'impact climatique de l'entreprise et prendre en compte les risques climatiques associés en agissant notamment sur la mobilité des collaborateurs, l'impact des productions, en développant la sobriété numérique et énergétique, et la maîtrise de l'empreinte carbone des auditeurs.

² Cet enjeu est présenté en deux sous-enjeux distincts dans le présent rapport à des fins de lisibilité de la démarche de Radio France sur chacune des thématiques couvertes.

Conformité, éthique et exemplarité du cadre de fonctionnement	Dans un souci d'exemplarité, garantir le respect de la conformité notamment via la lutte contre la corruption, l'éthique et la transparence dans la conduite des affaires et le respect des libertés fondamentales.
Protection des données, de la propriété intellectuelle et cybersécurité³	Assurer le respect de la vie privée des collaborateurs en protégeant les données personnelles et garantissant la conformité réglementaire de l'entreprise, mettre en place des mesures de prévention des risques de cybersécurité, et être attentif à (obligation de moyens) la protection de la propriété intellectuelle des producteurs de contenu.
Climat et dialogue social	Maintenir un dialogue de qualité et constructif avec les salariés et les représentants du personnel, partie prenante essentielle dans les transformations de l'entreprise.
Santé et conditions de travail	Proposer des mesures de prévention en santé (physiques et psychosociales) pour garantir les meilleures conditions de travail pour tous les collaborateurs.
Attraction, développement des compétences et fidélisation des salariés	Créer les conditions nécessaires permettant d'attirer les meilleurs profils, en anticipant les évolutions de la masse salariale en termes d'effectifs et de profils, et offrir les perspectives long-termes permettant la rétention de ces collaborateurs au sein de l'entreprise. Favoriser la montée et l'adaptation des compétences (savoir-faire et savoir être) des collaborateurs pour favoriser leur développement en interne, notamment par les formations, gestion des évolutions de carrière et des métiers.
Diversité, égalité, inclusion des collaborateurs et des publics⁴	Garantir un environnement de travail inclusif, où la diversité, l'égalité des chances, le respect des différences sont pris en compte pour favoriser la singularité, la solidarité et l'égalité de traitement et être le reflet de la société française. Promouvoir le pluralisme des points de vue dans les débats, la diversité sociale et culturelle dans tous les types de contenu et à l'antenne pour une meilleure représentativité des publics.
Accessibilité, proximité et inclusivité des contenus pour tous les publics	Offrir des contenus accessibles à tous les publics, garantir l'accompagnement des publics les plus sensibles (notamment les jeunes), et proposer du contenu au plus proche des besoins des auditeurs dans une recherche de proximité.
Diffusion de la culture	Diffuser la culture en propre et être en soutien des diffusions culturelles, notamment auprès des publics populaires et la jeunesse.
Respect de la déontologie journalistique	Assurer l'intégrité journalistique des tranches d'information et être garant d'une information transparente, fiable, objective et indépendante. Cela consiste également à veiller à l'impact sociétal dans la conduite des activités cœur de métier, garantir le respect des sources et contribuer à la lutte contre la diffamation.
Ancrage dans les régions	Contribuer à la dynamique économique, associative et culturelle locale.

³ Cet enjeu est présenté en deux sous-enjeux distincts dans le présent rapport à des fins de lisibilité de la démarche de Radio France sur chacune des thématiques couvertes.

⁴ Cet enjeu est présenté en deux sous-enjeux distincts dans le présent rapport, abord à la fois la démarche sociale et la démarche sociétale de Radio France.

2. L'engagement environnemental de Radio France

La transition environnementale représente aujourd'hui un **enjeu majeur pour Radio France**, tant au regard de son **rôle de média de service public** que de son **exemplarité en matière de responsabilité sociétale**. Présente partout sur le territoire et au cœur du quotidien de millions de citoyens, l'entreprise doit **maîtriser l'empreinte environnementale de ses activités, anticiper les risques liés au changement climatique et renforcer sa résilience opérationnelle**. Cette démarche s'inscrit dans les **attentes des parties prenantes**, dans le cadre fixé par les politiques publiques et dans la stratégie globale de Radio France visant à concilier performance, innovation et responsabilité.

Au-delà du respect des **obligations réglementaires**, Radio France entend structurer une action environnementale **cohérente, progressive et mesurable**. La maîtrise des émissions de gaz à effet de serre, l'adaptation de ses infrastructures et de ses modes de production, ainsi que la sensibilisation des publics aux enjeux environnementaux constituent les piliers de cette ambition. Ces engagements permettent à Radio France de renforcer sa **contribution à la transition écologique** tout en poursuivant sa mission d'informer, de cultiver et de rassembler les citoyens.

2.1. Les impacts, risques et opportunités liés aux enjeux environnementaux

Enjeux	IRO	Type ⁵	Horizon de temps ⁶	Chaîne de valeur concernée	Parties prenantes concernées
Sensibilisation et formation aux enjeux environnementaux	Sensibilisation des auditeurs et auditrices aux enjeux environnementaux permettant un socle commun de connaissances et un passage à l'action	I+	CT	Aval	Auditeurs / Auditrices
Maîtrise de l'empreinte et adaptation climatique	Emissions de gaz à effet de serre liées aux activités de l'entreprise (scopes 1, 2 et 3)	I-	CT	Toute la chaîne de valeur	Collaborateurs / collaboratrices, Clients, Partenaires
	Risque de dommages liés à une inadéquation des infrastructures de Radio France face au changement climatique (événements climatiques extrêmes)	RP	MT	Opérations propres	Collaborateurs / collaboratrices, Clients, Partenaires
	Risque réglementaire de non-respect des réglementations actuelles et futures (sanctions, amendes, coût de la remise aux normes etc.)	RT	CT	Opérations propres	Direction
	Risque d'augmentation des coûts d'exploitation (prix de l'électricité, prix du pétrole, prix des ressources notamment liées au matériel de production etc.)	RT	CT	Opérations propres	Direction

⁵ Avec I - : Impact négatif, I+ : Impact positif, RP : Risque physique, RT : Risque de transition, O : Opportunité

⁶ Avec CT : Court terme (<1 an), MT : Moyen terme (1-3 ans), LT : Long terme (> 3 ans)

2.2. La maîtrise de l’empreinte carbone

Le changement climatique désigne la **hausse à long terme de la température et les variations des modèles météorologiques**, impliquant une augmentation de la fréquence et de l’intensité d’évènements climatiques comme les épisodes de canicules, les tempêtes ou encore les fortes précipitations. Depuis les années 1800, **les activités humaines constituent la principale cause des changements climatiques**, essentiellement en raison de la consommation d’énergie fossiles comme le charbon, le pétrole et le gaz.

Les accords internationaux, notamment les accords de Paris, engagent les Etats et les organisations à maintenir l’élévation des températures mondiales en dessous de +1,5°C et de mettre en place des stratégies de décarbonation (atténuation du changement climatique).

En ce sens, la maîtrise de l’empreinte carbone est un levier essentiel pour Radio France afin de mesurer et de réduire son impact environnemental et ainsi, contribuer de manière responsable à la transition écologique.

2.2.1. Les impacts, risques et opportunités matériels et les politiques et plans d’actions afférents

IRO ⁷	Politiques	Plan d’actions
Emissions de gaz à effet de serre liées aux activités de l’entreprise (scopes 1, 2 et 3) (I-)	-Le Tournant, engagement environnemental de Radio France -Feuille de route climat à venir en 2026	1. Mise en place de contrats spécialisés pour - la réalisation du bilan quadriennal - la plateforme de collecte des données carbone 2. Présentation des résultats du bilan en Commission RSE du CSE et devant les collaborateurs
Risque réglementaire de non-respect des réglementations actuelles et futures (sanctions, amendes, coût de la remise aux normes etc.) (RT)	Politique patrimoniale anticipant et intégrant les réglementations à venir en 2026	1. Mise en place de veilles réglementaires de la direction des affaires juridiques ou de la DIESE : urbanisme, environnement, bâtiment, sécurité incendie 2. Notes juridiques de la direction des affaires juridiques en anticipation de réglementations à venir, exposant les objectifs légaux à réaliser ainsi que les sanctions y afférentes

2.2.2. Le Bilan carbone de Radio France

2.2.2.1. *Un inventaire annuel des émissions de GES des activités de Radio France*

Afin de mesurer son impact sur les émissions de GES, Radio France réalise un Bilan carbone depuis 2019. Cet inventaire, porté par la Direction de l’immobilier, de l’environnement de travail et des services (DIESE), porte sur l’ensemble de ses activités et sa chaîne de valeur (scopes 1, 2 et 3) (voir ci-dessous). Les résultats sont restitués au Comité de direction RSE ainsi qu’à la commission RSE du CSE.

⁷ Avec I - : Impact négatif, I+ : Impact positif, RP : Risque physique, RT : Risque de transition, O : Opportunité

Initialement réalisé tous les 3 ans et donc mis à jour en 2024, Radio France a fait le choix **d'annualiser la réalisation de son bilan carbone** et d'en **pérenniser le processus de production**, en s'appuyant sur deux leviers structurants :

- **L'intégration progressive d'une solution de mesure carbone (WeCount).** Cet outil vise à fiabiliser les méthodes de calcul, à homogénéiser les pratiques de reporting d'une année sur l'autre et à garantir une meilleure comparabilité des résultats, dans un contexte où les approches méthodologiques peuvent différer selon les prestataires mobilisés. L'objectif est ainsi de sécuriser les modes de calcul internes et de disposer d'un socle de données stabilisé dans la durée.
- **L'implication accrue des directions et des services contributeurs.** Les équipes concernées sont désormais responsabilisées dans la collecte et la saisie des données relatives à leurs périmètres d'activité, directement au sein de l'outil de suivi. Cette approche favorise l'appropriation des enjeux climatiques par les métiers, renforce la fiabilité des données remontées et permet une lecture partagée des évolutions d'émissions d'une année sur l'autre.

En parallèle de ces deux leviers, Radio France s'engage dans une démarche d'amélioration continue des données collectées afin de fiabiliser progressivement les bilans réalisés.

Ces initiatives permettent de répondre et d'anticiper les exigences réglementaires croissantes, notamment en lien avec la mise en place de la directive CSRD, à laquelle sera soumis Radio France en 2028.

2.2.2.2. La méthodologie et le périmètre retenus

Le bilan carbone de Radio France porte sur les données de l'année écoulée, couvrant la période du 1^{er} janvier au 31 décembre inclus. Il est réalisé à l'aide de l'outil WeCount, conformément à la méthodologie du Bilan Carbone® / BEGES développée par l'ADEME (Agence de la transition écologique).

Les données d'activité sont converties en émissions de CO₂ équivalent (CO₂e) en s'appuyant principalement sur les facteurs d'émission de la Base Empreinte de l'ADEME. Des référentiels spécifiques sont également mobilisés pour certaines activités caractéristiques de Radio France, notamment :

- Les facteurs d'émission relatifs à la diffusion radiophonique et numérique issus des travaux ADEME (Negaoctet 2022),
- Les référentiels sectoriels du Syndicat des Régies Internet (SRI – 2022) pour les usages numériques.

Le périmètre organisationnel retenu pour le calcul des émissions couvre l'ensemble des activités opérationnelles de Radio France, à savoir :

- Le fonctionnement des sites et des bâtiments (bureaux, infrastructures techniques)
- Les activités des sept chaînes de Radio France, incluant les antennes nationales et locales, les podcasts, vidéos, émissions, webradios et sites internet,
- Les activités des formations musicales, notamment les concerts,
- Les activités événementielles, représentant plus de 1 000 événements par an.

2.2.3. Présentation des politiques et engagements de Radio France

2.2.3.1. Le « Tournant » : un cadre structurant pour l'action environnementale

Radio France s'est engagée dès 2022 dans une démarche de transformation environnementale formalisée à travers le **Tournant, manifeste** interne qui constitue le **cadre de référence de ses engagements en matière de responsabilité environnementale**. Porté au plus haut niveau de l'entreprise, le Tournant affirme la volonté de Radio France d'intégrer les enjeux de sobriété, de décarbonation et de responsabilité environnementale dans l'ensemble de ses activités, en cohérence avec sa mission de service public. La description détaillée de cette politique est réalisée ci-dessous.



Ce cadre a permis de structurer et de rendre plus visibles les actions engagées, notamment sur les thématiques de la mesure de l'empreinte carbone, de la sobriété énergétique, des mobilités, du numérique responsable et de la gestion du patrimoine immobilier. Il constitue aujourd'hui le socle sur lequel s'appuient les travaux de structuration plus approfondis engagés dans le cadre de la mise en conformité avec la directive CSRD.

2.2.3.2. Une feuille de route climat pour initier la démarche et identifier les leviers d'action

Dans la continuité du Tournant, Radio France a conduit en 2023-2024 des travaux réalisés avec l'appui d'un prestataire externe, visant à **identifier les principaux leviers de décarbonation et à structurer une démarche climat**. Ces travaux ont permis :

- D'objectiver les principaux postes d'émissions et les marges de progrès associées,
- D'identifier des pistes d'actions prioritaires, adaptées aux spécificités des activités de Radio France,
- De poser les bases méthodologiques et organisationnelles nécessaires à la construction d'une démarche climat plus structurée.

Elle constitue ainsi un document de cadrage et de travail, servant de point d'appui pour la poursuite de la démarche et l'élaboration progressive d'une politique climat consolidée.

2.2.3.3. Vers une politique climat formalisée à horizon 2026

Sur la base de ces travaux préparatoires et afin d'être en conformité avec les dispositions de la directive CSRD, Radio France a engagé en 2025 une **démarche de formalisation d'une politique climat**, en cours d'élaboration. Cette politique a vocation à être finalisée et soumise à validation en 2026 et respectera le cadre fourni par la directive CSRD. L'élaboration est portée par la Direction de la réhabilitation, de l'immobilier, de l'environnement de travail et des services (DIESE) et en particulier par la responsable environnement de Radio France.

La future politique climat visera notamment à :

- **Formaliser les principes d'action et de gouvernance** en matière de lutte contre le changement climatique,
- **Structurer le pilotage des émissions de gaz à effet de serre** dans la durée,

- Articuler les **enjeux de réduction** des émissions, **d'adaptation** aux risques climatiques et de **sobriété** des usages,
- Assurer la cohérence des actions engagées avec les **exigences de la directive CSRD** et des **standards ESRS**.

Dans l'attente de sa formalisation, les travaux menés à travers le Tournant, la feuille de route climat et l'amélioration progressive du reporting environnemental constituent les premiers jalons d'une démarche climat appelée à se renforcer dans les exercices à venir.

2.2.4. Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025

S'appuyant sur les résultats de son Bilan carbone ainsi que de la feuille de route climat, Radio France mène tout au long de l'année des actions visant à réduire ses émissions de GES. Portées principalement par la DIESE et notamment la responsable Environnement de Radio France, ces actions mobilisent l'ensemble des collaborateurs de Radio France et peuvent impliquer en particulier certains services dans leur élaboration ou leur mise en œuvre. Une feuille de route a été présentée par la DIESE sur la base du travail d'un prestataire extérieur. Cette feuille de route fera l'objet d'une validation par le Comité de direction RSE en 2026.

En 2025, trois thématiques ont fait l'objet de travaux approfondis : la mobilité, le numérique et les consommations d'énergie (présentées dans la partie « 2.3 L'adaptation au changement climatique » ci-dessous) :

2.2.4.1. Des réflexions engagées sur la mobilité des collaborateurs de Radio France

En 2025, Radio France a engagé des discussions avec les instances représentatives du personnel **en vue de structurer une démarche de mobilité durable**. Ces échanges visent à aborder de manière concertée les enjeux liés aux déplacements professionnels et aux déplacements domicile-travail, identifiés comme des postes significatifs d'émissions de gaz à effet de serre.

Ces travaux s'inscrivent ainsi dans la continuité des actions déjà engagées par Radio France, comme la prime mobilité de 200 € pour les cyclistes.

A l'issue de négociations syndicales qui s'ouvrent en 2026, Radio France prévoit la mise en œuvre d'un **accord sur la mobilité durable**, permettant de définir et de renforcer la démarche et les actions de Radio France en la matière.

2.2.4.2. Une étude sur la sobriété numérique

En 2023, Radio France a mené des travaux relatifs en lien avec les enjeux environnementaux du numérique, dans un contexte de forte dépendance de ses activités à la production, à la diffusion et à la consommation de contenus numériques.

Ces travaux visent à améliorer **la mesure et la prise en compte des impacts environnementaux liés aux usages numériques**, notamment à travers le partage d'informations, la consolidation des données disponibles et la réflexion sur les pratiques existantes.

En parallèle Radio France mène également des actions sur la réduction des impacts liés à l'usage des équipements informatiques. Ainsi, en 2025 Radio France a mené diverses actions en la matière comme le suivi des impressions, qui sont en baisse régulière depuis ces dernières années, l'optimisation des durées de vie des ordinateurs et des téléphones portables, en misant sur le reconditionnement interne, ou la revente d'équipement pour leur assurer une seconde vie. Ces actions sont menées par la Direction Technique et

Systèmes d'information (DTSI). Les éléments issus de ces travaux ont vocation à alimenter une démarche en collaboration avec la Direction du Numérique et de la Stratégie de l'Innovation.

2.2.4.3. Une veille juridique continue sur les évolutions réglementaires

La direction des affaires juridiques, accompagnée de la DIESE, a mis en place des **veilles réglementaires** en continue afin d'assurer la conformité de Radio France aux exigences réglementaires actuelles et à venir. Ces veilles réglementaires portant notamment sur la thématique environnementale ainsi que des thématiques en lien, notamment l'urbanisme, le bâtiment ou encore la sécurité incendie.

De plus, la direction des affaires juridiques réalise des **notes juridiques** en anticipation de réglementations à venir, exposant les objectifs légaux à réaliser ainsi que les sanctions y afférentes, notamment sur les sujets environnementaux.

2.2.5. Présentation des indicateurs suivis par Radio France et des résultats 2025

À ce stade du reporting, seuls les scopes 1 et 2 sont présentés ci-après pour l'année 2025. Le scope 3, du fait de la mobilisation de données de tiers, est en cours d'élaboration et de fiabilisation. Sont présentés ci-dessous les résultats de l'année 2024.

2.2.5.1. Résultats du bilan GES

	Intitulé	2022	2024	2025
Emissions directes (scope 1)	Total (en tCO ₂ eq)	1205	1047	1180
	Total (en % par rapport à l'année de référence 2019)	86%	75%	85%
Emissions indirectes liées à l'énergie (scope 2)	Total (en tCO ₂ eq)	1098	1474	1393
	Total (en % par rapport à l'année de référence 2019)	69%	92%	87%
	Location-based (en tCO ₂ eq)	1098	1474	1393
	Market-based (en tCO ₂ eq)	21	12	12
Autres émissions indirectes (scope 3)	Total (en tCO ₂ eq)	28346	26244	N/D⁸
	Total (en % par rapport à l'année de référence 2019)	105%	97%	N/D⁹
Total des émissions (scopes 1 et 2)	Total (en tCO ₂ eq)	2303	2521	2573
	Total (en % par rapport à l'année de référence 2019)	77%	84%	86%

⁸ Non disponible à date de publication du rapport.

⁹ Non disponible à date de publication du rapport.

En intensité (scopes 1, 2 et 3)	Total émissions par collaborateur (en tCO ₂ eq / collab.)	6,5	6,2	N/D¹⁰
	Total émissions par rapport au chiffre d'affaires (en tCO ₂ eq / M€ CA)	44,9	37,7	N/D¹¹
	Total émissions par auditeur (en kgCO ₂ eq / auditeur / an)	1,8	1,9	N/D¹²
	Total émissions par rapport aux heures d'écoute (en gCO ₂ eq / heure d'écoute)	2,8	2,6	N/D¹³

Le total des émissions de gaz à effet de serre de Radio France pour les scopes 1 et 2 s'élève à 3098 tCO₂eq, soit une évolution de +3 % par rapport à l'année de référence 2019 et de +19 % par rapport à l'année précédente.

Cette hausse est due à un incident technique important sur la production d'eau glacée, ayant entraîné une perte conséquente de fluide frigorigène. Des actions importantes ont été menées à la suite de cet incident, comme l'installation d'un nouveau système de détection renforcé, et des travaux d'amélioration de l'étanchéité sur les 4 groupes pour un investissement de 114k€

La majorité des émissions de gaz à effet de serre de Radio France se situe au niveau du scope 3, en particulier sur les catégories achats/immobilisation et numérique, une répartition caractéristique des activités de services et de médias. Les scopes 1 et 2 représentent en moyenne 8 % des émissions totales de Radio France.

Les émissions liées aux énergies (scopes 1 et 2, hors émissions fugitives) ont baissé par rapport à l'année de référence 2019 de -21%. Cette évolution s'explique notamment par :

- L'évolution du mix énergétique français,
- La suppression au fur et à mesure des raccordements au gaz, lors des déménagements des stations,
- La politique énergétique de Radio France.

Rapportées à l'activité de l'entreprise, ces émissions représentent :

- 0,7 tCO₂eq par collaborateur (Scopes 1 et 2 / Effectif 2025 CDI+CDD+alternants 4682),
- 4,1 tCO₂eq par million d'euros de chiffre d'affaires (Scopes 1 et 2 / CA 2025 de 760,8 M€).

2.2.5.2. Mise en perspective par rapport aux usages

Ramené aux usages des publics, l'impact carbone des activités de Radio France est relativement limité :

- 1,9 kgCO₂eq par auditeur (Calcul basé sur les données 2024),
- 2,6 gCO₂eq par heure d'écoute (Scopes 1,2 et 3 / Durée moyenne d'écoute par an (heure – moyenne des campagnes Janv-Mars et Sept-Oct 2024 de Médiamétrie), soit une baisse de 13 % par rapport à 2019.

¹⁰ Non disponible à date de publication du rapport.

¹¹ Non disponible à date de publication du rapport.

¹² Non disponible à date de publication du rapport.

¹³ Non disponible à date de publication du rapport.

Ces indicateurs permettent d'apprécier l'intensité carbone des activités de diffusion et de mise à disposition des contenus, en lien avec les volumes d'écoute et d'audience.

Les résultats de ce bilan GES fournissent un socle analytique essentiel pour le pilotage de la démarche environnementale de Radio France. Ils alimentent la priorisation des leviers de réduction des émissions et constituent un outil d'aide à la décision pour l'intégration progressive des enjeux climatiques dans les orientations de l'entreprise.

2.2.5.3. Les indicateurs de suivi de la consommation d'énergie

Comme présenté ci-dessus, Radio France suit précisément ses consommations d'énergie à travers de nombreux indicateurs. Ci-dessous sont présentés quelques indicateurs structurants (en MWh).

- **La consommation énergétique de Radio France**

Intitulé	2023	2024	2025
Consommation totale de la Maison de la Radio et de la Musique (hors base vie chantier)	16870	16951	17909
Consommation totale de l'immeuble Mangin	1794	286	0
Consommation totale du site de Campus	53	61	55
Consommation totale du Tripode	150	0	0
Consommation totale du réseau ICI (Station, RER, STR) (hors Toulouse)	6221	6422	6494
Consommation totale de Radio France	25088	23720	24458
Consommation totale d'origine fossile	937	867	583
Consommation totale d'origine nucléaire	112	95	92
Consommation totale d'origine renouvelable	22010	22596	23602

Les immeubles Mangin et Tripode ont été progressivement vidés et rendus entre 2023 et 2024, pour réintégrer l'ensemble du personnel dans les locaux de la Maison de la Radio et de la Musique, à la suite de la fin des travaux de réhabilitation. La fermeture de ces sites a eu un effet important sur les consommations de la Maison de la Radio et de la Musique avec près de 900 personnes réintégré.

Le projet de réhabilitation et d'ouverture des studios de création a déjà un impact fort sur les consommations de Radio France, qui va s'accroître en fonction des usages.

Depuis 2018, Radio France inclut une clause d'énergie verte garantie dans ses contrats de fournitures électriques, en dehors de ses 2 sites en Corse qui sont soumis aux conditions d'EDF sur l'île.

- **La consommation de chauffage urbain de Radio France**

Intitulé	2023	2024	2025
Consommation totale de la Maison de la Radio et de la Musique (hors base vie chantier)	1	190	92

Consommation totale de l'immeuble Mangin	493	236	0
---	------------	------------	----------

La consommation de chauffage urbain de la Maison de la Radio et de la Musique n'est pas utilisée comme source de chauffage directe, mais sert à réguler les besoins de la géothermie.

- **La consommation de gaz de Radio France**

Intitulé	2023	2024	2025
Consommation totale du réseau ICI (hors chauffage des zones communes des immeubles)	632	742	672

2.2.5.4. Les indicateurs de suivi de la mobilité

Intitulé	2023	2024	2025
Suivi des trajets en train vs avion	62%	68%	74%

Le suivi des trajets en train par rapport à l'avion est le ratio entre le nombre de kilomètre réalisé en train par rapport à l'ensemble des trajets train et avion, dans le cadre des déplacements professionnels, en dehors des tournées des orchestres.

Suite à l'évolution de la politique déplacement en 2023 favorisant le train, une évolution des usages peut être observée. Cette évolution s'accompagne également d'une hausse du nombre de kilomètre de +10% entre 2023 et 2025.

Intitulé	2022	2024	2025
Impact carbone des déplacements professionnels en train et avion (en tCO2e) (hors formation musicales)	853	748	657
Impact carbone des déplacements professionnels en voiture (en tCO2e)	890	661	756

2.3. L'adaptation au changement climatique

Le changement climatique entraîne une **intensification progressive des aléas naturels**, tels que les vagues de chaleur, les inondations, les tempêtes, ou encore les épisodes de sécheresse. Ces évolutions affectent directement l'intégrité des infrastructures, la disponibilité des ressources et, plus largement, la **capacité des organisations à maintenir leurs activités dans des conditions opérationnelles fiables**.

Dans ce contexte, l'adaptation au changement climatique constitue **un enjeu stratégique majeur**. Elle vise à anticiper les risques physiques afin de renforcer la résilience des activités et de limiter les perturbations

induites par l'évolution du climat. Les entreprises sont amenées à évaluer leur exposition afin d'intégrer ces risques dans leurs modèles d'exploitation, leurs investissements et leurs modes de fonctionnement.

Pour Radio France, cet enjeu est particulièrement déterminant au regard de sa mission de service public. La continuité de la production, de la diffusion et de l'accessibilité des contenus radiophoniques repose sur des infrastructures techniques sensibles aux aléas climatiques. Assurer la résilience des opérations implique donc de repenser et moderniser les installations, de sécuriser les systèmes critiques et d'intégrer les risques climatiques dans la gestion des bâtiments, des équipements et des réseaux.

2.3.1. Les impacts, risques et opportunités matériels et les politiques et plans d'actions afférents

IRO ¹⁴	Politiques	Plan d'actions
Risque de dommages liés à une inadéquation des infrastructures de Radio France face au changement climatique (événements climatiques extrêmes) (RP)	Politique de gestion patrimoniale à venir en 2026 Politique de continuité d'activité	1. Diagnostic de vulnérabilité 2. Audits techniques du patrimoine, y compris sur les champs relevant du clos couvert (bailleurs) 3. Action volontariste avec les bailleurs
Risque d'augmentation des coûts d'exploitation (prix de l'électricité, prix du pétrole, prix des ressources notamment liées au matériel de production etc.) (RT)	Politique de gestion patrimoniale à venir en 2026	1. Suivi des consommations énergétiques 2. Accompagnement avec un AMO sur les achats d'énergie (durée, prix) 3. Suivi de l'inflation sur les matières premières et les achats (travaux et équipements SDC)

2.3.2. Le diagnostic des risques physiques

2.3.2.1. Objectifs de l'étude

Le diagnostic des risques physiques d'une entreprise permet de disposer d'une **évaluation objectivée de la vulnérabilité des infrastructures, des activités et des systèmes critiques** de l'entreprise face aux évolutions climatiques actuelles et projetées.

Afin d'initier une démarche d'adaptation au changement climatique, Radio France a conduit en 2025 un diagnostic complet des risques physiques, avec l'appui d'un prestataire externe, sur l'ensemble de ses sites en collaboration. L'analyse a poursuivi les objectifs suivants :

- D'évaluer l'exposition de 45 sites (44 antennes régionales et la Maison de la Radio et de la Musique) à un ensemble d'aléas climatiques, à la période actuelle et à l'horizon 2050,
- D'étudier la vulnérabilité des systèmes critiques (structure bâimentaire, gestion de l'énergie, stockage des données, studios, réseaux d'assainissement, accessibilité, etc.),
- De croiser l'exposition et la vulnérabilité afin de déterminer un score de risque physique pour chaque site,

¹⁴ Avec I - : Impact négatif, I+ : Impact positif, RP : Risque physique, RT : Risque de transition, O : Opportunité

- D'identifier les priorités d'adaptation, notamment pour garantir la continuité des services radiophoniques et numériques, mission essentielle de Radio France.

La méthodologie repose sur l'approche croisée exposition–vulnérabilité, appliquée à **neuf aléas clés** : inondations, fortes chaleurs, modification des températures, sécheresses, incendies, mouvements de terrain, retraits-gonflements d'argiles, précipitations extrêmes et submersion marine.

2.3.2.2. Principaux enseignements de l'étude

L'étude met en évidence trois enseignements principaux :

- **Une augmentation significative des risques à horizon 2050**

L'étude montre une **hausse généralisée des niveaux de risques pour l'ensemble des antennes**, principalement du fait :

- de l'intensification des fortes chaleurs,
- de la progression des sécheresses,
- de la montée en puissance des mouvements de terrain et RGA,
- et de la forte augmentation du risque d'inondation dans plusieurs bassins versants, y compris pour la Maison de la Radio et de la Seine (crue de la Seine).

- **Des sites particulièrement exposés**

Compte tenu de la présence de Radio France sur l'ensemble du territoire français, l'analyse identifie **plusieurs sites à risque vis-à-vis de nombreux aléas**, notamment les inondations, les fortes chaleurs, le retrait-gonflement d'argile ou encore les submersions marines.

Ces vulnérabilités peuvent concerner directement la structure des bâtiments, les postes électriques, les studios d'enregistrement, la gestion de l'énergie et les systèmes de stockage des données, essentiels à la continuité de diffusion.

- **Des impacts significatifs sur les systèmes critiques et la continuité des services**

Le diagnostic montre que plusieurs aléas **peuvent conduire à des situations d'interruption totale ou partielle d'activité**, notamment :

- Les inondations, qui peuvent entraîner l'arrêt des systèmes électriques, la perte de serveurs et l'inaccessibilité des locaux,
- Les fortes chaleurs, susceptibles d'affecter les studios, d'augmenter la charge énergétique et d'exposer les salariés au stress thermique,
- Les RGA et mouvements de terrain, pouvant fragiliser les fondations,
- La submersion marine, particulièrement critique pour certains sites littoraux à horizon 2050.

L'ensemble des résultats a permis à Radio France de mieux connaître sa vulnérabilité vis-à-vis du changement climatique et **entamer des réflexions sur la prise en compte de ces nouveaux critères dans les politiques actuelles et à venir** en lien avec l'adaptation au changement climatique.

2.3.3. Présentation des politiques et engagements de Radio France

2.3.3.1. Politique de gestion du patrimoine

Radio France travaille à la mise en place d'une **politique de gestion patrimoniale** s'appliquant à l'ensemble des sites de Radio France sur le territoire français (métropole et corse). Portée par la Direction de l'immobilier, de l'environnement de travail et des services (DIESE), elle vise les objectifs suivants :

- A Paris : Mise en place d'un plan pluriannuel de maintenance,
- En région : état des locaux, opportunité foncière et adéquation entre les potentielles synergies avec FTV et mise en place d'un plan pluriannuel de maintenance.

Depuis 2024, l'entreprise constitue un **atlas patrimonial consolidé**, offrant une connaissance généraliste de ses sites en région et permettant d'orienter les choix immobiliers à partir d'une appréciation objectivée des risques. Cet atlas s'affine au fur et à mesure.

À la suite du diagnostic des risques physiques climatiques, les vulnérabilités identifiées constituent désormais **un des critères de priorisation** dans la programmation immobilière, qu'il s'agisse de travaux de rénovation ou de relogement. Les sites les plus exposés ont ainsi été intégrés au plan pluriannuel d'investissements dédié aux opérations de travaux et de déménagements. Cette évolution s'est traduite dès 2025 par une **première décision structurante** : la préparation du déménagement du site d'Avignon, motivé en partie par son exposition aux inondations et aux retraits-gonflements d'argile en plus de la vétusté des installations.

Par ailleurs, au-delà des sites détenus en propre, Radio France engagera à partir de 2026 une **sollicitation systématique de ses bailleurs**, afin de les inciter à entreprendre des travaux d'amélioration thermique des bâtiments, en particulier pour renforcer le confort d'été et réduire les impacts liés aux vagues de chaleur.

2.3.3.2. Politique de continuité d'activité pour les risques crue et sécheresse

Radio France met en place depuis 2013 des **plans de continuité d'activité (PCA) dédiés aux risques de crue et de sécheresse**, deux aléas identifiés comme particulièrement sensibles pour plusieurs de ses sites, notamment la Maison de la Radio et de la Musique.

Ces PCA, portés par la direction adjointe en charge de l'accueil, la sécurité et la continuité d'activité de la DIESE en lien avec le Secrétariat Général, visent à **anticiper les perturbations** pouvant affecter la production et la diffusion des programmes, ainsi que le fonctionnement des infrastructures techniques en cas d'événement climatique majeur. Ils intègrent notamment :

- L'analyse des impacts potentiels sur l'accès aux bâtiments, l'alimentation électrique, les réseaux techniques et les conditions d'exploitation
- La définition d'activités déportables, permettant d'assurer la continuité opérationnelle en cas d'indisponibilité totale ou partielle d'un site
- La planification de mesures techniques complémentaires, en lien avec les projets d'adaptation en cours (ex. renforcement des capacités de refroidissement en période de fortes chaleurs)

Ces travaux constituent la première étape d'un dispositif de résilience renforcé, appelé à être progressivement consolidé au cours des prochaines années.

2.3.4. Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025

Radio France mène chaque année des **actions visant à réduire la vulnérabilité de Radio France au changement climatique**, notamment en lien avec les **consommations énergétiques** de la Maison de la Radio et de la Musique et des sites en région. Ces actions se traduisent notamment par la mise en place et le renforcement de son dispositif de suivi des consommations énergétiques, la réalisation de diagnostics énergétiques de ses sites ou encore la sensibilisation aux économies d'énergies dans un objectif d'anticipation des conséquences à venir liées aux aléas climatiques.

En 2025, Radio France a engagé plusieurs actions structurantes visant à renforcer la résilience climatique de ses infrastructures et préparer l'évolution de ses modes d'exploitation.

A travers l'accompagnement d'un cabinet spécialisé et dans le cadre du **décret tertiaire**, un diagnostic réalisé sur l'ensemble des sites de Radio France en région a permis la **consolidation des données énergétiques**. Depuis, un envoi régulier d'indicateurs de consommations énergétiques est réalisé à chaque station et les équipes locales sont **sensibilisées à l'évolution de leurs consommations**.

Fin 2025, une **étude énergétique** d'envergure a également été lancée sur la Maison de la Radio et de la Musique, afin d'évaluer la possibilité de **moduler les objectifs du décret tertiaire**, compte tenu des contraintes techniques et patrimoniales du bâtiment. Le dossier technique de modulation sera finalisé sur 2026.

Enfin, plusieurs actions amorcées en 2025 permettront une mise en œuvre opérationnelle en 2026 notamment sur la **sollicitation systématique des bailleurs pour encourager des travaux d'amélioration de l'enveloppe thermique des bâtiments** et l'installation de postes électriques de transformation à Paris, permettant **l'électrification progressive de la flotte automobile** de Radio France.

2.4. La sensibilisation et la formation aux enjeux environnementaux

La société est confrontée à des défis environnementaux dont l'intensité augmente continuellement. L'évolution des problématiques environnementales et leurs impacts sont régulièrement rappelés par la communauté scientifique, notamment à travers les rapports du GIEC et de l'IPBES s'agissant de deux des principaux enjeux environnementaux : la lutte contre le changement climatique et de la préservation de la biodiversité.

Pour relever ces défis, la transition écologique et énergétique implique un engagement collectif. En effet, les 17 objectifs de développement durable fixés par l'Organisation des Nations-Unies illustrent le périmètre large et complexe de cette démarche, qui concerne à la fois les valeurs, l'organisation et les pratiques de chacun et de tous. Toutefois, le passage à l'action ne peut se faire sans une meilleure connaissance des enjeux et sans une meilleure compréhension du sens de l'impact de chaque action.

La sensibilisation et la formation aux enjeux environnementaux permettent donc de faire comprendre à tout acteur l'importance des problématiques actuelles et du rôle clef qu'il peut jouer dans la transition écologique.

2.4.1.1. Les impacts, risques et opportunités matériels et les politiques et plans d'actions afférents

IRO ¹⁵	Politiques	Plan d'actions
Sensibilisation des auditeurs et auditrices aux enjeux environnementaux permettant un socle commun de connaissances et un passage à l'action (I+)	<ul style="list-style-type: none"> -Cahier des Missions et des Charges -Le Tournant environnemental -Contrat climat avec Arcom 	<ul style="list-style-type: none"> -Intégration des programmes environnementaux dans les grilles -Sessions de formations des journalistes et des équipes éditoriales aux enjeux environnementaux

2.4.2. Présentation du cadre réglementaire dans lequel s'inscrit la démarche de Radio France en la matière

Le devoir de sensibilisation aux enjeux environnementaux de Radio France est inscrit tant dans ses **missions de service public** que dans ses engagements internes. Ainsi, ce cadre vise à garantir la présence des sujets environnementaux dans les contenus diffusés sur ses antennes et à renforcer leur appropriation par les équipes éditoriales afin d'assurer le partage d'une information fiable et accessible pour tous les publics.

Le **cahier des missions et des charges** constitue le cadre structurant la démarche de Radio France en matière de sensibilisation de ses auditeurs aux enjeux environnementaux. Fixé par décret conformément à l'article 48 de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, il définit les obligations de Radio France pour l'accomplissement de toutes ses activités. Il prévoit notamment que Radio France programme et diffuse des émissions documentaires et des magazines portant sur les enjeux du monde contemporain, et précise, au titre de l'article 27, que « la programmation de la société accorde une attention particulière aux questions relatives à l'environnement et au développement durable ». Cette exigence fonde l'intégration des thématiques environnementales dans les grilles de Radio France.

Ce cadre réglementaire est prolongé par un engagement interne formalisé à travers le « **Tournant environnemental** » adopté en 2022 par Radio France. Ce manifeste rappelle l'existence d'un consensus scientifique international sur la crise climatique et fixe une ligne éditoriale stricte en adéquation avec son devoir d'exemplarité, consistant à se fonder sur des données vérifiées et à employer un vocabulaire reflétant la réalité de la crise. Il prévoit notamment que les antennes font de la crise climatique un **axe éditorial majeur**, décliné dans les programmes, les tranches d'information et des éditions spéciales. De plus, depuis son annonce, un **plan de formation** sur les questions climatiques et scientifiques a été déployé auprès des journalistes, des producteurs, des équipes de production et des animateurs. Ce dispositif permet ainsi de fournir aux équipes éditoriales un socle de connaissances solide et mobilisable sur ses antennes.

Enfin, cette politique s'inscrit dans les engagements du **contrat climat** avec l'Arcom conclu en 2022. Instauré par la loi du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets, le contrat climat est un outil de démarche volontaire qui vise à favoriser la transition écologique du champ de la communication commerciale. Ce cadre prévoit notamment des engagements de **sensibilisation et de formation des équipes à la transition écologique**, accompagnés d'indicateurs de suivi. Il prévoit également des engagements relatifs aux contenus éditoriaux, à travers

¹⁵ Avec I - : Impact négatif, I+ : Impact positif, R : Risque, O : Opportunité

entre autres le **traitement sur les antennes de thématiques liées à l'environnement**, à sa protection et à la lutte contre le dérèglement climatique, assortis d'indicateurs de suivi.

2.4.3. Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025

Radio France met en œuvre, chaque année, des actions destinées à assurer la prise en compte des enjeux environnementaux dans son offre éditoriale et à renforcer l'appropriation de ces sujets par les équipes. Ces actions visent à assurer, dans la durée, une **présence régulière des thématiques environnementales à l'antenne**, tout en tenant compte des contraintes de programmation et de la mission de service public à laquelle doit répondre Radio France.

2.4.3.1. La formation continue des journalistes pour une information de qualité

Dans la continuité de son engagement « Le Tournant » de 2022, Radio France réalise régulièrement des sessions de formation de ses équipes éditoriales et de ses journalistes sur les thématiques environnementales. Cette démarche permet d'assurer une bonne connaissance et une **retransmission exacte des connaissances et découvertes scientifiques** en la matière sur les antennes de Radio France.

Ainsi, en 2025, 10 sessions ont été organisées et 148 stagiaires ont été formés, sur cinq actions de formation confondues. Ces dernières concernent la formation socle qui contient les bases de connaissances scientifiques indispensables pour toutes équipes éditoriales afin de savoir et de traiter un sujet environnemental, ainsi que les thématiques climat, énergie, santé et agriculture. Il est également prévu d'enrichir en 2026 le dispositif avec trois nouvelles formations thématiques portant sur l'eau, l'alimentation et la biodiversité.

2.4.3.2. La sensibilisation des auditeurs sur les enjeux environnementaux à travers une offre fournie d'émissions en la matière

Radio France inscrit **dans ses grilles de programmes** des émissions portant exclusivement sur les problématiques environnementales. Radio France diffuse notamment depuis plusieurs années trois émissions structurantes en la matière :

- « **La Terre au carré** » émission quotidienne de France Inter. Cette émission a attiré chaque jour 764 000 auditeurs en moyenne en 2025. Malgré un contexte de restrictions budgétaires, Radio France a souhaité maintenir cette émission afin de préserver un rendez-vous identifié et stable dédié au traitement des enjeux environnementaux, et garantir une continuité éditoriale sur ces sujets.



- « **De cause à effet** », émission hebdomadaire diffusée sur France Culture. Attirant près de 200 000 auditeurs par numéro en 2025, cette émission fait place aux débats majeurs en matière d'environnement (expériences, recherches, solutions émergentes etc.), en compagnie de chercheurs, décideurs et citoyens. En 2025, Radio France a repositionné cette émission à une heure de plus grande écoute (de 14h à 15h au lieu de 20h à 21h). Cette évolution de programmation contribue à renforcer la visibilité de ces sujets et à soutenir leur diffusion auprès d'un public plus large.



- « **CO2 mon amour** », diffusée chaque samedi sur France Inter. A travers cette émission qui rassemble près de 530 000 auditeurs, Radio France met en avant les initiatives citoyennes œuvrant pour la lutte contre le changement climatique et la transition écologique.



Par ailleurs, la thématique environnementale est **traitée dans d'autres programmes plus transverses et divers**, tels que notamment les journaux d'informations sur toutes les antennes, les matinales, l'émission « Carnets de campagne » sur France Inter, La Série Documentaire (LSD) sur France Culture, diffusés parfois à des heures de grande écoute, de manière à toucher tous les auditeurs. Ainsi, en janvier 2026, les sujets environnementaux ont représenté 3% des thèmes abordés sur les antennes de Radio France (source : baromètre du pluralisme – périmètre France Inter, franceinfo, France Culture).

2.4.4. Présentation des indicateurs suivis par Radio France et des résultats 2025

Dans le cadre du contrat climat conclu avec l'Arcom, Radio France suit le nombre de programmes environnementaux diffusés sur ses antennes.

Radio France suit en parallèle les audiences de l'ensemble de ses programmes environnementaux.

Intitulé		2023	2024	2025
Nombre de programmes environnementaux diffusés sur les antennes de Radio France	<i>Total</i>	983	1 713	2 074
	<i>Programme « La Terre au Carré »</i>	734 00	766 00	764 000
Nombre moyen d'auditeurs quotidiens par émission	<i>Programme « De cause à effet »</i>	187 000	208 000	192 000
	<i>Programme « CO2 mon amour »</i>	1 131 000	1 130 000	1 068 000

3. La démarche sociale de Radio France pour ses collaborateurs

Les **collaborateurs et collaboratrices** de Radio France sont au cœur de la **réalisation de ses missions de service public**. Avec près de 4 700 collaborateurs mobilisés au quotidien dans des métiers éditoriaux, techniques, artistiques ou de support, l'entreprise porte une responsabilité sociale majeure : garantir un environnement de travail sûr, inclusif et propice au développement professionnel. Dans un secteur en transformation rapide, marqué par l'évolution des usages numériques, l'innovation technologique et les attentes croissantes en matière de diversité et de qualité de vie au travail, Radio France doit **accompagner ses équipes** tout au long de leur parcours, tout en **préservant l'engagement et l'attractivité de ses métiers**.

Cette partie présente ainsi les **principaux enjeux sociaux identifiés** dans le cadre de la double matérialité : la composition et les spécificités des collaborateurs de Radio France, la promotion de la diversité et de l'inclusion, le maintien d'un dialogue social de qualité, la santé et les conditions de travail, ainsi que le développement des compétences et des parcours professionnels. Elle met en lumière les **impacts, risques et opportunités associés**, ainsi que les **politiques et dispositifs** mis en place pour garantir la protection, l'accompagnement et l'épanouissement de toutes celles et ceux qui contribuent au fonctionnement de l'entreprise.

3.1. Les collaborateurs de Radio France

Radio France rassemble près de **4 700 collaborateurs (hors CDDU et pigistes)** aux profils et aux métiers variés, dédiés à la production, à la diffusion et au rayonnement de ses antennes comme de ses formations musicales. Conformément aux exigences de la CSRD, l'entreprise distingue les **travailleurs salariés**, liés par un contrat de travail, et les **travailleurs non-salariés** qui contribuent également à ses activités.

À Radio France, les salariés regroupent les collaborateurs en CDI, CDD et en alternance. Radio France bénéficie aussi d'un concours d'autres salariés non permanents, CDDU et pigistes, dont le recours est **lié à la nature même de nos activités à savoir** une activité audiovisuelle nécessitant un renouvellement récurrent de nos grilles de programmes, mais aussi une activité de spectacle vivant et enregistré faisant appel à des artistes, comédiens et musiciens qui mènent par ailleurs leurs activités chez d'autres employeurs.

Les non-salariés comprennent notamment les intérimaires, les stagiaires, les indépendants et les salariés d'entreprises extérieures intervenant sur les productions ou dans les locaux. Tel que suivi dans le bilan social de l'entreprise, le nombre de contrats actifs au 31 décembre de chaque année est de :

Intitulé		2023	2024	2025
CDDU	<i>Total</i>	600	635	618
	<i>Métiers artistiques¹⁶</i>	138	142	153
	<i>Métiers techniques¹⁷</i>	462	493	465
Pigistes	<i>Total</i>	79	82	65

Cette diversité de statuts reflète la richesse des activités de Radio France et la **pluralité des compétences** nécessaires à son fonctionnement quotidien. Elle implique également une **responsabilité accrue** : accompagner l'ensemble des travailleurs qui contribuent aux missions de service public, soutenir leur développement professionnel et garantir des conditions de travail adaptées à chaque situation. Cette section présente ainsi

¹⁶ Annexe 10 de la convention relative à l'assurance chômage - Artistes

¹⁷ Annexe 8 de la convention relative à l'assurance chômage - Techniciens

le **périmètre des collaborateurs** au sens de la CSRD et la manière dont Radio France structure sa **politique sociale** pour répondre à leurs besoins.

3.1.1. Indicateurs portant sur l'effectif de Radio France au 31 décembre de l'année considérée

3.1.1.1. Répartition des effectifs par catégorie et contrat

Intitulé		2023	2024	2025
Salariés en CDI	<i>Total</i>	4 173	4 171	4 119
	<i>D – Cadres de direction</i>	145	156	159
	<i>E – Enseignants de la Maîtrise</i>	20	23	25
	<i>F – Personnels Antennes FIP</i>	1	0	0
	<i>G – Responsables de Prog.</i>	42	43	44
	<i>J – Journalistes</i>	785	795	780
	<i>M – Musiciens & Choristes</i>	307	299	305
	<i>N – PTA</i>	2 550	2 535	2 490
	<i>R – PARL</i>	323	320	316
Salariés en CDD	<i>Total</i>	295	346	408
	<i>D – Cadres de direction</i>	0	1	0
	<i>E – Enseignants de la Maîtrise</i>	2	1	0
	<i>F – Personnels Antennes FIP</i>	0	0	0
	<i>G – Responsables de Prog.</i>	0	0	0
	<i>J – Journalistes</i>	99	98	116
	<i>M – Musiciens & Choristes</i>	1	1	1
	<i>N – PTA</i>	159	201	235
	<i>R – PARL</i>	34	44	56
Alternants	<i>Total</i>	153	155	155
	<i>J – Journalistes</i>	31	31	30
	<i>N – PTA</i>	115	112	110
	<i>R – PARL</i>	7	12	15
Total général	<i>Total</i>	4 621	4 672	4 682

3.1.1.2. Répartition des effectifs par catégorie et par genre

Intitulé		2023	2024	2025
Salariés en CDI	Total	F : 1 769 H : 2 404	F : 1 772 H : 2 399	F : 1 757 H : 2 362
	D – Cadres de direction	F : 51 H : 94	F : 55 H : 101	F : 59 H : 100
	E – Enseignants de la Maîtrise	F : 17 H : 3	F : 18 H : 5	F : 19 H : 6
	F – Personnels Antennes FIP	F : 1 H : 0	F : 0 H : 0	F : 0 H : 0
	G – Responsables de Prog.	F : 9 H : 33	F : 8 H : 35	F : 10 H : 34
	J – Journalistes	F : 356 H : 429	F : 369 H : 426	F : 364 H : 416
	M – Musiciens & Choristes	F : 128 H : 179	F : 123 H : 176	F : 128 H : 177
	N – PTA	F : 1 104 H : 1 446	F : 1 098 H : 1 437	F : 1 079 H : 1 411
	R – PARL	F : 103 H : 220	F : 101 H : 219	F : 98 H : 218
Salariés en CDD	Total	F : 130 H : 165	F : 165 H : 181	F : 189 H : 219
	D – Cadres de direction	F : 0 H : 0	F : 0 H : 1	F : 0 H : 0
	E – Enseignants de la Maîtrise	F : 1 H : 1	F : 0 H : 1	F : 0 H : 0
	F – Personnels Antennes FIP	F : 0 H : 0	F : 0 H : 0	F : 0 H : 0
	G – Responsables de Prog.	F : 0 H : 0	F : 0 H : 0	F : 0 H : 0
	J – Journalistes	F : 55 H : 44	F : 48 H : 50	F : 71 H : 45
	M – Musiciens & Choristes	F : 0 H : 1	F : 0 H : 1	F : 0 H : 1
	N – PTA	F : 65 H : 94	F : 103 H : 98	F : 108 H : 127
	R – PARL	F : 9 H : 25	F : 14 H : 30	F : 10 H : 46

Alternants	<i>Total</i>	F : 94 H : 59	F : 93 H : 62	F : 90 H : 65
	<i>J – Journalistes</i>	F : 17 H : 14	F : 18 H : 13	F : 15 H : 15
	<i>N – PTA</i>	F : 73 H : 42	F : 68 H : 44	F : 67 H : 43
	<i>R – PARL</i>	F : 4 H : 3	F : 7 H : 5	F : 8 H : 7
Total général	<i>Total</i>	F : 1 993 H : 2 628	F : 2 030 H : 2 642	F : 2 036 H : 2 646

3.1.1.3. Répartition des effectifs par catégorie et par tranche d'âge

Intitulé	2023	2024	2025
Salariés en CDI	-30 ans : 294 30-49 ans : 2 028 +50 ans : 1 851	-30 ans : 303 30-49 ans : 1 991 +50 ans : 1 877	-30 ans : 280 30-49 ans : 2 080 +50 ans : 1 759
Salariés en CDD	-30 ans : 183 30-49 ans : 96 +50 ans : 16	-30 ans : 213 30-49 ans : 113 +50 ans : 20	-30 ans : 241 30-49 ans : 130 +50 ans : 37
Alternants	-30 ans : 142 30-49 ans : 11 +50 ans : 0	-30 ans : 145 30-49 ans : 10 +50 ans : 0	-30 ans : 143 30-49 ans : 12 +50 ans : 0
Total général	-30 ans : 619 30-49 ans : 2 135 +50 ans : 1 867	-30 ans : 661 30-49 ans : 2 114 +50 ans : 1 897	-30 ans : 664 30-49 ans : 2 222 +50 ans : 1 796

3.1.1.4. Répartition des départs¹⁸ des effectifs par catégorie

Intitulé	2023	2024	2025
<i>Total</i>	215	226	224
<i>D – Cadres de direction</i>	13	13	17
<i>E – Enseignants de la Maîtrise</i>	4	3	0
<i>F – Personnels Antennes FIP</i>	0	1	0
<i>G – Responsables de Prog.</i>	0	1	2
<i>J – Journalistes</i>	33	24	39

¹⁸ Un départ équivaut à une fin de contrat. Par exemple, une personne ayant eu cinq fins de contrat au cours de l'année, sera comptabilisée cinq fois.

	<i>M – Musiciens & Choristes</i>	10	12	7
	<i>N – PTA</i>	142	155	143
	<i>R – PARL</i>	13	17	16
	<i>Total</i>	1 168	1 131	1 124
Salariés en CDD	<i>D – Cadres de direction</i>	0	0	2
	<i>E – Enseignants de la Maîtrise</i>	7	9	5
	<i>F – Personnels Antennes FIP</i>	0	0	0
	<i>G – Responsables de Prog.</i>	0	0	0
	<i>J – Journalistes</i>	310	323	329
	<i>M – Musiciens & Choristes</i>	2	9	4
	<i>N – PTA</i>	665	584	599
	<i>R – PARL</i>	184	206	185
	<i>Total</i>	105	110	133
Alternants	<i>J – Journalistes</i>	14	15	16
	<i>N – PTA</i>	86	88	93
	<i>R – PARL</i>	5	7	24

3.2. Les impacts, risques et opportunités en lien avec les collaborateurs de Radio France

Enjeux	IRO	Type¹⁹	Horizon de temps²⁰	Chaîne de valeur concernée	Parties prenantes concernées
Diversité, égalité, inclusion des collaborateurs et des publics	Discrimination et/ou exclusion d'un groupe d'individus (lié à un genre, un âge, une situation etc.) dû à des mesures insuffisantes pour favoriser la diversité, l'égalité et l'inclusion	I-	CT	Opérations propres	Collaborateurs / collaboratrices
Climat et dialogue social	Désengagement et/ou détérioration de l'entente entre les différents collaborateurs et collaboratrices et du bien-	I-	CT	Opérations propres	Collaborateurs / collaboratrices

¹⁹ Avec I - : Impact négatif, I+ : Impact positif, R : Risque, O : Opportunité

²⁰ Avec CT : Court terme (<1 an), MT : Moyen terme (1-3 ans), LT : Long terme (> 3 ans)

	être au travail lié à un climat social de mauvaise qualité (faible taux de participation, faible consultation du CSE, peu d'accords conclus avec les syndicats etc.)				
	Risque de baisse de la productivité / de l'engagement des collaborateurs et collaboratrices pouvant mener à des crises (grèves, etc.) voire à une interruption partielle d'activité mais également à un blocage dans les transformations indispensables pour maintenir l'audience de l'entreprise et porter son rôle sociétal	R	CT	Opérations propres	Collaborateurs / collaboratrices
	Opportunité d'améliorer en interne l'ambiance de travail, et en externe l'image de Radio France et ainsi attirer / fidéliser des collaborateurs.ice.s	O	CT	Opérations propres	Collaborateurs / collaboratrices
Attraction, développement des compétences et fidélisation des salariés	Risque d'augmentation des coûts RH et opérationnels (perte de savoir-faire, compétences) lié à une incapacité à retenir et fidéliser les salariés [sous l'angle de la masse salariale]	R	MT	Opérations propres	Collaborateurs / collaboratrices
	Risque d'augmentation des coûts RH additionnels (recrutement, formation) liés à une perte de compétences / savoir-faire dû au départ d'employés et employées [sous l'angle de la formation interne]	R	MT	Opérations propres	Collaborateurs / collaboratrices
	Ressenti de précarité par les salariés / collaborateurs occupant des emplois non pérennes et dont Radio France serait le seul employeur	I-	MT	Opérations propres	Collaborateurs / collaboratrices

	Amélioration du sentiment d'appartenance pour les salariés grâce à la création des perspectives adaptées à leurs profils et appétences professionnelles	I+	CT	Opérations propres	Collaborateurs / collaboratrices
	Opportunité de projection dans l'entreprise des salariés	O	MT	Opérations propres	Collaborateurs / collaboratrices
Santé et conditions de travail	Dégradation du bien être psychologique des salariés et salariées dû à des mesures insuffisantes en matière de prévention des risques psychosociaux (RPS), et/ ou de mauvaises/ insuffisantes conditions de travail	I-	CT	Opérations propres	Collaborateurs / collaboratrices
	Dégradation de la santé physique des salariés et des salariées due à une absence de mesures préventives des accidents, de sécurité dans les pays à risque, etc.	I-	CT	Opérations propres	Collaborateurs / collaboratrices

3.3. La diversité, l'égalité et l'inclusion des collaborateurs

La diversité, l'égalité et l'inclusion des collaborateurs recouvrent l'ensemble des principes et pratiques visant à garantir aux salariés l'équité et la non-discrimination dans les pratiques et process RH, et **reconnaître et valoriser la pluralité des profils au sein de Radio France**, qu'il s'agisse de l'origine géographique, sociale ou culturelle, de l'âge, du sexe, de l'orientation sexuelle, du handicap ou des parcours de vie. Ces notions sont essentielles pour Radio France, en tant qu'acteur majeur du service public car elles contribuent à un climat de travail sain, à l'engagement des collaborateurs et à la valorisation de la diversité comme levier de performance collective. Au-delà des obligations légales et réglementaires, la prise en compte de ces enjeux dans la politique sociale de Radio France pour ses collaborateurs renforce le rôle de Radio France comme employeur responsable et construit un environnement de travail plus engagé, attractif et durable.

En ce sens, depuis 2004, Radio France est volontaire pour promouvoir l'égalité, la diversité et l'inclusion à travers de multiples engagements internes.

3.3.1. Les impacts, risques et opportunités matériels et les politiques et plans d'actions afférents

IRO ²¹	Politique	Plan d'actions
<p>Discrimination et/ou exclusion d'un groupe d'individus (lié à un genre, un âge, une situation etc.) dû à des mesures insuffisantes pour favoriser la diversité, l'égalité et l'inclusion (I-)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Accord égalité professionnelle (2022-2025), signé à l'unanimité. - Accord handicap 2024-2028, signé à l'unanimité. - Programme Égalité 360° : stratégie globale (égalité F/H, handicap, diversité sociale/origine, lutte contre discriminations) et son Comité Égalité 360°. 	<ul style="list-style-type: none"> - Réduction des écarts F/H : plan triennal 224 mesures de rattrapage, politique de rémunération, index égalité F/H. - Diversification dans le recrutement et équité des process : forum alternance (APEC), diffusion offres via Agefiph, Académie des antennes - Engagement de recrutement inclusif : convention Agefiph, actions de maintien dans l'emploi et prévention de la désinsertion ; Sensibilisation handicap : vidéos, dépliants, événements (SEEPH, DuoDay...) - Dispositif de lutte contre les VSS (plan « libérons la parole »): traitement sous 1 mois, comité pluridisciplinaire, ligne d'écoute 24/7. - Formations obligatoires : lutte contre les stéréotypes, "agir face au sexisme/harcèlement", non-discrimination. - Charte de la diversité, Charte de l'Autre Cercle, Charte StopE#Sexisme, charte de la neurodiversité - Label Alliance AFNOR (Diversité et Égalité)

3.3.2. Présentation des politiques et engagements de Radio France

Radio France est **engagée de longue date** dans la promotion de la diversité, de l'inclusion et de l'égalité, tant en interne (traité dans cette partie), qu'en externe (traité dans la partie 4.3 *L'accessibilité, la proximité et l'inclusivité des contenus pour tous les publics*).

Dès 2004, l'entreprise affirme cette priorité à travers sa participation aux premières démarches nationales en faveur de la diversité, puis à travers la création de sa première Mission Handicap (2009). Ses actions se renforcent d'années en années avec notamment la labellisation Afnor. En 2021, Radio France consolide cet engagement avec **le lancement du programme Égalité 360°, qui constitue désormais le cadre structurant de sa stratégie.**

En 2025, Radio France a poursuivi et renforcé cette dynamique en réaffirmant ses engagements, en confirmant ses choix stratégiques et en approfondissant les politiques portées par le programme Égalité 360°.

²¹ Avec I - : Impact négatif, I+ : Impact positif, R : Risque, O : Opportunité

3.3.2.1. Le programme Égalité 360° : le cadre stratégique global

Lancé en 2021, le programme Égalité 360°, impulsé par la Présidente de Radio France Sibyle Veil, porté par le Président du Comité Égalité 360° et la Délégation à l'égalité et la diversité au sein de la DRH, constitue l'architecture globale des engagements de Radio France en matière d'égalité, diversité et inclusion. Fruit d'un travail coopératif mobilisant plus d'une centaine de personnes, il s'adresse à la fois à ses collaborateurs à ses auditeurs et spectateurs ainsi qu'à la société. Il fédère les politiques et dispositifs existants autour de quatre axes structurants :



- **L'égalité professionnelle** entre les femmes et les hommes,
- **L'inclusion** et emploi des personnes en situation de handicap,
- La **diversité sociale et des origines**,
- La prévention et **lutte contre les discriminations et les stéréotypes**



Concrètement, ce programme prévoit vis-à-vis de ses collaborateurs un plan interne porté par la Direction des Ressources Humaines, avec pour priorités :

- La mise en œuvre des engagements des accords d'entreprise de Radio France en matière d'égalité professionnelle et de handicap,
- L'intégration de l'égalité et de la diversité dans l'ensemble des process et pratiques RH : recrutement, développement des compétences et parcours professionnels, formation,
- La prévention des risques et la lutte contre les discriminations,
- La mesure de l'efficacité des actions mises en œuvre.

La démarche est également suivie par une instance transversale mise en place dans la continuité du programme Égalité 360°, le **Comité Égalité 360°**. Il réunit, outre la DRH, les représentants de toutes les antennes, de la Direction de la musique et la création, les entités de Radio France ainsi qu'un réseau d'ambassadeurs engagés dans cette démarche. Ce comité assure :

- Le suivi de la mise en œuvre des accords collectifs, en lien avec la DRH et les directions en responsabilité,
- Le pilotage des engagements stratégiques,
- La cohérence des actions menées dans l'ensemble des directions et métiers,
- La supervision du système d'indicateurs consolidés.

Cette gouvernance permet d'ancrer la politique Égalité 360° dans une approche systémique, mobilisant l'ensemble de l'entreprise et garantissant la continuité du pilotage stratégique.

L'année 2025 a été marquée par la poursuite de la mise en œuvre des accords collectifs, la consolidation du pilotage, ainsi que la montée en cohérence des politiques internes au sein d'un même cadre stratégique.

3.3.2.2. *Des engagements formalisés dans des accords collectifs structurants*

Radio France dispose d'un **accord égalité professionnelle femmes – hommes 2022 - 2025**, signé à l'unanimité par les organisations syndicales. Il constitue le socle réglementaire de la politique d'égalité femmes-hommes. Il vise la féminisation des métiers où les femmes sont encore sous-représentées, la réduction des écarts de rémunération, la représentation équilibrée entre les femmes et les hommes dans les parcours et la gouvernance, ainsi que le suivi renforcé des indicateurs légaux et internes. Cet accord porte notamment les engagements suivants :

- Favoriser le recrutement du sexe-sous-représenté dans les domaines qui le nécessitent et féminiser les activités où elles sont moins présentes (notamment technique et numérique),
- Réduire durablement les écarts de rémunération,
- Garantir aux femmes les mêmes possibilités d'évolution professionnelle qu'aux hommes, notamment dans les postes à responsabilité,
- Garantir aux femmes l'accès aux formations, proportionnel à leur part dans l'effectif,
- Accompagner la parentalité.

Également signé à l'unanimité, l'**accord en faveur de l'insertion professionnelle et de l'emploi des personnes en situation de handicap 2024-2028** formalise les engagements de l'entreprise en matière de recrutement, d'accompagnement, de reconnaissance du handicap et de sensibilisation (accord non agréé). Il établit une feuille de route pluriannuelle visant à renforcer l'accessibilité, soutenir les parcours individuels et progresser vers les objectifs réglementaires d'emploi. Cet accord fixe notamment les engagements suivants :

- La progression du taux d'emploi des personnes en situation de handicap,
- La sensibilisation à la reconnaissance de la qualité de travailleurs en situation de handicap,
- Le maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap, qui passe notamment par l'aménagement des postes, et le développement de solutions numériques adaptées, en particulier les interfaces de production éditoriale,
- L'accessibilité des lieux,
- La sensibilisation des salariés au handicap, notamment aux handicaps invisibles dans un objectif de prévention et de lutte contre les stéréotypes.

3.3.2.3. *Un engagement public structuré autour de chartes et labels*

Radio France est signataire de la **Charte de la diversité (2004)**, affirmant ainsi publiquement son engagement à promouvoir l'égalité des chances, la représentativité sociale et la prévention de toutes les formes de discrimination dans ses processus de recrutement, de gestion des carrières et de management. Cet engagement constitue un fondement de la politique diversité portée par l'entreprise. Radio France également confirmé sa politique de « tolérance zéro » face au harcèlement et aux violences sexistes en rejoignant en 2022 le mouvement #StOpE contre le Sexisme ordinaire en entreprise lancé par l'Association française des managers de la diversité.



Radio France est également signataire de la **Charte d'Engagement LGBTQIA+ de l'Autre Cercle depuis 2018 (resignée en 2022 et 2025)** vise à promouvoir l'inclusion et la visibilité des personnes LGBTQIA+ dans le monde du travail. A travers son adhésion, Radio France démontre sa volonté de reconnaître, de valoriser

et de sensibiliser à la diversité des identités de genre, d'orientations sexuelles... Ainsi, plusieurs rôles **modèles LGBTQIA+ et alliés** ont été désignés au sein de l'entreprise. En complément, Radio France met à disposition



des directions des ressources humaines de groupe un **guide d'accompagnement** à la transition de genre, associé à des événements de sensibilisation dédiés

Fin 2025, Radio France a aussi été la première entreprise de médias à signer la **Charte de la Neurodiversité – Les Singulières**. Cette charte permet de démontrer et de renforcer l'engagement de Radio France en matière d'inclusion des modes de pensée différents à travers l'adaptation de l'environnement de travail à chaque particularité et la sensibilisation de l'ensemble des collaborateurs à la neurodiversité.

Preuve de la mise en œuvre de ses engagements, Radio France s'est vu décerner en 2022, pour quatre ans, le **Label Alliance AFNOR**, qui regroupe le **Label Diversité** — détenu par l'entreprise depuis 2013 — et le **Label Égalité**, obtenu pour la première fois en 2022. L'audit de suivi réalisé en 2025 confirme non seulement la conformité des politiques, mais également leur performance, traduisant le haut niveau de maturité de l'organisation en matière de diversité, d'égalité et d'inclusion.

Les conclusions de l'audit mettent en lumière :

- Le renforcement du portage stratégique des politiques Diversité / Égalité / Handicap par la Présidence et le Comité Égalité 360°,
- La structuration consolidée des politiques et leur traduction opérationnelle,
- La volonté forte de diversifier les recrutements dans une logique d'équité,
- Les efforts continus en matière de sensibilisation pour diffuser une culture interne d'inclusion,
- La déclinaison territoriale cohérente des ambitions de l'entreprise.

Ces reconnaissances externes renforcent l'exigence d'exemplarité de Radio France et structurent son cadre d'engagement dans la durée.

3.3.3. Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025

Dans le prolongement du programme Égalité 360° et des accords collectifs en vigueur présentés précédemment, Radio France déploie un ensemble d'actions visant à mettre en œuvre ses engagements en matière d'égalité, de diversité, d'inclusion et de prévention des discriminations. Ces actions concernent la formation, l'accompagnement des collaborateurs, l'équité dans les parcours professionnels, le recrutement, la lutte contre les violences sexistes et sexuelles, ainsi que la sensibilisation au handicap.

3.3.3.1. *Renforcement de la culture interne d'égalité des identités de genre et de prévention des discriminations*

Radio France a institué plusieurs **formations et e-learning obligatoires** à destination de ses collaborateurs, destinés à renforcer la culture interne d'égalité et de prévention des discriminations. Parmi celles-ci figurent le module e-learning « humour limite, agir face à des situations à risque » lancé en 2021 dans le cadre du

plan « libérons la parole » (lutte contre les VSS), ainsi qu'une nouvelle formation lancée en octobre 2025 : limiter l'impact des stéréotypes au quotidien. Ce dispositif combine une formation en présentiel (dispensée à 70 managers RH), suivie de modules de e-learning et de kits d'animation pour qu'ils puissent être effectués en équipe. Une première phase de lancement a été menée au second semestre 2025 avant un suivi par indicateurs prévu en 2026.

En parallèle, Radio France a poursuivi le déploiement du **dispositif « Libérons la parole »** lancé en 2018 par la Présidente-Directrice générale de Radio France pour lutter les violences sexuelles et sexistes au travail. La cellule de traitement des signalements, restructurée en 2025, couvre l'ensemble des situations de violence pouvant survenir, qu'il s'agisse de harcèlement moral ou sexiste ou d'agissement sexiste et de discrimination.

Un reporting régulier au CSE est mis en place, portant sur le nombre d'enquêtes, les suites et les sanctions données.

Des actions de sensibilisation sont réalisées régulièrement, par exemple à travers une communication sur le recours aux personnes ressources, le rôle des témoins et le « violentomètre ».

3.3.3.2. *Inclusion et sensibilisation au handicap*

Radio France a mis en place depuis sa création de nombreux accords portant sur l'inclusion des personnes en situation de handicap. L'année 2025 a marqué la **première année complète de mise en œuvre du nouvel accord Handicap** (accord non agréé), qui vise à favoriser le recrutement et le maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap, encourage notamment les collaborateurs à déclarer leur situation de handicap, notamment invisible afin de mieux adapter l'accompagnement proposé et de prévenir au mieux la désinsertion professionnelle

De nombreuses actions de sensibilisation sont menées régulièrement par Radio France pour changer les regards sur le handicap. En 2025, ont été notamment diffusés plusieurs contenus pédagogiques (vidéos, dépliants, autodiagnostic), portés notamment sur le handicap invisible. Radio France met en place en parallèle de **nombreux événements** pour porter auprès de tous les salariés ces enjeux. Sont ainsi organisés chaque année la semaine européenne pour l'emploi des personnes en situation de handicap, la journée nationale de l'audition ou encore le Duoday. Ce dernier a permis, depuis 2018, la constitution de plus d'une centaine de binômes à Paris et en région avec des salariés volontaires dans tous les domaines.



En complément, Radio France met en place des **partenariats inclusifs** avec les acteurs spécialisés, telles que des associations (JARIS, ApidV et Baissez les barrières), des professionnels du recrutement dans la diversité et des acteurs institutionnels comme l'Agefiph.

3.3.3.3. *Accélération de l'égalité professionnelle femmes-hommes*

Radio France a finalisé la mise en œuvre du **plan triennal de réduction des écarts salariaux**, en cohérence avec l'accord égalité professionnelle 2022-2025. Au terme de quatre années de travail, les écarts de rémunération entre les femmes et les hommes sont pratiquement neutralisés et Radio France veille désormais à ne pas redégrader ces résultats. En 2025, Radio France a obtenu une note de 39/40 en matière d'écarts de rémunération F/H (indicateur n°1 de l'index égalité F/H).

En parallèle, l'entreprise veille à garantir une égalité d'accès aux parcours de développement et d'évolution professionnelle. À ce titre, un **dispositif de formation au leadership** est proposé afin d'accompagner davantage de femmes vers des fonctions d'encadrement et des postes à responsabilité, en cohérence avec la stratégie de féminisation du management.

En outre, Radio France engage des actions avec ses salariés et ses partenaires associatifs comme Capital Filles, becometech, pour promouvoir l'égalité des sexes sur ses antennes et en internes. Ces actions permettent **d'inspirer le parcours des jeunes filles** via notamment des rencontres métiers autour du numérique et de la technique, la mise en avant de personnalités féminines inspirantes ou la sensibilisation en lycées et collèges.

Enfin, Radio France mène de nombreuses actions de **sensibilisation**, notamment en matière de prévention contre les violences sexistes et sexuelles ou encore de lutte contre les stéréotypes. Elle rappelle régulièrement le fonctionnement du dispositif de signalement mis en place dans le cadre du plan « libérons la parole » et le rôle des différentes personnes ressources (service de la QVCT, assistantes sociales, médecine du travail, référents employeur et salariés en matière de harcèlement sexuel et d'agissement sexistes...).

3.3.3.4. Favoriser la diversité dans le recrutement

Radio France met en place des actions concrètes et **renforce ses processus de recrutement** pour attirer et intégrer tous les talents. Radio France veille à prévenir toute situation de discrimination afin de garantir à chacune et chacun un traitement équitable de sa candidature.

Depuis 2021, le dispositif « **l'Académie des antennes** » est lancé chaque année. Ouvert à toutes et à tous, ce dispositif permet à des passionnés de la radio de vivre une première expérience pratique au sein d'une des antennes de Radio France dans le cadre de stages comme animateur, réalisateur, attaché de production ou chargé d'édition numérique.



Depuis 2021, 165 lauréats ont pu bénéficier de ce dispositif, avec une répartition équitable entre hommes et femmes. Parmi ceux-ci, 58% ont poursuivi leur collaboration avec Radio France. Les lauréats sont sélectionnés pour leur passion pour la radio. L'appel à candidatures est relayé par les associations de terrain, France Travail et les missions locales.

Radio France s'appuie aussi sur plusieurs **partenariats structurants pour l'alternance**. Pour l'alternance des journalistes, Radio France a signé une convention intégrant désormais les 16 écoles de journalisme reconnues par la profession. Chaque année, Radio France recrute 15 alternants en portant une attention particulière aux étudiants boursiers et en situation de handicap. Parmi ces 15 jeunes, 2 alternants sont recrutés hors-écoles de journalisme grâce à un partenariat avec La Chance médias. Depuis 2006, 247 alternants journalistes ont été formés ou sont en cours de formation, dont 93% sont boursiers.

Pour l'alternance dans les métiers autres que journalistes dans la continuité de sa collaboration avec Mozak RH Radio France s'est associée avec l'APEC (Association Pour l'Emploi des Cadres) et Cap Emploi et a accueilli le forum « Jeunes en scène ». Les offres d'emploi sont par ailleurs diffusées systématiquement via des canaux spécialisés dans un objectif d'inclusion (Agefiph). Afin de s'adapter aux nouvelles attentes (offre d'emploi publiée sur Welcome to the Jungle), d'améliorer la représentativité sociale des candidatures et de soutenir l'inclusion dès les premières étapes du parcours professionnel.

Radio France accueille également tout au long de l'année des stages de 3^{ème} et de 2^{nde} (dans le cadre d'une convention pluriannuelle avec le Ministère de l'Education nationale) et favorise une **politique d'accueil de jeunes sans réseau (politique du « + 1 »)**. Ce dernier incite chaque direction à recruter pour un jeune stagiaire de leur réseau, également un jeune stagiaire hors réseau (notamment via les partenariats associatifs tels que ViensVoirMonTaf, Capital Filles, le Collectif Mentorat). Environ 1/3 des stagiaires collèges et lycées ont été recrutés hors réseau en 2025.

3.3.4. Présentation des indicateurs suivis par Radio France et des résultats 2025

Afin de suivre l'ensemble de ses indicateurs découlant de son programme « Egalité 360° », Radio France a mis en place un outil de suivi structuré : « **Météo 360°** ». En application des recommandations de l'Afnor, l'objectif de cet outil est de piloter, mesurer et ajuster sa démarche en fonction des résultats.

A la suite d'un travail intensif avec l'ensemble des directions concernées mené au cours de l'année 2025, Radio France a structuré son outil autour d'indicateurs pertinents, portant à la fois sur les ressources humaines et les antennes de Radio France que sur la perception de ses auditeurs et spectateurs. Piloté par la Direction des Ressources Humaines, il mobilise l'ensemble des directions dans le remplissage des données et l'analyse des résultats. La responsabilisation des contributeurs a notamment été facilitée par l'intégration d'une « météo » permettant d'analyser directement la variation des résultats au cours des années.

Cette démarche, en cours de finalisation, a été présentée au Comité de direction RH, ainsi qu'au Conseil d'Administration et au Comité d'audit en 2025. En 2026, il sera également présenté au Comité Egalité 360° ainsi qu'à l'ensemble des parties prenantes de Radio France. Le travail de fixation de seuil pour chaque indicateur sera également mené.

Ci-dessous sont présentés quelques indicateurs inclus dans le dispositif :

Intitulé		2023	2024	2025
Index Egalité F/H	Total (sur 100)	94	99	89
Ecart de rémunération F/H	Total (en %)	0,4%	0,3%	0,1%
Part des femmes dans l'effectif	Total (en %)	43,89%	43,96%	44,01%
Part de femmes dans le management	Total (en %)	40,4%	40,8%	41,3%
Part de salariés en situation de handicap	Total (en %)	4,25%	4,33%	N/D²²
Pourcentage de managers formés aux sujets en lien avec la lutte avec la lutte contre les discriminations, l'inclusion et le handicap (parcours E-	Total	36,9%	41,2%	42,4%

²² Non disponible à date de publication du rapport.

campus managérial « recruter sans discriminer »)				
Nombre d'incidents de discrimination remontés	<i>Total</i>	21	27	N/D²³

Radio France s'est engagée à réduire durablement les écarts de rémunération qui s'élevaient en 2024 à 0,4% au profit des hommes. L'accord égalité professionnelle a permis la résorption de cet écart grâce à un plan triennal avec des moyens dédiés. Ainsi, en 2025, Radio France a obtenu le **score de 39/40** sur le volet « **Ecart de rémunération F/H** » de l'Index F/H, avec 0,10% d'écart en faveur des femmes.

Le score total d'Index F/H de Radio France a toutefois baissé entre 2024 et 2025, passant de 99/100 à 89/100. Cela s'explique par une évolution de la méthodologie et non par une dégradation des écarts de rémunération qui sont pratiquement résorbés.

En 2025, le pourcentage de **femmes dans l'effectif total** est de **44,01 %** (CDI, CDD, alternants, pigistes, CDDU confondues – hors stage). Radio France s'engage à garantir aux femmes des mêmes possibilités d'évolution professionnelle qu'aux hommes, notamment dans les postes à responsabilité. En 2025, les femmes constituent **48%** des instances dirigeantes, en constante augmentation.

3.4. Le climat et le dialogue social

Le dialogue social « inclut tous types de négociation, de consultation ou simplement d'échange d'informations entre les représentants des gouvernements, des employeurs et des travailleurs selon des modalités diverses, sur des questions d'intérêt commun relatives à la politique économique et sociale » (source : OIT).

Le dialogue social permet de créer des **relations mutuellement satisfaisantes et gratifiantes entre les parties prenantes**, favorisant la présence des conditions nécessaires pour assurer un milieu de travail décent, la satisfaction dans le travail, de bons résultats pour l'entreprise et, de façon générale, des bienfaits pour tous (source : OIT).

En France, le dialogue social est régi par le **code du travail**, imposant notamment la mise en place d'instances de représentation des salariés dans leur ensemble et de délégués syndicaux chargés afin de faire connaître les revendications des employés.

3.4.1. Les impacts, risques et opportunités matériels et les politiques et plans d'actions afférents

IRO²⁴	Politique	Plan d'actions
Désengagement et/ou détérioration de l'entente entre les différents collaborateurs et collaboratrices et du bien-être au travail lié à un climat social de mauvaise qualité (faible taux de participation, faible consultation du CSE, peu d'accords conclus avec les syndicats etc.) (I-)	-Accord dialogue social 2023-2027 et Comités sociaux économiques (CSE) (CSE général, CSE Paris et CSE France bleu)	Modélisation d'une procédure de préparation des dossiers adressés aux « Instances représentatives du personnel » (IRP) -Formations des RH et managers aux process -Réunions pluridisciplinaires

²³ Non disponible à date de publication du rapport.

²⁴ Avec I - : Impact négatif, I+ : Impact positif, R : Risque, O : Opportunité

<p>Risque de baisse de la productivité / de l'engagement des collaborateurs et collaboratrices pouvant mener à des crises (grèves, etc.) voire à une interruption partielle d'activité mais également à un blocage dans les transformations indispensables pour maintenir l'audience de l'entreprise et porter son rôle sociétal (R)</p>	<p>-Accord dialogue social 2023-2027 et CSE (CSE général, CSE Paris et CSE France bleu)</p>	<p>- Modélisation d'une procédure de préparation des dossiers adressés aux « Instances représentatives du personnel » (IRP) -Formations des RH et managers aux process -Réunions pluridisciplinaires</p>
<p>Opportunité d'améliorer en interne l'ambiance de travail, et en externe l'image de Radio France et ainsi attirer / fidéliser des collaborateurs</p>	<p>-Accord dialogue social 2023-2027 et CSE (CSE central, CSE Paris et CSE France bleu) - politique de prévention des risques professionnels - Traitement des situations individuelles et collectives dégradées - Accord télétravail</p>	<p>- Modélisation d'une procédure de préparation des dossiers adressés aux « Instances représentatives du personnel » (IRP) -Formations des RH et managers aux process -Réunions pluridisciplinaires</p>

3.4.2. Présentation des politiques et engagements de Radio France

Radio France s'appuie sur une politique de dialogue structurée, qui repose sur un cadre conventionnel rénové depuis la signature de l'**accord Dialogue social 2023-2027**. Cet accord fixe l'architecture des instances représentatives du personnel, leurs moyens, leurs modalités de fonctionnement et leurs périmètres de compétence. Il encadre l'organisation des deux **CSE d'établissement** « CSE Paris » et « CSE ICI (ex France Bleu) » ainsi que celle du CSE central tout en définissant les commissions obligatoires et spécifiques dont la **Commission RSE et impact environnemental** nouvellement créée. Il intègre les dispositions légales voire propose de conditions plus favorables, comme par exemple la mise en place de représentants de proximité et de permanents syndicaux détachés.

Le dialogue social au sein de Radio France s'appuie également sur un **ensemble de règles stables** relatives à l'information et la consultation des instances, aux droits syndicaux et aux moyens mis à disposition des représentants du personnel. Le fonctionnement des instances est encadré par des pratiques harmonisées : préparation conjointe des ordres du jour entre président et secrétaire, transmission des documents en amont des réunions, encadrement du recours aux experts, formalisation des comptes rendus, et articulation entre les réunions plénières et les réunions préparatoires de CSE.

La politique de dialogue social vise également à assurer la qualité de l'information transmise aux élus et l'homogénéité des pratiques de préparation des projets soumis à consultation. Elle s'appuie sur les règles du **Code du travail** relatives aux procédures d'information-consultation, ainsi que sur une **doctrine interne de gestion des projets**, intégrée aux formations dispensées aux équipes RH et opérationnelles, visant à garantir que les dossiers présentés aux instances soient complets, anticipés et accompagnés de l'analyse de leurs impacts sociaux.

Enfin, la politique de dialogue social repose sur un **dispositif structuré sur l'ensemble des thématiques sociales** (prévention des risques psychosociaux (RPS), impact sur l'organisation, gestion des compétences et accompagnement au changement ...), incluant l'implication systématique des acteurs internes dédiés (équipes RH, assistantes sociales, médecine du travail, service de santé et sécurité) ou encore la formation des managers et des représentants du personnel.

3.4.3. Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025

Chaque année, Radio France met en œuvre un ensemble d'actions destinées à garantir la **qualité et la continuité du dialogue social**. Ces actions reposent sur la préparation rigoureuse des dossiers soumis aux instances, la coordination entre les directions opérationnelles, les ressources humaines et les représentants du personnel, la formation des équipes aux procédures d'information-consultation, ainsi que sur des dispositifs de prévention et d'accompagnement social destinés à sécuriser les transformations de l'entreprise. Elles visent à maintenir des échanges réguliers, transparents et constructifs avec les élus, à renforcer l'anticipation des enjeux sociaux liés aux projets internes, et à assurer l'implication des représentants du personnel dans l'ensemble des processus de consultation.

En 2025, plusieurs actions opérationnelles ont été conduites dans le prolongement de l'**accord Dialogue social 2023-2027** et de la volonté de professionnaliser le dialogue avec les instances.

L'année a notamment été marquée par la poursuite du travail de **modélisation de la procédure de préparation des dossiers adressés aux « Instances représentatives du personnel » (IRP)** selon une méthodologie définie, engagé pour harmoniser la préparation des dossiers d'information-consultation. La méthodologie intègre également une dimension **gestion de projet** permettant d'anticiper les problématiques et un travail pluridisciplinaire pour croiser les compétences au service du projet. Ce travail a permis de définir une méthodologie commune au sein de Radio France, intégrant les exigences légales, les étapes du processus ICS (information consultation), les outils de préparation (notes, impacts, analyses), la logique de segments de populations et les exigences documentaires attendues par les élus.

Radio France a également déployé une **formation renforcée** destinée aux équipes RH et aux managers, portant sur la formalisation des dossiers information-consultation, l'analyse des impacts sociaux, le pilotage des consultations, la communication managériale et la prévention des risques psychosociaux. Ces formations ont permis d'accompagner la montée en compétence des acteurs concernés et de favoriser une lecture homogène des procédures.

Dans le même temps, l'entreprise a renforcé les dispositifs d'anticipation et de prévention en systématisant l'organisation de **réunions pluridisciplinaires** pour l'élaboration des plans de prévention des risques, incluant la médecine du travail, les acteurs SST, le développement RH, les équipes sociales et les directions opérationnelles impliquées. Cette approche vise à anticiper les risques psychosociaux, l'impact opérationnel et les enjeux de charge de travail. Ce modèle fait désormais partie intégrante des pratiques projet et des formations.

L'année 2025 a également permis de **consolider le fonctionnement des instances** dans le cadre de l'accord en vigueur : tenue régulière des réunions CSE, CSSCT et commissions spécifiques, révision du format du CSE Ici en une seule instance pour un meilleur dialogue, application du nouveau régime des représentants de proximité, suivi des heures de délégation et structuration de la communication interne liée aux projets présentés en instance, conformément aux bonnes pratiques rappelées dans les contenus de formation.

En outre, Radio France a continué de déployer et d'améliorer les **dispositifs d'écoute et de traitement des signalements**, dont *Libérons la parole*, qui permettent de signaler des situations individuelles ou collectives nécessitant une prise en charge et un traitement coordonné entre les équipes RH, santé-sécurité et management. Ce suivi contribue à prévenir les risques sociaux et à améliorer la qualité du climat interne (pour plus de détail, voir la partie correspondante « 3.6 La santé et les conditions de travail »).

3.4.4. Présentation des indicateurs suivis par Radio France et des résultats 2025

Radio France assure le suivi et le contrôle des actions menées en lien avec le dialogue social à travers plusieurs indicateurs de performance. Ces indicateurs permettent d'évaluer l'efficacité des dispositifs en place et d'ajuster les actions lorsque nécessaire. Compte tenu de la mise en place récente de la procédure IRP selon une méthodologie dédiée, les indicateurs mis en place n'ont de résultats que pour 2025.

Intitulé	2023	2024	2025
Nombre de personnes concernées formées à la nouvelle méthodologie de constitution / préparation des dossiers IRP	N/A	N/A	40
Part des dossiers IRP ayant suivi la méthodologie	N/A	N/A	7

3.5. L'attraction, la fidélisation des salariés et le développement des compétences

Le recrutement, la fidélisation des salariés et le développement des compétences constituent un enjeu stratégique majeur pour Radio France. Dans un contexte d'**évolution des métiers et des pratiques professionnelles dans l'audiovisuel** avec une évolution rapide des compétences, l'entreprise doit être en mesure d'attirer des profils qualifiés et diversifiés, tout en offrant un environnement de travail attractif et porteur de sens. La capacité à recruter les bons talents conditionne directement **la qualité des contenus produits et la meilleure complétude de ses missions de service public.**

La fidélisation des salariés repose sur un ensemble de leviers complémentaires : des conditions d'emploi et de rémunération attractives, des perspectives d'évolution professionnelle, une attention portée à la qualité de vie au travail ainsi qu'une culture d'entreprise fondée sur l'engagement, la coopération et l'inclusion.

Sur le volet rémunération, la **concurrence entre les secteurs public et privé**, notamment sur certains métiers en tension, exerce une pression sur la masse salariale. Dans un contexte de contraintes financières et institutionnelles sur le secteur public, la **gestion de la masse salariale** constitue ainsi un enjeu d'équilibre : il s'agit de maîtriser les coûts tout en maintenant un niveau d'attractivité et d'engagement compatible avec les ambitions stratégiques de Radio France.

Enfin, le développement des compétences s'impose comme le levier central de performance et de fidélisation à Radio France. Il permet d'anticiper les besoins futurs et **d'aligner les aspirations professionnelles des salariés avec les priorités stratégiques** de l'entreprise en accompagnant l'évolution des métiers. Cet enjeu recouvre à la fois les actions de formation, la transmission des savoirs, le renforcement de l'employabilité des salariés dans la durée et les mouvements de mobilité interne, contribuant à sécuriser les parcours professionnels.

3.5.1. Les impacts, risques et opportunités matériels et les politiques et plans d'actions afférents

IRO ²⁵	Politique	Plan d'actions
<p>Risque d'augmentation des coûts RH et opérationnels (perte de savoir-faire, compétences) lié à une incapacité à retenir et fidéliser les salariés [sous l'angle de la masse salariale] (R)</p>	<p>-Plan d'actions triennal 2025-2027 Gestion des emplois, des compétences et accompagnement des parcours professionnels (GPEC PP) valant politique à défaut d'accord</p>	<p>-Plan d'actions triennal 2025-2027 Gestion des emplois, des compétences et accompagnement des parcours professionnels (GPEC PP) -Système salarial avec grilles de salaire non plafonnées -Plan de fidélisation (salarial) pour les emplois recherchés sur le marché dits "emplois en tension" -Liste et bilan annuel des « emplois en tension »</p>
<p>Risque d'augmentation des coûts RH additionnels (recrutement, formation) liés à une perte de compétences / savoir-faire dû au départ d'employés et employées [sous l'angle de la formation interne] (R)</p>	<p>-Plan d'actions GPEC PP valant politique à défaut d'accord</p>	<p>-Process RH inscrits dans le Plan d'actions GPEC PP (transmission des compétences, tutorat, mentorat et formation interne) -Université d'entreprise « Campus Radio France » pour partager la culture d'entreprise et former les salariés (formation interne et externe)</p>
<p>Ressenti de précarité par les salariés / collaborateurs occupant des emplois non pérennes et dont Radio France serait le seul employeur (I-)</p>	<p>-Plan d'actions triennal 2025-2027 GPEC PP valant politique à défaut d'accord pour les CDD, les CDDU et les pigistes</p>	<p>-Process RH inscrit dans le Plan d'actions GPEC PP (politique de constitution de viviers en vue de recruter nos futurs CDI au regard des besoins de l'entreprise et de sa pyramide des âges : stage / CDD en alternance/ CDD de droit commun) -Existence à la DRH centrale d'un poste transverse dédié à l'accompagnement des CDDU toutes chaînes, de postes en charge du suivi des CDD journalistes (« planning CDD ») et du suivi des pigistes -Plan d'action spécifique sur la gestion des CDD de droit commun (formulaires de bilans professionnels managérial partagés avec les référents RH)</p>

²⁵ Avec I - : Impact négatif, I+ : Impact positif, R : Risque, O : Opportunité

		métier, entretiens de feedback managériaux avec les salariés CDD etc.)
Amélioration du sentiment d'appartenance pour les salariés grâce à la création des perspectives adaptées à leurs profils et appétences professionnelles (I+)	- Plan d'actions triennal 2025-2027 GPEC PP valant politique à défaut d'accord	-Process RH inscrits notamment dans le plan d'actions GPEC PP : . Entretien de bilan et développement ou entretien d'objectif, entretiens de carrière, mobilité interne (mutation, parcours individualisé de développement de compétences), formation . Revues RH, systématiques et cartographie des compétences des salariés CDI des principaux emplois (sécurisation du parcours professionnel)
Opportunité de projection dans l'entreprise des collaborateurs et collaboratrices (O)	- Plan d'actions triennal 2025-2027 GPEC PP valant politique à défaut d'accord	-Process RH inscrits notamment dans le plan d'actions GPEC PP au service du parcours professionnel -Publication en interne de toutes les offres d'emplois - Fiches de compétences et aires de proximité de compétences entre emplois publiés dans l'Intranet RH

3.5.2. Présentation des politiques et engagements de Radio France

Dans la continuité de la négociation triennale engagé en 2024, Radio France, faute d'un accord avec les organisations syndicales représentatives, a mis en place un plan d'actions structuré au service de l'attractivité, de la fidélisation des salariés et du développement des compétences, reposant sur le **plan d'actions triennal 2025-2027 de Gestion Prévisionnelle des Emplois, des Compétences et des Parcours Professionnels (GPEC PP)**.

Ce plan d'action, entré en vigueur le 1^{er} janvier 2025 pour une durée de trois ans, constitue le socle de référence de Radio France en matière de gestion des compétences et d'accompagnement des parcours professionnels de l'ensemble de ses salariés, à l'exclusion des CDDU. Il vise à anticiper les évolutions des métiers, à maintenir l'employabilité des salariés et à sécuriser les trajectoires professionnelles dans un contexte de transformation des activités audio et de contraintes financières du secteur.

Ce plan se décline en différents leviers mis au service des orientations stratégiques de Radio France :

- **Renforcer durablement la démarche emplois-compétences** afin d'assurer une adéquation avec les besoins actuels et futurs de l'entreprise et les pratiques du marché du travail,
- **Prévenir l'usure professionnelle et sécuriser les parcours** de chaque salarié, anticiper les évolutions, adapter les parcours et maintenir l'employabilité des salariés,
- **Déployer des plans de formations et développement des compétences ambitieux**, alignés sur la stratégie de Radio France (audio, numérique, information, innovation, management, santé-sécurité), afin de développer, diversifier et actualiser les compétences des salariés,
- **Favoriser la mobilité professionnelle interne et les reconversions accompagnées**, au service des redéploiements nécessaires au projet stratégique de l'entreprise,

- **Anticiper les besoins organisationnels en amont des départs**, en ajustant finement les emplois et les ressources aux besoins réels de l'entreprise,
- **Structurer et sécuriser la transmission des compétences stratégiques**, notamment celles qui sont clés, rares ou en voie de raréfaction,
- **Recruter de manière ciblée sur les compétences indisponibles en interne et renforcer l'attractivité de l'entreprise**, notamment auprès des plus jeunes.

S'agissant des salariés en CDDU, qui ne relèvent pas du champ d'application de la GPEC PP, Radio France a développé en 2025 la structuration de **politiques spécifiques d'accompagnement des parcours professionnels** :

- Existence à la DRH centrale d'un poste transverse dédié à l'accompagnement des CDDU toutes chaînes,
- Renforcement des actions de communication pour un meilleur accès à la formation - notamment celle des producteurs (ateliers de management fonctionnel),
- Expérimentation d'un entretien et d'un formulaire de feedback à mi-grille radiophonique pour les CDDU d'antenne sur France Culture.

Ces modalités visent à tenir compte des caractéristiques propres à ces formes d'emploi et à contribuer à une gestion de l'emploi responsable, en renforçant la lisibilité des parcours, l'autonomie professionnelle des salariés concernés et l'anticipation des fins de collaboration.

L'ensemble des politiques et plans d'actions mentionnés ci-dessus sont portés et suivis par la Direction du Développement des Ressources Humaines et des Parcours Professionnels, le Secrétariat Général aux Rédactions et les représentants de la filière RH dans chaque direction.

3.5.3. Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025

En réponse aux enjeux identifiés en matière d'attractivité, de fidélisation des salariés et de développement des compétences, Radio France déploie des actions ciblées, différenciées selon les populations concernées et articulées autour de la gestion de la masse salariale, de la formation interne, de l'accompagnement des contrats non pérennes et de la projection professionnelle des salariés.

3.5.3.1. *L'adaptation continue aux évolutions du marché du travail et aux besoins de Radio France*

Dans un objectif d'adéquation systématique au marché du travail et aux besoins de Radio France, de nombreux processus sont mis en place.

Radio France réalise de manière continue une **cartographie des compétences détenues par les salariés**, individuellement et collectivement, afin de vérifier leur adéquation aux besoins, identifier les écarts de compétences, anticiper les besoins de développement ou de reconversion, et éclairer les décisions d'affectation sur des projets, missions, mobilités temporaires ou évolutions professionnelles.

Cela se traduit également par la **mise à jour régulière des fiches de compétences** des emplois et fonctions, en intégrant les compétences émergentes, critiques ou en évolution, ainsi que les aires de proximité de compétences entre emplois, et en assurant leur accessibilité permanente aux salariés via l'Intranet RH.

Radio France disposera à partir de 2026 d'un **pilote prospectif de l'évolution des emplois et des compétences** grâce à un **bilan annuel Emplois et Compétences** qui sera présenté lors d'un CSE central extraordinaire (mai 2026), nourri par les managers et par des ateliers Emplois-Compétences, afin d'anticiper les transformations des activités, les besoins en compétences nouvelles et les risques d'obsolescence.

Cette anticipation des besoins organisationnels se fait en amont des départs naturels, à travers un questionnement systématique des choix de remplacement, une priorisation du développement des compétences internes et une organisation de la transmission des savoirs clés.

Le recrutement externe est réservé aux compétences indisponibles en interne et des partenariats sont développés avec les écoles.

Enfin, Radio France met en œuvre des actions de fidélisation ciblées sur les **emplois identifiés comme “en tension”** sur le marché du travail. Ces actions reposent sur un suivi spécifique des métiers concernés et sur des **plans d'adaptation de la rémunération**, pouvant être déployés de manière progressive. Elles sont rendues possibles par un **système salarial avec des grilles de salaire non plafonnées**, permettant à l'entreprise d'ajuster les niveaux de rémunération afin de rester compétitive sur le marché et de sécuriser les compétences critiques.

3.5.3.2. *Un dispositif de formation à disposition de tous les collaborateurs*

Radio France déploie un dispositif de **formation complet** permettant d'accompagner chaque salarié, de progresser dans son métier et/ou dans son parcours professionnel en cohérence avec les besoins de Radio France et les aspirations individuelles de chacun. Par ces actions, Radio France veille également à prendre en compte et s'adapter à l'évolution des métiers et des pratiques professionnelles ainsi qu'à la transmission des savoirs et la valorisation des expériences internes.

Ainsi, Radio France met à disposition de tous les salariés l'offre **Campus Radio France** : son université d'entreprise propose des actions de développement de compétences au service des orientations stratégiques de l'entreprise. Ce dispositif offre ainsi à ses salariés un environnement adapté à l'apprentissage, en présentiel avec un espace dédié, Campus (salles de formation, studio école) et à distance grâce à des classes virtuelles et à son portail d'apprentissage en ligne E-Campus.

Cette offre s'appuie notamment sur les **compétences de salariés experts métiers** formés à la pédagogie, qui animent des formations - en complément de leur pratique professionnelle - tout particulièrement dans le domaine du son ou lors du déploiement de nouveaux outils, au service de l'accompagnement du changement.

Pilotés par l'équipe de « Campus Radio France » au sein de la Direction des Ressources Humaines, l'ensemble des dispositifs de formation sont consolidés dans le Plan de développement des compétences annuel, adossé aux orientations stratégiques de l'entreprise.

Radio France s'engage ainsi à mettre à disposition de la fonction RH, des managers, qui s'en font le relais auprès des équipes :

- Des **formations sur les thèmes transverses** (« offre Campus ») : ce sont les formations « en présentiel » ou « classe virtuelle » et toutes les ressources du portail d'apprentissage E-Campus (numérique, management, métiers, compétences de savoir-être ...),
- Des actions de **formation répondant aux besoins collectifs** de développement des compétences métiers spécifiques dans les directions,
- Des **accompagnements sur mesure** pour permettre une forte évolution des compétences au sein d'un emploi, lors d'un changement d'emploi, ...

En particulier, le portail d'apprentissage en ligne (E-Campus) met à disposition des apprenants de nombreux modules et parcours e-learning en asynchrones, au service de 4 enjeux :

- Accompagner la transformation numérique,
- Renforcer les pratiques managériales,

- Améliorer la pratique des métiers,
- Développer les compétences de savoir-être.

En 2025, Radio France a particulièrement veillé à multiplier les formations à l'attention de ses acteurs éditoriaux sur des thèmes spécialisés renouvelés en phase avec les enjeux sociétaux et géopolitiques actuels : justice et terrorisme, faits divers, traitement des affaires européennes, conflit Israélo-Palestinien, fait religieux, enjeux institutionnels / politique / droit constitutionnel, narco trafic – drogue et justice... afin de renforcer les connaissances des équipes éditoriales et de fournir les outils et le vocabulaire adaptés.

Elle a également renforcé son offre de formations dédiées à la gestion des agressions physiques et verbales sur le terrain ainsi que très spécifiquement les formations sur l'exercice du reportage en zone dangereuse (journalistes et techniciens de reportage).

Elle a créé de nouvelles offres :

- De nouvelles formations au service de l'intervention des équipes couvrant une catastrophe naturelle et intervenant sur des sites exposés (nucléaires, radiologiques, biologiques, chimiques, SEVESO...),
- Une nouvelle formation à destination des publics confrontés à des images et des sons violents (« risques vicariants ») dans leur pratique professionnelle (documentalistes, techniciens audiovisuels, journalistes, assistants d'éditions...) afin de prévenir les risques psychologiques inhérents),
- Une nouvelle formation sur le cyberharcèlement et la cybersécurité pour les journalistes et autres fonctions exposées au public afin de leur permettre d'anticiper ces risques spécifiques, les prendre en charge et apprendre à sécuriser leur activité éditoriale (protection des sources, des données, attaque en ligne etc.).

3.5.3.3. *Un accompagnement de proximité tout au long de la carrière*

Radio France accompagne ses salariés sur l'ensemble de leur parcours professionnel permettant de **prévenir l'usure professionnelle et sécuriser les parcours** de chacun. Ces actions comprennent notamment la généralisation des **revues RH**, des entretiens professionnels menés régulièrement, ainsi que la formalisation - pour les salariés en CDD de droit commun- de **bilans professionnels renseignés régulièrement par les managers**.

Afin de renforcer la **mobilité professionnelle et les éventuelles reconversions**, Radio France a développé une mobilité dynamique (définitive ou temporaire), des dispositifs de parcours individualisés de développement des compétences (PIDC) et des mises en situation professionnelles. De plus, la publication interne de l'ensemble des offres d'emploi et la diffusion des fiches compétences des emplois et aires de proximités entre emplois permet aux salariés de mieux identifier les pistes professionnelles et les opportunités d'évolutions internes.

En tant que principal employeur de salariés occupant des emplois non pérennes et pour limiter le **ressenti de précarité** de ces salariés, Radio France a renforcé son organisation et ses processus RH dédiés.

Radio France dispose au sein de la DRH centrale de **postes transverses dédiés à l'accompagnement des CDD Journalistes (« planning CDD ») et du suivi des pigistes**.

Un **poste transverse spécifiquement porté sur l'accompagnement des CDDU**, couvrant l'ensemble des antennes, a été créé au sein de la DRH centrale en 2021. Par ailleurs, des **entretiens et formulaires de feedback à mi-grille radiophonique** ont été mis en place pour les CDDU d'antenne de France Culture, afin de structurer le dialogue professionnel, de clarifier les attentes et de mieux objectiver les décisions.

3.5.4. Présentation des indicateurs suivis par Radio France et des résultats 2025

Radio France suit de des indicateurs sur les thématiques liées au développement de compétences et au suivi du parcours professionnel de ses salariés.

Intitulé		2023	2024	2025
Nombre de salariés ayant suivi une formation (présentielle ou virtuelle)	Total	3 292	2 754	2 760
Nombre d'heures de formation (présentielle ou virtuelle)	Total	73 036	68 496	65 512
	Par salarié	22,2h	24,9h	23,7h
	Par genre	H : 1 835 F : 1457	H : 1 586 F : 1 168	H : 1 537 F : 1 223
Part de salariés ayant participé à des entretiens professionnels annuels	Total (en pourcentage)	77%	H : 82% F : 83%	H : 87% F : 87%

NB : Méthodologie sur les taux de réalisation des entretiens professionnels : tous les CDI à l'exception des Musiciens choristes.

Entretiens réalisés et signés (vs total des entretiens mis à disposition moins les refus d'entretiens par les salariés, les salariés absents ou sorties de RF pendant la campagne).

Les musiciens des orchestres sont comptabilisés chaque année dans les entretiens non réalisés ce qui fait baisser le taux. En enlevant les musiciens, en 2024, le taux serait de 87% et en 2025 de 93%

3.5.4.1. Indicateurs de formations

En 2025, 2 760 salariés (5 303 stagiaires) ont bénéficié d'actions de formations, pour un total de 65 512 heures (sessions présentielle et classes virtuelles).

Dans la continuité du dispositif de formation spécifique pour les managers en poste mis en place en 2024 pour renforcer leurs compétences managériales et incarner les repères managériaux de Radio France, l'année 2025 a permis la formation de 76 managers pour 1 061 heures de formation. Une offre étendue leur permet de développer :

- Des axes managériaux clés à la prise de poste et dans les premières années : fondamentaux du management : 117 managers pour 816 heures,
- Leadership et efficacité : 72 managers pour 1 008 heures.

Radio France investit de manière soutenue pour former les salariés dans le cadre du renouvellement de tous les outils/méthodes/pratiques en lien avec les grands projets stratégiques de déploiement de nouvelles infrastructures, outils de production et de diffusion, de gestion. En 2025, Radio France a poursuivi le déploiement du nouveau projet d'ampleur ON AIR, qui a pour objet d'améliorer et moderniser la gestion des antennes avec des nouvelles fonctionnalités plus interfacées avec les autres outils, en faciliter la gestion et la maintenance, améliorer les problématiques transverses autour de la gestion des données, favoriser l'évolution des modes de production avec des fonctionnalités collaboratives qui décloisonnent les process et permettent

plus d'autonomie. La poursuite des formations à destination des techniciens et réalisateurs (53 stagiaires – 367 heures).

Les actions se sont poursuivies en 2025 autour de SEQUOIA MAGIX solution de production de Radio France (techniciens et réalisateurs) (126 stagiaires – 2 496 heures).

Les formations et coachings antenne (65 stagiaires – 714 heures lors du déploiement des matinales filmées multi-diffusées du réseau ICI se sont poursuivis tant pour les personnels d'antenne (animateurs et journalistes) que pour les techniciens (sensibilisation à l'environnement caméra).

- 48 animateurs expérimentés du réseau ICI ont pu bénéficier d'un stage pour travailler la créativité dans l'écriture radio (672 heures),
- 156 stagiaires journalistes ont bénéficié de formations éditoriales thématiques (Perfectionner son écriture, Interview en radio, Gestion du direct et du stress, Faits divers, utiliser l'IA dans son travail éditorial ...) (3 203 heures),
- 105 stagiaires ont bénéficié de formations éditoriales spécifiques (comprendre et couvrir la lutte anti-terroriste, conflits au proche orient, droits institutionnels et institutions, justice et cours internationales) (1 369 heures),
- 62 stagiaires journalistes ont bénéficié d'une formation aux méthodes d'investigation grâce à des outils open source (OSINT) (865 heures),
- En 2025, 5 journalistes sélectionnés pour animer des actions d'éducation aux médias ont suivi un parcours certifiant (350 heures).

Radio France a poursuivi son cycle de formations et sensibilisations au service du « Tournant environnemental » de Radio France : formations aux questions climatiques et scientifiques pour les salariés des équipes éditoriales non-expertes de ces sujets, leur permettant d'acquérir des outils et méthodologies techniques pour appréhender et traiter les sujets scientifiques au sens large, et un champ de connaissances sur des thématiques scientifiques, en rencontrant et échangeant avec des experts reconnus dans les thèmes scientifiques (énergie, climat et environnement, agriculture, santé), afin de savoir distinguer entre faits et commentaires dans le traitement de l'information (148 stagiaires – 1 393 heures).

Des actions ont également porté sur l'accompagnement de la production et de la mise en avant des contenus multimédia (formations à l'écriture multimédia, formations pratiques (photo, vidéo...), formations aux outils (montage vidéo, outils de graphiques...) (295 stagiaires – 5 108 heures).

Radio France s'est attachée en 2025 et comme chaque année à capitaliser les compétences et à professionnaliser la transmission des savoirs pour assurer une relève de qualité dans ses métiers : les actions de formation à la pédagogie des experts métiers en charge d'animer des formations auprès de leurs collègues sont en effet reconduites chaque année (24 stagiaires – 343 heures).

Dans le cadre de sa politique soutenue de prévention santé, Radio France a mis en œuvre des actions de formations adaptées à l'activité de tous ses salariés et notamment un webinaire sur l'Ergonomie et le travail sur écran (50 stagiaires – 50 heures) ; des formations sur les bonnes pratiques en matière de sommeil et horaires atypiques (100 stagiaires – 700 heures). Des formations spécifiques pour les journalistes, reporters et techniciens en reportage (couvrir une catastrophe naturelle, cyberharcèlement et cybersécurité, exercices du reportage en zone dangereuse, prévenir et gérer les agressions verbales et physiques, protection des données, prise d'antenne en zone de conflits) (152 stagiaires – 1 761 heures).

Enfin, grâce à sa politique de développement des compétences mise en action dans ses dispositifs d'accompagnement RH (Entretiens professionnels, Entretiens de carrière, Parcours Individualisés de Développement des Compétences, ...), Radio France accompagne les salariés dans leur mobilité professionnelle interne, pour qu'ils acquièrent les compétences requises : en 2025, 5 salariés ont été accompagnés par des formations approfondies et des immersions professionnelles longues (changements d'emploi, fortes montées en compétences au service d'un parcours professionnel interne) (1 389 heures).

3.5.4.2. Indicateurs sur les dispositifs de suivi et de développement des parcours professionnels

Radio France propose tout au long de l'année des entretiens professionnels (entretiens annuels, entretiens de carrière, ...) à l'ensemble de ses salariés pour les accompagner dans l'évolution de leur parcours professionnel et le développement de leurs compétences.

Radio France s'attache également à ce que l'ensemble de ses salariés fassent l'objet de retours réguliers de leurs managers (bilans professionnels).

Ainsi, en 2025, 87% des salariés CDI de Radio France ont bénéficié des entretiens professionnels annuels.

3.6. La santé et les conditions de travail

La santé et les conditions de travail sont régies en France par le code du travail. L'employeur doit prendre des mesures pour **protéger la santé physique et mentale des salariés** de l'entreprise.

La santé physique des salariés peut être altérée lors de l'exposition à **certains facteurs de risques professionnels** qu'il convient de prévenir, par exemple en cas de manutention manuelle de charges, de vibrations mécaniques, de bruit ou liés à certains rythmes de travail.

La santé mentale des salariés peut être altérée lors de l'exposition à **des risques psychosociaux** tels que la surcharge de travail, les horaires atypiques, les actes d'agression et de violence interne et/ou externe...

3.6.1. Les impacts, risques et opportunités matériels et les politiques et plans d'actions afférents

IRO ²⁶	Politique	Plan d'actions
Dégradation du bien être psychologique des salariés et salariées dû à des mesures insuffisantes en matière de prévention des risques psychosociaux (RPS), et/ ou de mauvaises/ insuffisantes conditions de travail (I-)	<ul style="list-style-type: none"> - Politique de prévention des risques professionnels - Politique de prévention de la désinsertion professionnelle (PDP) - Dispositifs de Traitement des situations individuelles et collectives dégradées - Accord Télétravail 	<ul style="list-style-type: none"> - Évaluation annuelle des risques psychosociaux (RPS) dans le Document Unique d'Evaluation des Risques Professionnels (DUERP) et déploiement du programme annuel de prévention (PAPRIACT) - Plan de formation sécurité et santé au travail - Analyse des accidents et plans d'action associés - Accompagnement aux transformations (Etudes d'impacts et plans de prévention RPS) - Comité pluridisciplinaire de prévention de la désinsertion professionnelle - Questionnaires / baromètres RPS (ICI Vous Donne la Parole, Mouv')

²⁶ Avec I - : Impact négatif, I+ : Impact positif, R : Risque, O : Opportunité

		<ul style="list-style-type: none"> -Formations /sensibilisations aux RPS, QVCT, et Formation aux Premiers Secours en Santé Mentale (PSSM) et aux RPS-QVCT -Evolution de process RH (guide d'accueil des stagiaires, GEPP CDD) pour renforcer les dispositifs RH et managériaux vis-à-vis des salariés non permanents -Plan de prévention des violences à la Maîtrise - Dispositif interne de traitement des signalements libérons la parole (LLP) - Diagnostics RPS et plans d'action associés -Ligne d'écoute et de soutien psychologique (ProsConsulte) - Accompagnements psychologiques (consultations, médiations, groupes d'expression...)
<p>Dégradation de la santé physique des salariés et des salariées due à une absence de mesures préventives des accidents, de sécurité dans les pays à risque, etc. (I-)</p>	<p>Politique de prévention des risques professionnels</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Évaluation annuelle des risques psychosociaux (RPS) dans le Document Unique d'Evaluation des Risques Professionnels (DUERP) et déploiement du programme annuel de prévention (PAPRIACT) - Plan de formation sécurité et santé au travail - Analyse des accidents et plans d'action associés - Procédures et formations missions en zones dangereuses pour les techniciens et reporters - Suivi médical et psychologique avant – pendant – après mission

3.6.2. Les outils de mesure de Radio France concernant la santé et les conditions de travail

Radio France appuie sa politique de prévention des risques sur des diagnostics et évaluations régulières. Comme chaque année, une **mise à jour de l'évaluation des risques** a été réalisée et retranscrite dans le DUERP. Pour un nombre croissant de directions, cette évaluation s'appuie sur des ateliers collaboratifs associant des salariés représentatifs de leur activité. Les données de sinistralité suivies par le service Prévention de la DRH Centrale contribuent à compléter cette évaluation, de même que les indicateurs issus du traitement des signalements internes.

Des **diagnostics RPS et des questionnaires ou baromètres** sont mobilisés au besoin dans les services identifiés comme en tension. Ils permettent d'élaborer des plans d'action suivis dans le temps. C'est ainsi qu'ont été mises en place, par exemple, les actions liées au guide d'accueil des stagiaires ou à la gestion des parcours professionnels des CDD.

3.6.3. Présentation des politiques et engagements de Radio France

Radio France déploie un ensemble de politiques et de dispositifs visant à prévenir, identifier et traiter les situations à risque, structurés à la fois en amont par la prévention et en aval par le traitement, la gestion et l'accompagnement. Cette politique repose sur les outils et obligations de prévention applicables à toute entreprise, tout en intégrant les dispositifs internes destinés à protéger les collaborateurs selon la diversité des situations rencontrées.

3.6.3.1. *La prévention et la gestion des risques professionnels*

La prévention des risques professionnels s'appuie notamment sur le **Programme Annuel de Prévention des Risques Professionnels et d'Amélioration des Conditions de Travail** (PAPRIACT), le **Document Unique d'Évaluation des Risques Professionnels** (DUERP), et les plans de prévention (pour les risques liés à la coactivité avec les entreprises extérieures), la politique de prévention de la désinsertion professionnelle et le dispositif interne de traitement des signalements « Libérons la parole ». Ces dispositifs structurent la prévention en amont et permettent d'assurer l'identification, l'évaluation et le traitement des risques.

En 2025, Radio France a enrichi sa politique de prévention : de nouveaux risques ont été intégrés au DUERP et de nouvelles mesures de prévention engagées au PAPRIACT. Une démarche complète de prévention des violences a été structurée pour la Maîtrise et devrait être finalisée et mise en œuvre en 2026, incluant une évaluation des risques, la mise en place de mesures de prévention et la formation d'acteurs référents.

Depuis 2024, la méthodologie contributive de mise à jour du DUERP est étendue à de nouvelles directions, dans une logique d'amélioration continue de la qualité d'évaluation et d'appropriation de la culture sécurité. Une procédure a également été intégrée au DUERP en cas de cyberharcèlement, comprenant des formations d'acculturation à l'intelligence artificielle et une méthodologie de déploiement des outils IA accompagnée d'une commission paritaire.

La **politique de prévention de la désinsertion professionnelle** a été déployée à toutes les directions, avec des comités pluridisciplinaires réguliers. En 2025, deux cent vingt situations individuelles ont été accompagnées à l'occasion des 26 comités pluridisciplinaires organisés.

Le dispositif interne de traitement des signalements « Libérons la parole », en place depuis 2018, s'inscrit dans cette démarche. Sa méthodologie est régulièrement enrichie pour garantir un traitement rigoureux et cohérent des signalements. Chaque signalement fait l'objet d'une analyse structurée, permettant d'objectiver les faits, d'évaluer la situation et d'identifier les accompagnements individuels ou collectifs nécessaires. Enfin, l'équipe de préventeurs de la DRH Centrale assure un suivi régulier des accidents du travail et des maladies professionnelles, afin d'alimenter les orientations de prévention.

3.6.3.2. *La qualité de vie et des conditions de travail*

Les politiques qui contribuent à la qualité de vie et des conditions de travail sont régulièrement enrichies pour accompagner l'évolution de l'organisation du travail et les besoins des salariés. Un **premier accord télétravail** a été signé en 2022 pour améliorer la qualité de vie au travail et renforcer l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle, avec un renouvellement signé majoritairement et applicable au 1^{er} juillet 2026.

Un projet de structuration globale de la **démarche interne de qualité de vie et des conditions de travail** est envisagé pour 2026. La même année, un chantier de structuration du processus de prévention des

violences, et plus largement de prévention des risques psychosociaux, sera engagé, en continuité avec les démarches déjà en place.

3.6.4. Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025

Conformément à sa politique de responsabilité sociale et environnementale, Radio France met en place des actions destinées à garantir un environnement de travail sain, sécurisé et propice au bien-être de ses collaborateurs. Ces actions s'articulent autour de la formation, de la sensibilisation et du renforcement des équipements, afin d'adapter en continu les dispositifs aux besoins des directions et aux risques identifiés.

3.6.4.1. *La formation et la sensibilisation*

Radio France développe des actions de formation et de sensibilisation aux bonnes pratiques en matière de santé et de sécurité au travail à travers des sessions régulières et des campagnes internes. Dans le cadre du **plan de prévention déployé à la Maîtrise** en 2025, des formations ont été mises en place pour l'encadrement et les enseignants, et des actions de sensibilisation sont envisagées en 2026 pour les parents et les élèves. Ce plan inclut également un suivi médical, la désignation de référents et la définition de procédures d'alerte et d'intervention.

Les référents VHSS salariés et employeur ont été formés pour animer des ateliers de sensibilisation, dont trois premières sessions ont confirmé l'intérêt de pérenniser cette démarche. L'année 2025 a également été marquée par un accent porté sur la **prévention du risque auditif**, avec des actions de sensibilisation lors de la Journée nationale de l'audition et le développement de nouveaux modules de formation en ligne.

Radio France a par ailleurs poursuivi le déploiement de son programme de formations aux **reportages en zones de conflits ou dangereuses**, ainsi que les actions de sensibilisation à la **gestion des conflits et aux agressions verbales ou physiques**.

Radio France développe des actions de formation et de sensibilisation aux bonnes pratiques en matière de santé et de sécurité au travail, à travers des sessions régulières et des campagnes de communication internes.

3.6.4.2. *Le renforcement des équipements de sécurité*

Dans la continuité de son action de **prévention du risque auditif**, Radio France a renforcé en 2025 la protection des salariés exposés grâce à une nouvelle dotation d'équipements de protection individuelle. Des travaux d'amélioration du confort acoustique ont été engagés dans l'auditorium et des sonomètres ont été achetés pour les formations musicales.

Une vigilance particulière est également portée aux risques liés aux reportages, avec l'usage **d'équipements de protection renforcés en zones de conflits**, la mise en œuvre du dispositif de départ et de retour de missions et des rappels réguliers des consignes de sécurité au sein des rédactions.

Concernant les interventions extérieures, des plans de prévention sont établis pour évaluer et prévenir les risques. En 2025, une démarche de formation importante a été menée auprès des chefs de projets amenés à faire intervenir des entreprises extérieures.

3.6.5. Présentation des indicateurs suivis par Radio France et des résultats 2025

Radio France assure le suivi et le contrôle des actions menées à travers **plusieurs indicateurs de performance en santé et sécurité au travail** : reporting trimestriels sur les accidents de travail et maladies professionnelles, reporting annuel sur le traitement des signalements pour harcèlement moral, sexuel et agissements à caractère

sexiste ou encore sur la ligne de soutien psychologique suivi mensuel de l'absentéisme supérieur à 30 jours. Ces indicateurs permettent d'évaluer l'efficacité des dispositifs en place et d'ajuster les actions lorsque nécessaire.

Intitulé	2023	2024	2025
Taux d'absentéisme	4,8%	4,3%	N/D²⁷
Part de salariés couverts par une mutuelle	100%	100%	100%
Nombre d'accidents du travail ayant entraîné un arrêt de travail	19	20	27
Nombre d'accidents dont sont victimes les salariés temporaires ou de prestations de services dans l'entreprise	0	0	N/D²⁸
Nombre de maladies professionnelles déclarées à la sécurité sociale	18	9	5
Nombre de jours perdus en raison d'arrêt de travail	932	1 047	579
Nombre de congés maternité et d'adoption commencés dans l'année	49	52	N/D²⁹
Taux de remplacement des congés maternité et d'adoption	91,8%	92,3%	N/D³⁰
Taux de prise de congé paternité et d'accueil de l'enfant	89,5%	93,1%	N/D³¹

- **Nombre d'accidents du travail ayant entraîné un arrêt de travail**

Cet indicateur correspond au nombre d'accidents du travail survenus au cours de l'année et ayant occasionné un arrêt de travail d'au moins une journée. Seuls les accidents reconnus par la sécurité sociale sont comptabilisés dans cet indicateur (Source : net entreprise). Selon l'article 411-1 du Code de la Sécurité Sociale, « est considéré comme accident du travail, quelle qu'en soit la cause, l'accident survenu par le fait ou à l'occasion du travail à toute personne salariée ou travaillant, à quelque titre ou en quelque lieu que ce soit, pour un ou plusieurs employeurs ou chefs d'entreprise. ». Cet indicateur concerne les salariés de Radio France.

En 2024 et 2025, Radio France a procédé à un rappel des procédures d'accident de travail (formalisation d'une procédure, de fiches pratiques, communications diverses) auprès de la filière RH, des managers et finalement de l'ensemble des salariés. La hausse quantitative des accidents avec arrêts pourrait être un des effets de ce rappel du cadre.

- **Nombre d'accidents dont sont victimes les salariés temporaires ou de prestations de services dans l'entreprise**

Cet indicateur recense tous les accidents dont ont été victimes les salariés temporaires ou de prestations de services dans l'entreprise.

²⁷ Non disponible à date de publication du rapport.

²⁸ Non disponible à date de publication du rapport.

²⁹ Non disponible à date de publication du rapport.

³⁰ Non disponible à date de publication du rapport.

³¹ Non disponible à date de publication du rapport.

- **Nombre de maladies professionnelles déclarées à la sécurité sociale**

Dans cet indicateur, il a été recensé toutes les maladies professionnelles déclarées (incluant les maladies professionnelles reconnues, en cours d'instruction et rejetées par la sécurité sociale). Il a été pris en compte la date d'exercice indiquée par l'assurance maladie. Cet indicateur concerne les salariés de Radio France.

Selon l'article L.461-1 du code la Sécurité Sociale, « est présumée d'origine professionnelle toute maladie désignée dans un tableau de maladies professionnelles et contractée dans les conditions mentionnées à ce tableau. ». Sous certaines conditions, une maladie non inscrite dans un des tableaux peut être reconnue comme d'origine professionnelle après expertise.

Le nombre de maladies professionnelles a été divisé par 3 entre 2023 et 2025.

- **Nombre de jours perdus en raison d'arrêt de travail**

Cet indicateur recense le nombre de jours d'arrêt de travail, soit le nombre de journées perdues. Cet indicateur concerne les salariés de Radio France. L'évolution ne peut pas être commentée puisque le nombre de jours par année dépend de la gravité de l'accident.

- **Nombre de congés maternité et d'adoption commencés dans l'année**

Cet indicateur recense le nombre de congés maternité ayant débuté dans l'année étudiée et non les congés en cours. Cet indicateur concerne les salariés de Radio France. Le nombre de congés maternité et d'adoption est stable entre 2023 et 2024.

- **Taux de remplacement des congés maternité et d'adoption**

Cet indicateur recense le nombre de congés maternité et d'adoption remplacés partiellement ou totalement par rapport au nombre total de congés maternité et d'adoption. Cet indicateur concerne les salariés de Radio France. Le taux de remplacement augmente entre 2023 et 2024.

- **Taux de prise de congé paternité et d'accueil de l'enfant**

Le taux de prise du congé paternité et d'accueil de l'enfant est calculé de la manière suivante : nombre de jours de congés pris par le salarié divisé par le nombre de jours de congés prévus par la loi et la convention (jours théoriquement pris). Cet indicateur concerne les salariés de Radio France.

4. La démarche sociétale de Radio France envers ses auditeurs et ses spectateurs

4.1. Les auditeurs et spectateurs de Radio France

Les auditeurs des antennes, les utilisateurs des plateformes des antennes (France Inter, franceinfo, France Culture, ICI, FIP, France Musique, Mouv') et les spectateurs sont au cœur du service public audio de Radio France. Chaque jour, les antennes rassemblent près de 15 millions d'auditeurs, **témoignant d'une audience large et régulière sur l'ensemble du territoire, portée par leurs performances numériques**. Fidèle à sa mission, Radio France s'adresse à des publics et non à des clients, dans une relation fondée sur une politique de l'offre et l'accessibilité de ses contenus à tous. Cette relation se prolonge sur le numérique, avec des écoutes à la demande en hausse et une application en progression, confirmant l'évolution des usages et l'attachement aux contenus du service public audio. Les publics se retrouvent autour des concerts, rencontres et événements culturels proposés à la Maison de la Radio et de la Musique comme en région, prolongeant l'expérience éditoriale au-delà de l'écoute.

4.2. Les impacts, risques et opportunités liés aux auditeurs et aux spectateurs de Radio France

Enjeux	IRO	Type ³²	Horizon de temps ³³	Chaîne de valeur concernée	Parties prenantes concernées
Diversité, égalité et inclusion des collaborateurs et des publics	Visibilité donnée à des publics sous représentés de par leur genre, sexe, origine, situation et/ou orientation sexuelle et lutte contre toute forme de discrimination via la valorisation de contenus, des interventions dédiées et/ou de la sensibilisation	I+	CT	Aval	Auditeurs / Auditrices, Spectateurs / Spectatrices
	Baisse des revenus liés à des contenus non adaptés aux besoins des auditeurs et/ou non accessibles à tous	R	MT	Aval	Direction
Ancrage dans les régions	Valorisation des régions grâce à la promotion de projets locaux et à des contenus adaptés localement	I+	LT	Aval	Auditeurs / Auditrices, Spectateurs / Spectatrices
	Baisse des revenus liés à un développement d'offres non adaptées aux besoins locaux	R	LT	Opérations propres	Direction
	Risque réputationnel liés à la diminution d'offres répondant aux besoins locaux	R	MT	Opérations propres	Direction
Diffusion de la culture	Accès facilité à la culture, notamment pour des publics jeunes ou issus de milieux populaire	I+	CT	Aval	Auditeurs / Auditrices, Spectateurs / Spectatrices

³²

Avec I - : Impact négatif, I+ : Impact positif, R : Risque, O : Opportunité

³³ Avec CT : Court terme (<1 an), MT : Moyen terme (1-3 ans), LT : Long terme (> 3 ans)

4.3. L'accessibilité, la proximité et l'inclusivité des contenus pour tous les publics

En tant qu'entreprise, média de service public et institution musicale, **l'accessibilité, la proximité et l'inclusivité des contenus pour tous les publics** constituent un enjeu central pour Radio France. Il recouvre l'ensemble des principes et pratiques visant à permettre à tous les publics, quels que soient leur âge, genre, origine, situation sociale, territoire, handicap ou orientation sexuelle, d'accéder à des contenus accessibles et représentatifs de la diversité

Avec près de **15 millions d'auditeurs quotidiens et des publics variés** pour ses concerts et activités artistiques, Radio France a la responsabilité de **parler à la société dans toute sa diversité**, en proposant des programmes accessibles, inclusifs et proches des réalités vécues sur l'ensemble des territoires. Ces enjeux sont essentiels pour garantir la **pertinence de l'offre éditoriale, renforcer le lien de confiance avec les publics et prévenir les risques de désengagement** liés à des contenus perçus comme peu représentatifs ou insuffisamment accessibles.

4.3.1. Les impacts, risques et opportunités matériels et les politiques et plans d'actions afférents

IRO ³⁴	Politiques	Plan d'actions
<p>Visibilité donnée à des publics sous représentés de par leur genre, sexe, origine, situation et/ou orientation sexuelle et lutte contre toute forme de discrimination via la valorisation de contenus, des interventions dédiées et/ou de la sensibilisation (I+)</p>	<p>-Programme Egalité 360°</p>	<p>Mise en place de ressources humaines facilitant la diversité, l'inclusion et l'égalité (création d'un poste de délégué éditorial chargé des sujets de diversité et d'égalité aux côtés du Directeur des antennes et de la stratégie éditoriale, annuaire des expertes, -Partenariat avec des associations spécialisées dans l'inclusion ((Mozaiik RH, Diversidays, La Chance Médias, Union nationale des missions locales, act pro Jaris signature de chartes (charte de la neurodiversité, resignature de la Charte de l'Autre Cercle, charte #StopE – sexisme, participation à des prix (Talents des Cités -mise en avant éditoriale de journées et semaines à thèmes (semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées, journée de lutte contre les VSS, HCE, journées de lutte contre le racisme et l'antisémitisme-réflexions sur des</p>

³⁴ Avec I - : Impact négatif, I+ : Impact positif, R : Risque, O : Opportunité

		<p>outils innovants pour rendre plus accessibles nos programmes à des personnes en situation de handicap</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plan pluriannuel d'accessibilité - Concerts Relax et sensibilisation des personnels à l'accueil de personnes en situation de handicap - Formations à la lutte contre les stéréotypes
Baisse des revenus liés à des contenus non adaptés aux besoins des auditeurs et/ou non accessibles à tous (R)	-Programme Egalité 360°	<ul style="list-style-type: none"> -Mise en place de ressources facilitant la diversité, l'inclusion et l'égalité (délégué éditorial chargé des sujets de diversité et d'égalité, Annuaire des expertes, Annuaire Vu des quartiers -Partenariat avec des associations spécialisées, signature de chartes ... -Sensibilisation aux enjeux (journées et programmes thématiques, évènements etc.) -Plan pluriannuel d'accessibilité

4.3.2. Présentation des politiques et engagements de Radio France

Radio France déploie depuis plusieurs années une stratégie ambitieuse visant à garantir à l'ensemble des auditeurs, auditrices et publics de ses activités musicales un accès équitable, inclusif et représentatif à ses contenus, au travers de son **programme Egalité 360°**. Complémentaire aux actions internes menées auprès des collaborateurs (traité dans la partie « 3.3 La diversité, l'égalité et l'inclusion des collaborateurs »), ce volet se traduit par l'analyse de la **représentativité sur les antennes et les formations musicales** et de la **perception des auditeurs** qui en est faite.

Il présente la particularité d'agir sur les salariés mais également sur les 15 millions d'auditeurs de nos 7 antennes ainsi que sur les publics de nos concerts et événements musicaux.

Cela se traduit dans les quatre axes stratégiques par :

- **Égalité femmes-hommes** : la garantie d'une représentation équilibrée des femmes dans l'ensemble des programmes, chroniques, expertises, voix d'antennes et œuvres musicales programmées.
- **Inclusion des personnes en situation de handicap** : l'accroissement de l'accessibilité de l'offre radiophonique, numérique et musicale, et l'augmentation de la visibilité de ces publics sur les contenus de Radio France.
- **Diversité sociale et des origines** : le reflet de la pluralité sociale, l'ouverture des antennes et de nos offres radiophoniques et musicales aux publics éloignés, le renforcement de l'égalité des chances sur les postes de journalistes et la diversification des talents.
- **Lutte contre les discriminations et les stéréotypes** : la sensibilisation large des auditeurs et la contribution à un débat public pluraliste, informé et inclusif.

En 2025, Radio France a poursuivi les engagements et la mise en œuvre de cette politique en renforçant ses actions sur ses 7 antennes et ses concerts, pour l'ensemble des auditeurs et des spectateurs.

4.3.3. Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025

Dans le cadre de la mise en œuvre du programme Égalité 360° présenté ci-dessus, Radio France déploie un ensemble d'actions visant à concrétiser ses engagements en matière d'égalité, de diversité, d'inclusion et de prévention des discriminations auprès des auditeurs sur leurs antennes, et dans l'offre musicale et culturelle. La visibilité de ces sujets - violences sexuelles et sexistes, les discriminations ou l'inclusion - sur les antennes fait l'objet d'un suivi rigoureux dans un objectif d'amélioration permanente.

4.3.3.1. Renforcer la représentation des femmes à l'antenne et lors des représentations musicales

Radio France poursuit de manière déterminée l'objectif d'une représentation équilibrée des femmes dans son offre éditoriale et culturelle, en cohérence avec le cadre fixé par l'Arcom. Cela passe notamment par la mise à disposition des équipes éditoriales de différents outils, comme l'**Annuaire des expertes** recensant plus de 5000 expertes féminines sur des secteurs multiples (géopolitiques, économie, santé, politique etc.) et profils différents (chercheuse, présidente, cheffe d'entreprises, etc.). Cet outil permet de renforcer la présence des femmes expertes sur les antennes de Radio France et est régulièrement utilisé par près de 500 collaborateurs. Radio France a poursuivi son financement en 2025. Mesurée par un programme de mesure automatisé de cette représentativité, cette démarche a permis d'atteindre depuis plusieurs années la parité des femmes et hommes experts sur les antennes de Radio France.

Par ailleurs, Radio France analyse également la part de voix de femmes sur les antennes de Radio France. Le résultat pour 2025 est de 46%, affichant un score élevé depuis plusieurs années.

Radio France continue également de **renforcer sa production de programmes et de journées spéciales** favorisant la part des femmes à l'antenne ou de sensibilisation de ses auditeurs et auditrices au sujet de l'égalité Femmes / Hommes. Ainsi, par exemple, Radio France a saisi l'opportunité de témoigner son engagement continu pour l'égalité des genres sur l'ensemble de ses antennes lors de journées telles que la journée nationale de lutte contre le sexisme (relais sur ses antennes du « Rapport annuel 2026 sur l'état des lieux du sexisme en France » rédigé par le HCE ou encore de la journée internationale des droits des femmes.



En parallèle, les formations musicales de Radio France contribuent à **renforcer la présence des femmes dans les œuvres programmées**, conformément aux engagements du programme Égalité 360°. Les saisons musicales poursuivent ainsi l'intégration croissante de compositrices dans les programmations. Ainsi, en 2024, 12% des œuvres jouées ont été composées par des femmes et 28% des commandes ont été réalisées auprès des compositrices. En outre, Radio France veille à augmenter la proportion de cheffes d'orchestre au sein de ses formations musicales, proportion qui a atteint 33% en 2024. Ainsi, cette démarche améliore la visibilité des femmes et une meilleure identification des spectatrices et auditrices sur ses antennes et spectacles. Radio France participe aux réflexions de l'association française des orchestres, et joue un rôle actif dans Unanimes ! – Avec les compositrices, une initiative nationale dédiée à la promotion des compositrices et de leur répertoire, portée par les orchestres membres de l'Association Française des Orchestres

4.3.3.2. Favoriser la diversité sociale et des origines dans les contenus

Radio France veille à ce que ses antennes reflètent également la pluralité de la société française et donnent à entendre une diversité de parcours, de réalités sociales et de voix issues de milieux souvent sous-représentés. Pour renforcer cette ouverture, Radio France s'appuie, aux côtés du directeur des programmes et de la stratégie éditoriale, sur un **délégué éditorial chargé des sujets de diversité et d'égalité**, travaillant en étroite collaboration avec l'ensemble des antennes et leurs référents afin d'intensifier la visibilité de la parité et de la diversité dans l'offre éditoriale de Radio France. Ainsi, en 2025, ont été valorisées 10 actions en lien avec les partenariats de Radio France en matière d'égalité des chances et de diversité.

Dans la continuité des efforts engagés depuis 2024, la diversité est également mise en avant dans les contenus éditoriaux et les formations musicales, notamment à travers le relais de grands événements valorisant les initiatives issues de la diversité.



Radio France est ainsi partenaire du concours **Talents des Cités**, qui met en lumière les projets de jeunes entrepreneurs issus des quartiers prioritaires de la politique de la ville.

L'Académie des antennes de Radio France, permet chaque été d'identifier de nouveaux talents dans le domaine de l'animation radio sur les antennes d'ICI. Comme décrit précédemment, l'Académie des antennes est un dispositif d'accueil de stagiaires passionnés de radio, n'ayant ni contacts ni réseau. Depuis 2021, 54 stagiaires en animation radio ont été accueillis sur l'une des antennes du réseau ICI.

En parallèle Radio France poursuit sa collaboration avec la Chance médias, qui accompagne et soutient des jeunes souhaitant accéder au métier de journaliste mais n'ayant pas les ressources méthodologiques pour réussir les concours d'écoles de journalisme. Chaque année, ce sont 2 alternants sur un total de 15 recrutés qui accèdent ainsi à la formation pratique délivrée par Radio France.

Dans ses activités musicales et culturelles, Radio France renforce l'ouverture à des publics plus éloignés en **mettant à disposition des places de concert** et en accueillant régulièrement des publics éloignés des activités de Radio France. L'entreprise a poursuivi la formation d'élèves de sa Maîtrise à Bondy, contribuant ainsi à une plus grande diversité dans ses formations musicales et au sein de ses futures générations d'artistes.

En 2025, la Direction de la musique et de la création a signé une convention tri-annuelle avec la ville d'Évry – Courcouronnes pour un jumelage culturel : l'école de la radio.

Ce programme d'actions culturelles qui s'appuie sur le savoir-faire radiophonique et musical de Radio France financé par la Préfecture d'Île-de-France, s'adresse aux jeunes, de 15 à 25 ans en insertion, et plus largement aux habitants issus des quartiers de la politique de la ville (QPV) d'Évry-Courcouronnes. Il s'articule autour de trois volets, visant à sensibiliser les habitants à l'information et au média radio : l'école de la radio ; les masterclasses journalismes ; les sorties à Radio France.

L'ensemble des actions menées par Radio France ont été très bien perçues par ses auditeurs car **7,63 auditeurs sur 10 ont été satisfaits** par le traitement qu'a fait Radio France de la diversité en 2025 (+0,15 par rapport à 2024).

4.3.3.3. Lutter contre les discriminations dans les programmes

Radio France met à profit sa visibilité auprès d'une large audience pour lutter activement contre le harcèlement sexuel, les agissements sexistes, LGBTphobie, le racisme et l'antisémitisme. Les sept antennes du groupe **renforcent chaque année la résonance des journées nationales et internationales consacrées à la lutte contre les discriminations**, notamment la Journée mondiale contre les violences faites aux femmes ou la Journée mondiale contre les discriminations. Au-delà de ces temps forts, Radio France valorise et diffuse de nombreux programmes dédiés à la lutte contre les discriminations (racisme, homophobie, antisémitisme, sexisme).



Par ailleurs, Radio France accompagne depuis plusieurs années le **Prix Ilan Halimi, créé en 2018 par la Délégation Interministérielle à la Lutte Contre le Racisme, l'Antisémitisme et la Haine anti-LGBT (DILCRAH)**. Ce prix lancé en hommage à Ilan Halimi, jeune français enlevé, séquestré et torturé, mort de la haine antisémite, en 2006 ; il récompense un travail collectif mobilisant au moins 5 jeunes âgés de moins de 25 ans, dans un cadre scolaire ou non, accompagné d'un majeur référent ayant mené une action ayant contribué à faire reculer les préjugés racistes et antisémites. À travers cet

engagement, Radio France contribue à sensibiliser un large public à ces thématiques et à promouvoir les initiatives citoyennes portées par la jeunesse.

Concernant la lutte contre les discriminations envers les personnes LGBTQIA+, l'engagement de Radio France via la re-signature en 2025 de la **charte « De l'Autre Cercle »** ainsi que la nomination de **rôles modèles et allié.e.s** au sein de ses équipes : Sibyle Veil « Rôle Modèle Allié-é Dirigeant-e » en 2022, Sonia Devillers, productrice de la grande matinale sur France Inter, et Guillaume Erner, producteur des Matins de France Culture ont été nommés rôles modèles alliés en 2025. 2025 a également été marquée par les nominations de Didier Varrod, directeur musical des antennes de Radio France et Jean-Baptiste Reignier, directeur de la communication adjoint comme rôles modèles dirigeants. Le partenariat de Radio France avec l'Autre Cercle permet d'assurer un relai de ces enjeux sur ses antennes, comme c'est le cas tous les deux ans avec le relais sur nos antennes du baromètre sur la visibilité des personnes LGBTQIA+ en entreprise.

4.3.3.4. Favoriser l'accessibilité et l'inclusion des publics en situation de handicap

Fidèle à sa mission de service public, Radio France déploie une politique ambitieuse visant à garantir l'accessibilité de ses programmes et de ses activités culturelles aux près de 15 millions de personnes³⁵ en situation de handicap en France.

Conformément à leurs engagements avec l'Arcom (charte pour la visibilité du handicap à l'antenne – 2019). Les antennes de Radio France **renforcent la visibilité du handicap à l'antenne et dans la société** et contribuent à changer le regard porté sur les différents types de handicap, y compris les handicaps invisibles. Cette dynamique se traduit par la présence régulière d'auditrices et auditeurs en situation de handicap, invités

³⁵ En 2022 en France métropolitaine, 14,5 millions de personnes de 15 ans ou plus (28 %) vivant à domicile déclarent avoir au moins une limitation fonctionnelle sévère (des problèmes de vue ou d'audition malgré une correction, des difficultés pour monter un escalier, des trous de mémoire fréquents, etc.) et 5,4 millions (10 %) déclarent être fortement restreintes dans des activités essentielles du quotidien (se coucher et se lever, s'habiller, faire ses courses, manger et boire, etc.). Source DRES 2024.

à intervenir en direct pour témoigner de leur expérience à l'antenne et participer aux débats publics, comme par exemple pendant le Duoday, journée de stage découverte en entreprise qui se tient à l'occasion des semaines européennes pour l'emploi des personnes en situation de handicap et à laquelle Radio France participe depuis plusieurs années. En 2025, Radio France a poursuivi cette démarche à travers le soutien de l'« Association des Personnes de Petite Taille », qui a notamment publié un ouvrage avec la participation de Radio France.



Par ailleurs, un travail de fond est mené pour permettre **l'accessibilité des programmes radiophoniques**, à travers le plan pluriannuel d'accessibilité mis en place par Radio France sur l'ensemble de ses sites. Ce plan s'illustre notamment par la transcription de plusieurs dizaines de milliers d'heures de contenus audio, des tests de vocalisation et une amélioration continue de l'accessibilité numérique des plateformes éditoriales. Ainsi, en 2025, 59% des sites internet de Radio France étaient accessibles à tous et 16% des contenus radio étaient accessibles aux personnes sourdes et malentendantes. 7 auditeurs sur 10 ont également exprimé une satisfaction sur la démarche de Radio France en matière d'inclusion avec les personnes en situation de handicap sur ses antennes.

Des expérimentations innovantes ont également été mises en place pour favoriser l'accessibilité des programmes et contenus de Radio France : transcription Des Odyssées (France Inter), mise à disposition de documentation et programmes FALC pour les événements musicaux de la Maison de la radio et de la musique en partenariat avec l'association Relax.

Dans ses activités musicales, Radio France développe une **offre pensée pour accueillir tous les publics**. Le « Hip-Hop Symphonique » – entièrement chassigné depuis 2015 – constitue un exemple emblématique de cette démarche inclusive : il permet chaque année à une soixantaine de spectateurs sourds ou malentendants d'assister au concert en auditorium, tandis que des millions d'autres peuvent le suivre en ligne dans une version accessible. L'entreprise propose également des concerts en partenariat avec l'association « Relax », spécifiquement conçus pour les publics en situation de polyhandicap ou de troubles sensoriels, afin de garantir un environnement adapté et accueillant. Radio France a notamment continué dans la lignée des expériences de 2024 à expérimenter des solutions technologiques pour renforcer l'inclusion, comme les gilets vibro acoustiques permettant aux spectateurs déficients auditifs de percevoir les vibrations musicales, déployés lors d'événements phares tels que la Fête de la musique en 2025.



4.3.4. Présentation des indicateurs suivis par Radio France et des résultats 2025

Dans le prolongement de la démarche présentée en partie 3.3, Radio France suit également des indicateurs dédiés à l'évaluation de l'impact de ses actions auprès des auditeurs et spectateurs. Grâce à l'outil « **Météo 360°** », ces indicateurs permettent de mesurer la perception de l'égalité, de la diversité, de l'inclusion et de la lutte contre les discriminations dans les contenus diffusés, ainsi que l'accessibilité et la représentativité ressenties par les publics. Ce dispositif, structuré et partagé avec l'ensemble des directions concernées, permet d'assurer un pilotage fin de la performance éditoriale et culturelle de Radio France, et d'ajuster les actions menées à destination des publics en fonction des résultats observés.

Ci-dessous sont présentés quelques indicateurs inclus dans le dispositif :

Intitulé		2023	2024	2025
Satisfaction avec l'item "Radio France représente bien la diversité sur ses antennes"	<i>Total sur 10</i>	7,46	7,48	7,63
Femmes à l'antenne expertes	<i>Total en %</i>	49%	50%	49%
Femmes à l'antenne (part de voix)	<i>Total en %</i>	45%	46%	46%
Œuvres composées par des femmes	<i>Total en %</i>	12%	12%	N/D ³⁶
Programmes ayant abordé des sujets de lutte contre les discriminations	<i>Total en nombre</i>	1201	1746	N/D ³⁷
Contenus radios accessibles aux personnes sourdes et malentendantes	<i>Total en %</i>	0%	1%	16%
Emissions parlant d'handicap	<i>Total en nombre</i>	682	859	N/D ³⁸

S'agissant du respect de l'égalité entre les femmes et les hommes, auquel Radio France est particulièrement attentif, en 2025, les mesures ont confirmé une dynamique de progression continue : la part des voix de femmes à l'antenne a atteint 46%, stable par rapport à 2024, traduisant la consolidation d'une parité désormais structurelle dans les programmes de l'ensemble des antennes du groupe (France Inter, franceinfo, France Culture, France Musique, Fip, Mouv', ICI). La représentation des femmes expertes se maintient, avec un taux porté à 49%, contre 50 % en 2024 et 49% en 2023, reflet d'un travail soutenu pour diversifier les profils invités et renforcer la visibilité des femmes dans les domaines d'expertise médiatique.

Les efforts et résultats de Radio France dans ce domaine sont également mesurés par l'Afnor, dans le cadre de la double labellisation « Egalité / Diversité » octroyée à Radio France en 2022 et confirmée en 2025.

³⁷ Non disponible à date de publication du rapport.

³⁸ Non disponible à date de publication du rapport.

4.4. L'ancrage de Radio France dans les régions

L'ancrage territorial désigne le **sentiment d'appartenance des individus**, ou collectivement des sociétés, à un espace (source : Géoconfluences). Il s'agit pour les médias de s'inscrire dans un territoire et d'adapter leurs programmes aux spécificités de ce territoire.

Grâce à cet ancrage, au lien qu'ils créent et leur capacité à être en prise avec le quotidien des habitants, les médias locaux ont une force de frappe unique. Ils font vivre leur territoire, en contribuant à la **dynamique économique, associative et culturelle locale** et informent les habitants sur les actualités près de chez eux.

4.4.1. Les impacts, risques et opportunités matériels, les politiques et plans d'actions afférents

IRO ³⁹	Politiques	Plan d'actions
Valorisation des régions grâce à la promotion de projets locaux et à des contenus adaptés localement (I+)	Démarche d'ancrage territorial répondant au cadre réglementaire s'imposant à Radio France (cahier des missions et des charges)	-Renforcement de la part de programmes locaux dans la grille de programme -Stratégie numérique de déploiement de l'offre locale -Base de données territoriale
Baisse des revenus liés à un développement d'offres non adaptées aux besoins locaux (R)	Démarche ambitieuse d'ancrage territorial répondant au cadre réglementaire s'imposant à Radio France (cahier des missions et des charges)	-Renforcement de la part de programmes locaux dans la grille de programme -Stratégie numérique de déploiement de l'offre locale -Base de données territoriale
Risque réputationnel liés à la diminution d'offres répondant aux besoins locaux (R)	Démarche ambitieuse d'ancrage territorial répondant au cadre réglementaire s'imposant à Radio France (cahier des missions et des charges)	-Renforcement de la part de programmes locaux dans la grille de programme -Stratégie numérique de déploiement de l'offre locale -Base de données territoriale

4.4.2. Présentation du cadre réglementaire dans lequel s'inscrit la démarche de Radio France en la matière

Radio France conduit **une démarche ambitieuse d'ancrage territorial** visant à garantir que chaque habitant, où qu'il vive, ait accès à une information locale fiable, utile et représentative des réalités de son territoire. Cette politique répond à **une mission essentielle de service public** inscrit dans le **CMC** : rendre compte de la vie des régions, des initiatives locales et des préoccupations quotidiennes des citoyens, tout en assurant une présence éditoriale forte dans l'ensemble des territoires métropolitains et ultramarins. Elle se traduit notamment par la mobilisation des 44 radios locales du réseau **ICI**, qui structurent l'offre d'information et de proximité sur l'ensemble du territoire mais aussi par les autres chaînes d'informations du groupe, et en particulier, France Inter, France Culture et franceinfo.

Par ailleurs, les stations du réseau ICI assurent et produisent quarante-deux programmes d'informations locales dans la tranche matinale pour le compte des stations de France 3, le réseau régional de France télévision.

³⁹ Avec I - : Impact négatif, I+ : Impact positif, R : Risque, O : Opportunité

Cette démarche d'ancrage régional repose sur **deux vecteurs structurants** et durables.

D'une part, l'**orientation éditoriale** du réseau ICI est **turnée vers les régions**, en mettant l'accent sur des programmes locaux, la valorisation des initiatives territoriales, la présence quotidienne des équipes dans les territoires et une logique servicielle. D'autre part, l'**usage croissant des outils numériques et de l'intelligence artificielle** au sein de Radio France permet de toucher un public élargi, de mieux analyser les attentes des territoires et de travailler la proximité éditoriale par la synthèse d'opinions et la prise en compte des contributions des auditeurs.

Cette démarche vise également à **renforcer la présence locale** sur l'ensemble des canaux : antenne, numérique, télévision et réseaux sociaux. L'offre numérique locale a connu une progression notable, atteignant **94 millions de visites annuelles en 2025**, témoignant de la capacité de Radio France à diffuser largement des contenus de proximité sur les plateformes.

La démarche inclut également la **valorisation des territoires** à travers une programmation culturelle locale, incluant concerts, rencontres et festivals, en appui avec les stations. Enfin, la démarche prévoit le développement d'outils d'analyse permettant de mieux comprendre les attentes locales : **baromètres territoriaux** sur les sujets de société, suivi des usages et analyse des thématiques de proximité.



En 2025, cette démarche a fait l'objet d'une profonde refonte, initiée en 2022, aboutissant à un **changement de marque « France Bleu » en ICI** avec un objectif de modernisation du réseau et une promesse de continuer à offrir aux auditeurs une couverture de proximité, en phase avec leur quotidien.

4.4.3. Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025

Dans le prolongement de ses engagements, chaque année Radio France déploie un ensemble d'actions destinées à renforcer l'information locale et l'ancrage territorial. Ces actions mobilisent les équipes des stations locales, les rédactions du réseau ICI, ainsi que les équipes éditoriales, numériques et techniques. Elles reposent sur la production de contenus locaux, le développement de formats numériques, la présence sur les réseaux sociaux, la valorisation culturelle des territoires et l'analyse des attentes des habitants via des outils dédiés.

4.4.3.1. Une présence locale renforcée dans le programme éditorial

Chaque année, Radio France réserve une part importante de sa programmation aux sujets locaux. En 2025, Radio France a renforcé d'autant plus **l'intégration des contenus locaux** dans les grilles de programmes par rapport aux programmes nationaux. Cette dynamique éditoriale s'est traduite par des matinales locales plus étoffées, la présence quotidienne d'équipes sur le terrain, et une couverture élargie des réalités sociales, économiques et culturelles de chaque territoire. Les matinales filmées, diffusées sur France 3 et sur le réseau ICI, ont renforcé **la visibilité de l'information territoriale**,

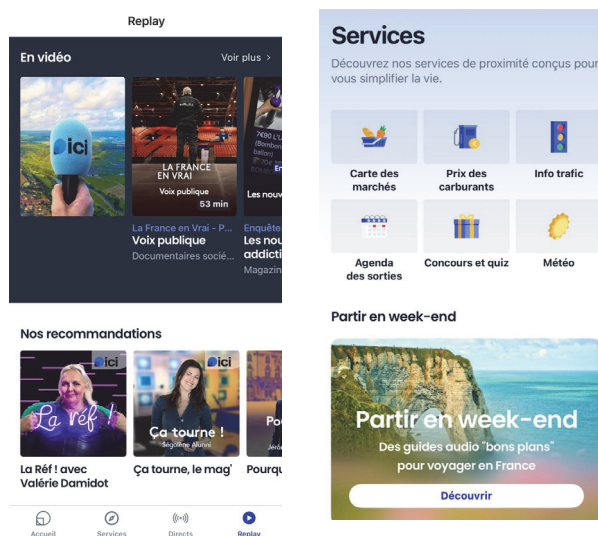


en offrant une nouvelle exposition à des contenus de proximité. L'année 2025 a également été marquée par un travail approfondi sur la diversité des sujets traités, afin de refléter de manière plus fine les préoccupations spécifiques aux régions et les initiatives locales.

Radio France valorise par ailleurs la **richesse culturelle des territoires**, notamment à travers l'organisation ou la couverture de **concerts et festivals locaux**. Ces événements contribuent à renforcer le lien entre les rédactions et les communautés locales, tout en donnant une visibilité accrue aux acteurs régionaux de la culture.

En 2026, Radio France travaillera à **couvrir les zones dites « blanches »**, c'est-à-dire situées à au moins 2h d'une emprise d'une station ICI. L'objectif à terme est de couvrir l'ensemble de ces zones.

4.4.3.2. Des outils numériques mis au service de l'ancrage dans les territoires



Le numérique constitue un **levier essentiel de l'ancrage territorial** et est intégré dans la stratégie de Radio France en la matière. En 2025, les équipes locales ont multiplié et densifié la production de contenus destinés aux **plateformes numériques** : vidéos courtes, formats explicatifs, chroniques thématiques, publications sur les réseaux sociaux et contenus dédiés aux applications Radio France.

Ces actions ont permis d'élargir significativement la portée des contenus locaux, particulièrement auprès d'un nouveau public et des usagers qui consultent prioritairement l'information en ligne. L'offre numérique locale a ainsi enregistré une croissance très importante, atteignant **94 millions de visites annuelles en 2025**, contre 30 millions

l'année précédente (2024), illustrant la capacité des contenus de proximité à toucher un public élargi dans les régions.

Le développement de **nouveaux outils numériques** a également contribué à améliorer la qualité de l'offre locale, en facilitant l'analyse des contributions des auditeurs, la mise en valeur des contenus régionaux et la diffusion d'informations ciblées sur les tendances territoriales. L'intégration progressive de **l'intelligence artificielle** dans certains outils d'analyse éditoriale a également permis de mieux comprendre les opinions exprimées dans les différentes régions et de renforcer la pertinence des contenus proposés.

4.4.3.3. Une amélioration continue de la cartographie des territoires

Afin de mesurer la couverture que fait Radio France des territoires, les équipes locales ont mis en place depuis plusieurs années la **base de données éditoriale** recensant les contenus diffusés sur les antennes, en radio, en numérique et en télévision, qui a été enrichie en 2025. Cette base de données a pour objectif d'améliorer le suivi des thématiques territoriales et d'orienter les choix éditoriaux vers les sujets les plus pertinents pour chaque région.

En outre, Radio France déploie des **baromètres territoriaux thématiques** permettant d'analyser la perception des habitants sur des sujets de société majeurs. Ces outils participent à la compréhension des attentes locales et contribuent à adapter l'offre éditoriale et les priorités de couverture aux sensibilités régionales. Le lancement d'un baromètre dédié aux élections municipales pour 2026 illustre la volonté de documenter de manière continue les tendances territoriales.



4.4.4. Présentation des indicateurs suivis par Radio France et des résultats 2025

Radio France assure le suivi et le contrôle des actions menées en faveur de l'ancrage territorial à travers plusieurs indicateurs de performance. Ces indicateurs permettent d'évaluer l'efficacité des dispositifs en place et d'ajuster les actions lorsque nécessaire.

Intitulé	2023	2024	2025
Nombres d'auditeurs des antennes ICI (en millions)	2,5	2,3	2,3
Nombre de visites moyennes sur le site et l'application de la chaîne ICI (en millions)	42,7	43,3	55,8

Entre 2024 et 2025, le nombre d'auditeurs des antennes du réseau ICI est resté stable, avec une évolution des usages vers le numérique. Pour s'adapter à ces évolutions, Radio France a mis en place une stratégie numérique ambitieuse dans le cadre de la refonte des antennes du réseau ICI. Cette dernière s'est traduite par une multiplication par trois du nombre de visites moyennes sur le site et l'application de la chaîne ICI entre 2024 et 2025. Ce phénomène se confirme depuis décembre 2025 avec un record historique à 93,5 millions de visites au mois de janvier 2026.

4.5. La diffusion de la culture

L'UNESCO définit la culture comme « l'ensemble des traits distinctifs, spirituels, matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société ou un groupe social. Elle englobe, outre les arts, les lettres et les sciences, les modes de vie, les lois, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances ».

L'accès à la culture est un élément essentiel du développement personnel de l'ensemble de la société française, en contribuant à la vitalité collective et la cohésion sociale. Favoriser cet accès, sans limite ni discrimination, au plus grand nombre, offre les conditions pour atteindre un modèle de société plus équitable et plus inclusive.

L'accès à la culture est un droit fondamental et un « objectif national » au titre de l'article 140 de la loi d'orientation du 29 juillet 1998. En France, l'implantation territoriale de l'offre d'équipements culturels est contrastée : cette offre est davantage présente dans les agglomérations, les capitales régionales et le long

du littoral méditerranéen (source : INSEE). L'enjeu pour les médias est de transmettre cette culture au-delà des frontières régionales.

Pour Radio France, l'accès à la culture s'exprime tant d'un point de vue éditorial que d'un point de vue musical.

4.5.1. Les impacts, risques et opportunités matériels et les politiques et plans d'actions afférents

IRO ⁴⁰	Politiques	Plan d'actions
<p>Accès facilité à la culture, notamment pour des publics jeunes ou issus de milieux populaires (I+)</p>	<p>Démarche éditoriale et démarche musicale d'accès à la culture pour tous, répondant au cadre réglementaire s'imposant à Radio France (cahier des missions et des charges)</p>	<p>-Révision des programmes et maintien des festivals tournés vers le jeune public (« Fip Cultes », festival « Présences », « Classique & Mix » ...) -Création de nouveaux programmes auprès des plus petits (« Mon Petit France Inter », « Mon Petit France Inter », concerts éducatifs ...) -Déploiement de l'accès à la culture auprès de tous (Grand Tour de l'Orchestre national de France, concerts inclusifs « relax » ...)</p>

4.5.2. Présentation du cadre réglementaire dans lequel s'inscrit la démarche de Radio France en la matière

Si ce sont près de 15 millions d'auditeurs écoutent au moins une station de Radio France chaque jour, ce sont également en 2025 de nombreux spectateurs venus assistés aux concerts proposés par Radio France. Ses auditeurs et ses spectateurs viennent de tous horizons, séduits par les démarches éditoriale et musicale d'accès à la culture.

4.5.2.1. La démarche éditoriale de Radio France de transmission de la culture à toutes et tous

Radio France a une démarche éditoriale visant à garantir l'accès du plus grand nombre aux œuvres, aux contenus culturels et aux connaissances, **conformément à ses missions de service public** (article 3 du CMC). Cette démarche, portée par la Direction éditoriale, repose sur une stratégie de l'offre. Elle s'appuie par ailleurs sur une analyse fine des attentes des auditeurs, nourrie par les données issues des études d'opinion, des baromètres d'audience, des mesures de Médiamétrie et des indicateurs de l'ACPM (Alliance pour les chiffres de la presse et des médias), ainsi que des analyses internes produites par les équipes éditoriales et numériques.

La mise en œuvre de cette politique repose sur un cadre de coordination structuré : réunions régulières entre les directions de chaînes et la Présidence, réunions hebdomadaires inter-chaînes, réunions transverses associant les équipes numériques et techniques, ainsi que l'animation d'un comité podcast destiné à assurer une vue d'ensemble de l'offre audio et de la stratégie de distribution.

La construction des **grilles de programme** s'inscrit également dans cette politique. Elle suit un processus anticipé et encadré : les grilles d'été sont préparées dès le mois de décembre et les grilles de saison tout au long du premier semestre, lors de réunions bilatérales entre la direction éditoriale et les antennes consacrées à la stratégie éditoriale, aux orientations numériques et à l'allocation de ressources.

⁴⁰ Avec I - : Impact négatif, I+ : Impact positif, R : Risque, O : Opportunité

Enfin, cette démarche inclut un **engagement fort en matière de transformation numérique**, afin d'être au plus proche des populations et s'adapter aux nouvelles habitudes d'écoute, notamment celles des plus jeunes. De nombreuses actions ont été mises en place depuis 2018 mais l'année 2025 a marqué un tournant avec l'intégration de l'intelligence artificielle et les efforts mis sur le segment des podcasts.

4.5.2.2. *La démarche musicale de Radio France permettant d'associer l'ensemble du territoire français à ses évènements culturels*

Radio France a une démarche musicale dédiée à l'accès de tous à la création musicale, qu'il s'agisse de musique classique, contemporaine ou de répertoires diversifiés. Cette démarche est portée par la Direction de la musique et de la création, qui veille au renouvellement des publics, à l'ouverture des œuvres musicales aux jeunes générations, aux publics éloignés et aux publics du champ social, ainsi qu'à l'accessibilité des concerts. Elle s'appuie sur les quatre formations musicales de Radio France : l'Orchestre National de France, l'Orchestre Philharmonique de Radio France, le Chœur et la Maîtrise de Radio France.

Cette politique se structure autour de **trois engagements principaux** : l'accessibilité du public, le renouvellement du public et le renouvellement du répertoire. Radio France propose à ce titre une programmation spécifiquement conçue pour les jeunes publics, les publics du champ social ou les personnes en situation de handicap. Elle développe également des **actions territoriales** en région et des projets de pratique amateur.

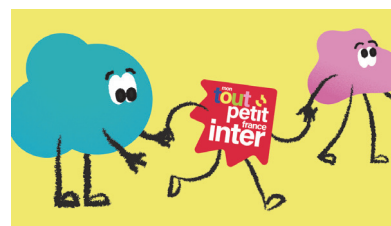
4.5.3. Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025

4.5.3.1. *Une programmation à l'écoute des attentes et des nouvelles pratiques des Français*

Radio France assure une coordination éditoriale forte entre les différentes antennes. Les directions de chaînes se réunissent toutes les deux semaines avec la Présidence et la Direction éditoriale pour affiner les priorités et harmoniser les stratégies. En outre, des réunions propres aux chaînes parlées et aux chaînes musicales permettent d'aborder des enjeux plus spécifiques. Les outils d'aide à la décision sont activement mobilisés pour ajuster l'offre au plus près des attentes des publics.

Ainsi, en 2025, Radio France a poursuivi sa stratégie de conquête des jeunes publics avec la mise en place de deux nouvelles radios numériques dédiées aux enfants, proposées sur la plateforme Radio France et sur les enceintes Merlin :

- **Mon Petit France Inter**, nouvelle webradio à destination des enfants de 6 à 12 ans, ludique, intergénérationnelle, mêlant histoires et musique
- **Mon Tout Petit France Inter**, une déclinaison pour les 2 ans et plus



Radio France s'engage ainsi aux côtés des familles et de la communauté éducative pour offrir à tous les enfants un loisir de qualité, 100% sans écran et 100% service public : un catalogue inégalé de plus de 4000 podcasts disponibles gratuitement sur la plateforme Radio France qui a dépassé cet été les 200 millions d'écoutes.



Radio France a également lancé en fin d'année 2025 « **FIP Cultes** », une webradio entièrement consacrée aux titres devenus cultes, abordant tous les styles, tous les répertoires, toutes les époques. Cette émission a rencontré un succès immédiat avec **1,9 million d'écoutes live en janvier**, devenant ainsi la première webradio devant Skyrock. Cette émission s'inscrit en complément sur l'antenne de Radio France dédiée à la musique urbaine, *Mouv'*.

Enfin, le **changement de marque** de « France Bleu » en « **ICI** » et sa refonte éditoriale et numérique, répond à une volonté de modernité et de renforcement de la proximité locale de la chaîne (pour plus de détail, voir la partie « **4.4 L'ancrage de Radio France dans les régions** »).

4.5.3.2. *Radio France, acteur pionnier du podcast, accessible partout, pour tous*

Ces dernières années, Radio France a également mis en place une **stratégie numérique et de distribution ambitieuse** visant deux objectifs :

- Fidéliser les publics actuels en renforçant l'usage de ses plateformes,
- Conquérir de nouveaux auditeurs, plus jeunes, plus diversifiés, en proposant une offre la plus proche et adaptée.

Cette stratégie se traduit notamment par le développement du podcast pour lequel Radio France est pionnier. L'entreprise propose une **offre gratuite de 3,5 millions de podcasts** et demeure leadeuse sur le marché. En effet, 49 % des podcasts téléchargés en France sont produits par Radio France. France Inter reste la radio la plus podcastée avec 48 millions d'écoutes mensuelles, suivie par France Culture avec 28,6 millions. En outre, en 2025, les écoutes numériques ont atteint un niveau record : 2,1 milliards d'écoutes, 27,4 % du volume total d'écoute, et 500 000 nouveaux auditeurs numériques en un an. La plateforme Radio France a enregistré 59 % des écoutes numériques, 10,2 millions de visiteurs uniques (+10 %), 100 millions de visites (+29 %) et 50 millions d'écoutes à la demande, soutenue par la croissance rapide de l'application relancée fin 2024.

Cette stratégie est en **mutation constante afin de s'adapter aux évolutions du marché et des pratiques**. Les perspectives sur la stratégie numérique portent sur :

- L'exploration continue mais responsable de l'usage de l'intelligence artificielle,
- Le renforcement de l'offre d'informations sur les plateformes propriétaires numériques pour garantir l'autonomie, la pertinence et la croissance de Radio France dans un écosystème numérique et social déstabilisé,
- L'augmentation du volume d'écoute des contenus audio Radio France sur sa plateforme propriétaire pour garantir sa souveraineté,

- Le renforcement du rôle d'agrégateur de Radio France en donnant de la visibilité sur sa plateforme aux acteurs du podcast indépendants pour donner une assise au secteur du podcast en France.



4.5.3.3. *Un plan d'actions musical résolument tourné vers l'inclusion de l'ensemble de la société française*

En s'appuyant sur ses quatre formations musicales (Orchestre National de France, Orchestre Philharmonique de Radio France, Chœur de Radio France, Maîtrise de Radio France) **et ses antennes** (France Inter, franceinfo via « *Ces chansons qui font l'actu* », et France Musique, FIP, France Culture, ICI, Mouv'), Radio France s'engage chaque année à **promouvoir la musique dans toutes ses esthétiques et à la mettre à disposition de tous les publics.**



La production de concerts est pensée dans un lien intime avec le média radio, dont elle est indissociable. Loin d'être une fin en soi, cette activité s'inscrit dans une mission plus large : celle de diffuser la culture au plus grand nombre, en s'appuyant sur la puissance de diffusion des antennes. C'est cette articulation singulière entre la scène et le média qui fonde la spécificité de l'action culturelle de Radio France, et qui lui permet de toucher des publics bien au-delà des salles de concert.

Radio France porte depuis 2021 le Grand Tour de l'Orchestre National de France, avec le soutien du réseau ICI, qui parcourt le territoire pour donner des concerts de musique symphonique dans des villes moyennes souvent éloignées des grandes formations orchestrales. Chaque saison, le Grand Tour investit de nouvelles salles en région, avec l'ambition de faire entendre les grandes œuvres du répertoire symphonique au plus grand nombre. La saison 2024/2025 a permis de proposer 12 concerts en région, complétés par des séances de médiation avec des conservatoires et écoles de musique.

Radio France organise en parallèle trois grandes manifestations festivières chaque année :

- **L'Hyper Weekend Festival.** La 4e édition, en janvier 2025, a accueilli 12 000 festivaliers et réuni 61 artistes pour plus de 70 rendez-vous, dont 62 concerts. Le festival s'affirme comme un levier majeur de renouvellement des publics, **avec 61% de nouveaux spectateurs pour la Maison de la Radio et de la Musique,**



- **Le Festival Présences.** La 35e édition, en février 2025, consacrée à la compositrice Olga Neuwirth, a réuni près de 8 000 spectateurs, **dont 27% de nouveaux venus à la Maison de la Radio et de la Musique,** et 20% de spectateurs de moins de 30 ans. L'édition 2025 a proposé 10 concerts, 41 œuvres et 26 créations mondiales, dont 24 commandes Radio France, confirmant le rôle central de Radio France dans le soutien à la création et à la diffusion de la musique de notre temps,

- **Le Festival Radio France Occitanie Montpellier.** Pour sa 40e édition anniversaire, du 6 au 19 juillet 2025, le festival a rassemblé 73 200 spectateurs sur 98 manifestations réparties dans 50 lieux à Montpellier et dans sa métropole, avec un taux de fréquentation supérieur à 90%. Plus de la moitié des événements proposés (51 sur 98) étaient en accès libre, accueillant 33 000 spectateurs gratuitement (soit près de 50% de la fréquentation totale). Les recettes de billetterie ont progressé pour la troisième année consécutive (+17%), portées par une hausse de 32% des spectateurs payants. **60% des spectateurs étaient de nouveaux venus.**



Au-delà des grandes manifestations, Radio France déploie une politique tarifaire volontariste pour ancrer de nouvelles générations dans la pratique du concert : Pass -30 ans (2100 pass vendus pour la saison 24/25), accords avec les bureaux des étudiants des écoles, ouverture des places pour le champ social. Elle propose en outre une programmation de **concerts éducatifs**, accompagnés de ressources pédagogiques destinées à faciliter le travail des enseignants. Radio France porte une attention particulière aux personnes en situation de handicap, **avec notamment l'organisation depuis 2023 de concerts inclusifs « Relax », conçus pour accueillir les personnes en situation de handicap grave dans des conditions adaptées.** 14 concerts ont été labellisés à ce titre pour la saison 2025-2026.

L'action culturelle et sociale se poursuit auprès des publics éloignés, à travers notamment l'organisation d'ateliers musicaux en milieu hospitalier, la mise en place de projets tutorés pour jeunes (« L'Orchestre à l'école »), l'organisation de « Viva l'Orchestra ! » avec les musiciens de l'Orchestre National de France qui a réuni en 2025 plus de 100 praticiens amateurs, ainsi que les actions menées dans le cadre du jumelage avec la ville d'Evry-Courcouronnes.

France Musique joue un rôle essentiel dans la diffusion territoriale des actions musicales de Radio France. La retransmission des concerts des formations musicales touche en moyenne 135 000 auditeurs par soir de concert. En complément, une offre podcast dédiée au jeune public permet de prolonger l'expérience du concert au-delà de la salle — à l'image des *Contes de la Maison Ronde*, des contes populaires réécrits par des auteurs actuels, qui totalisent des millions de téléchargements.

4.5.4. Présentation des indicateurs suivis par Radio France et des résultats 2025

Radio France assure le suivi et le contrôle des actions menées en lien avec l'accès à la culture à travers plusieurs indicateurs de performance. Ces indicateurs permettent d'évaluer l'efficacité des dispositifs en place et d'ajuster les actions lorsque nécessaire.

Intitulé	2023	2024	2025
Nombre de visites mensuelles sur la plateforme Radio France	51,2M	55,8M	60,4M
Nombre d'écoutes à la demande mensuelles sur la plateforme Radio France	28M	33,6M	43,8M
Nombre d'heures quotidiennes diffusées sur les antennes dédiées à l'offre culturelle	17h	17h	17h
Nombre d'écoutes mensuelles des offres numériques musicales de Radio France (France Musique, Mouv', FIP, et webradios musicales)	17,7M	16,8M	16,3M
Nombre de productions jeunes publics par saison	14 (saison 23-24)	16 (saison 24-25)	15 (saison 25-26)
Nombre de générales ouvertes au public scolaire et au champ social	11 (saison 23/24)	8 (saison 24-25)	9 (saison 25-26)
Nombre de concerts du Grand Tour de l'ONF par saison	12 (saison 23/24)	12 (saison 24/25)	13 (saison 25/26)
Nombre de spectateurs touchés en région par le Grand Tour par saison	14 200 (saison 23/24)	11 200 (saison 24/25)	N/D⁴¹
Nombre de spectateurs des concerts gratuits au Festival Radio France Occitanie Montpellier	28 000	40 000	33 000
Pourcentage d'abonnements jeunesse chez les moins de 28 ans à la billetterie de l'auditorium	28%	26%	ND

- **Indicateur « Nombre de visites mensuelles sur la plateforme Radio France »**

L'indicateur se base sur le total des visites des sites et applications Radio France (ACPM).

- **Indicateur « Nombre d'écoutes à la demande mensuelles sur la plateforme Radio France »**

L'indicateur se base sur les données Médiamétrie eStat Podcast jusqu'à juillet 2025 puis EAR>Podcast à partir d'août 2025.

L'augmentation des consultations des sites et applications de Radio France démontrent la réussite de la stratégie numérique et de l'accessibilité à tous de l'offre de Radio France.

⁴¹ Non disponible à date de publication du rapport.

- **Indicateur « Nombre d'heures quotidiennes diffusées sur les antennes dédiées à l'offre culturelle »**

L'indicateur se base sur une sélection de programmes, rediffusions exclues. Méthode de calcul : nombre d'émissions dont l'objet est la culture, nombre de concerts, nombre d'émissions spéciales dédiées à un événement culturel. Sur la journée, une statistique annuelle (10 mois – 43 semaines), hors grille d'été.

Le nombre d'heures liées à la culture diffusées sur les antennes de Radio France se maintient chaque année.

- **Indicateur « Nombre d'écoutes mensuelles des offres numériques musicales de Radio France (France Musique, Mouv', FIP, et webradios musicales)**

L'indicateur se base sur le total des écoutes actives des chaînes musicales (flux principaux et webradios) France Musique, FIP, Mouv' – AT Internet – Ecoutes live+ 30 secondes.

L'offre numérique musicale de Radio France demeure attractive avec un nombre d'écoutes par mois relativement stable entre 2023 et 2025.

- **Indicateur « Nombre de productions jeunes publics par saison »**

L'indicateur se base sur le total du nombre de projets jeunes publics étalés sur une saison. Radio France maintient un engagement constant en faveur des jeunes publics et des familles, avec une quinzaine de productions déployées chaque saison, confirmant la solidité et la régularité de cette politique sur la période.

- **Indicateur « Nombre de générales ouvertes au public scolaire et au champ social par saison »**

L'indicateur se base sur le relevé du nombre de générales étalées sur une saison.

L'indicateur est stable sur la période, avec une dizaine de générales ouvertes chaque saison, témoignant de l'engagement renouvelé de Radio France pour ouvrir l'Auditorium aux publics de demain.

- **Indicateur « Nombre de concerts du Grand Tour de l'ONF par saison »**

L'indicateur se base sur le total du nombre de concerts du Grand Tour de l'Orchestre National de France chaque saison.

Le maintien d'un volume stable de concerts sur la période témoigne de la régularité et de la solidité de l'engagement territorial de Radio France en s'appuyant sur son Orchestre National.

- **Indicateur « Nombre de spectateurs touchés en région par le Grand Tour par saison »**

L'indicateur se base sur le total du nombre de spectateurs des concerts du Grand Tour dans les salles en région chaque saison.

Cet indicateur, qui montre une baisse entre la saison 24/25 et 25/26, reflète davantage la jauge des salles partenaires en région plutôt que le dynamisme de la tournée elle-même. En effet, le nombre de concerts est stable et le taux de remplissage s'établit à 95% sur les deux saisons, témoignant d'une attractivité pleine et entière du dispositif auprès des publics en région.

- **Indicateur « Nombre de spectateurs des concerts gratuits au Festival Radio France Occitanie Montpellier »**

L'indicateur se base sur le total du nombre de spectateurs sur les concerts gratuits de la manifestation chaque année.

L'indicateur montre une forte progression entre 2023 et 2024, portée par l'ajout d'un grand concert d'ouverture en plein air Place de l'Europe, en accès libre. L'évolution entre 2024 et 2025 traduit quant à elle une décision de proposer les trois soirées électro dans un format payant à tarif délibérément accessible (9€ la soirée, 23€ les 3 soirs), élargissant ainsi le modèle économique du festival tout en maintenant une politique tarifaire volontairement avantageuse.

5. La gouvernance et la conduite des affaires de Radio France

La gouvernance constitue un **pilier essentiel** de la capacité de Radio France à **remplir durablement ses missions de service public**. Elle garantit la **cohérence des orientations stratégiques**, la transparence des processus décisionnels et l'intégration effective des enjeux de durabilité dans l'ensemble des activités de l'entreprise. Dans un environnement médiatique en profonde mutation, marqué par la transformation numérique, l'évolution des usages et les attentes croissantes en matière d'éthique, d'intégrité et de responsabilité, Radio France doit démontrer une exemplarité constante dans la conduite de ses missions comme dans son fonctionnement interne.

Cette partie présente la manière dont l'entreprise **structure sa gouvernance** pour répondre aux exigences réglementaires, assurer la **fiabilité de l'information diffusée, prévenir les risques juridiques et opérationnels**, et garantir un **cadre de travail** fondé sur la **confiance et l'éthique**. Elle décrit également les dispositifs de conformité, de contrôle interne, de gestion des risques et de cybersécurité qui permettent à Radio France de protéger ses actifs, ses données, ses publics et ses collaborateurs. Enfin, elle illustre comment ces mécanismes soutiennent la crédibilité, la performance et la responsabilité de l'entreprise, au service de la société et de ses auditeurs.

5.1. Le rôle des instances de gouvernance

Le rôle des instances de gouvernance en matière de durabilité est décrit en **partie 1.2.1 Les organes de gouvernance en matière de durabilité**.

5.2. Les impacts, risques et opportunités en lien avec la gouvernance et la conduite des affaires de Radio France

Enjeux	IRO	Type ⁴²	Horizon de temps ⁴³	Chaîne de valeur concernée	Parties prenantes concernées
Respect de la déontologie journalistique	Dégradation de la qualité de l'information compte tenu du non-respect de l'environnement réglementaire (convention Arcom) et non-conformité des programmes aux engagements réglementaires	I-	CT	Aval	Direction, collaborateurs / collaboratrices, Auditeurs / auditrices,
	Risque de baisse de la réputation en cas d'un manque de transparence de l'information, de non-fiabilité, de subjectivité ou de	R	CT	Opérations propres	Direction, collaborateurs / collaboratrices, Auditeurs / auditrices,

⁴² Avec I - : Impact négatif, I+ : Impact positif, R : Risque, O : Opportunité

⁴³ Avec CT : Court terme (<1 an), MT : Moyen terme (1-3 ans), LT : Long terme (> 3 ans)

	manque d'indépendance				
Diversité, égalité, inclusion des collaborateurs et des publics⁴⁴	Absence de pluralisme de points de vue dans les contenus diffusés	I-	CT	Aval	Direction, collaborateurs / collaboratrices, Auditeurs / auditrices,
Accessibilité, proximité et inclusivité des contenus pour tous les publics⁴⁵	Accès à une information de qualité et répondant aux besoins de tous les publics	I+	CT	Aval	Auditeurs / auditrices, Spectateurs / spectatrices
Protection des données, de la propriété intellectuelle et cybersécurité	Utilisation illégale d'œuvres protégées pouvant mener à des problèmes juridiques (ex : du fait de l'utilisation de l'intelligence artificielle)	R	CT	Opérations propres	Direction, collaborateurs / collaboratrices, Auditeurs / auditrices, Spectateurs / spectatrices
	Risque financier lié au non-respect de la propriété intellectuelle (amende etc.)	R	CT	Amont	Direction, collaborateurs / collaboratrices
	Participation à la désinformation par la transmission de faux messages en cas de prise d'antenne malveillante (cyberattaque)	I-	CT	Amont	Direction, collaborateurs / collaboratrices, Auditeurs / auditrices, Spectateurs / spectatrices
	Risque financier de perte de données sensibles, ou d'interruption d'activité, de perte de confiance liés à une cyber attaque	R	CT	Toute la chaîne de valeur	Direction, collaborateurs / collaboratrices, Auditeurs / auditrices, Spectateurs / spectatrices
	Hausse des coûts liés à la sécurité informatique	R	CT	Opérations propres	Direction
	Perte / vol de données personnelles et sensibles des	I-	CT	Amont	Direction, collaborateurs

⁴⁴ Enjeu fusionné avec l'enjeu « Respect de la déontologie journalistique » dans le cadre de ce rapport, afin de faciliter la lisibilité et la compréhension de l'IRO

⁴⁵ Enjeu fusionné avec l'enjeu « Respect de la déontologie journalistique » dans le cadre de ce rapport, afin de faciliter la lisibilité et la compréhension de l'IRO

	sources journalistiques				/ collaboratrices
Conformité, éthique et exemplarité du cadre de fonctionnement	Comportement non éthique dans la conduite des affaires (de type corruption ou fraude) entachant la réputation de Radio France	I-	CT	Toute la chaîne de valeur	Direction, collaborateurs / collaboratrices

5.3. Le respect de la déontologie journalistique

La déontologie est définie comme le **respect des bonnes pratiques** propres à chaque métier ou profession.

La référence européenne en matière de déontologie journalistique est la **Charte déontologique de Munich** (appelée aussi Déclaration des devoirs et des droits des journalistes), signée le 24 novembre 1971. Cette charte proclame 10 devoirs pour le journaliste, notamment : le respect de la vérité, la défense de la liberté de l'information, la publication d'informations sourcées, l'acquisition loyale des informations, le respect de la vie privée ou encore le secret professionnel.

5.3.1. Les impacts, risques et opportunités matériels et les politiques et plans d'actions afférents

IRO ⁴⁶	Politiques	Plan d'actions
Dégradation de la qualité de l'information compte tenu du non-respect de l'environnement réglementaire (convention Arcom) et non-conformité des programmes aux engagements réglementaires (I-)	<ul style="list-style-type: none"> -Chartes internes : -Principes fondamentaux de l'information à RF, -Charte d'engagement et d'usage de l'intelligence artificielle -Règles sur les collaborations extérieures, -Chartes externes (charte de Munich, charte de la traçabilité de l'information...) 	<ul style="list-style-type: none"> -Processus éditoriaux (réunions de services, conférences de rédaction "interchaînes", contrôle éditorial...) -Labellisation (Journalism Trust Initiative) -Procédures de transparence -Formation : chaque journaliste embauché à Radio France passe 15 jours à l'Agence Radio France, pour être formé aux méthodes renforcées de vérification de l'information. -Communication régulière : rappel régulier des principes fondamentaux et des exigences nouvelles (nouvelles règles du pluralisme, par exemple) en réunion des cadres de rédaction et en conférences de rédaction. Diffusion de "dépêches de service" à tous les journalistes via l'Agence Radio France pour rappel contextuel de règles (sur les sources, les obligations réglementaires etc). - Processus de déclaration de tout conflit d'intérêt et vigilance sur les entraves qui justifient systématiquement une sanction.

⁴⁶ Avec I - : Impact négatif, I+ : Impact positif, R : Risque, O : Opportunité

<p>Risque de baisse de la réputation en cas d'un manque de transparence de l'information, de non-fiabilité, de subjectivité ou de manque d'indépendance (R)</p>	<p>-Chartes internes : -Principes fondamentaux de l'information à RF, -Charte d'engagement et d'usage de l'intelligence artificielle -Règles sur les collaborations extérieures, -Chartes externes (charte de Munich, charte de la traçabilité de l'information...)</p>	<p>-Processus éditoriaux (réunions de services, conférences de rédaction "interchaînes", contrôle éditorial...) -Labellisation (Journalism Trust Initiative) -Procédures de transparence -Formation : chaque journaliste embauché à Radio France passe 15 jours à l'Agence Radio France, pour être formé aux méthodes renforcées de vérification de l'information. -Communication régulière : rappel régulier des principes fondamentaux et des exigences nouvelles (nouvelles règles du pluralisme, par exemple) en réunion des cadres de rédaction et en conférences de rédaction. Diffusion de "dépêches de service" à tous les journalistes via l'Agence Radio France pour rappel contextuel de règles (sur les sources, les obligations réglementaires etc).</p>
<p>Absence de pluralisme de points de vue dans les contenus diffusés (I-)</p>	<p>-Chartes internes : -Principes fondamentaux de l'information à RF, -Charte d'engagement et d'usage de l'intelligence artificielle -Règles sur les collaborations extérieures, -Chartes externes (charte de Munich, charte de la traçabilité de l'information...)</p>	<p>-Rapport sur le pluralisme commandé à Arnaud Esquerre pour proposer une grille de lecture et des processus de suivi sur ce sujet</p>
<p>Accès à une information de qualité et répondant aux besoins de tous les publics (I+)</p>	<p>-Chartes internes : -Principes fondamentaux de l'information à RF, -Charte d'engagement et d'usage de l'intelligence artificielle -Règles sur les collaborations extérieures, -Chartes externes (charte de Munich, charte de la traçabilité de l'information...)</p>	<p>-Processus éditoriaux (réunions de services, conférences de rédaction "interchaînes", contrôle éditorial...) -Labellisation (Journalism Trust Initiative) -Procédures de transparence -Formation : chaque journaliste embauché à Radio France passe 15 jours à l'Agence Radio France, pour être formé aux méthodes renforcées de vérification de l'information. -Communication régulière : rappel régulier des principes fondamentaux et des exigences</p>

	<p>nouvelles (nouvelles règles du pluralisme, par exemple) en réunion des cadres de rédaction et en conférences de rédaction.</p> <p>Diffusion de "dépêches de service" à tous les journalistes via l'Agence Radio France pour rappel contextuel de règles (sur les sources, les obligations réglementaires etc).</p>
--	---

5.3.2. Le baromètre du pluralisme, outil de mesure du respect du pluralisme

L'examen d'une journée type sur les antennes montre une **diversité unique** : en moyenne, en un jour, ce sont 54 invités et plus de 70 thèmes différents. Pour autant, depuis la délibération de l'Arcom de juillet 2024, Radio France a pris en compte le souhait de plus de transparence dans le pilotage et dans les données permettant d'objectiver le respect du pluralisme.

Ainsi, Radio France a mis en place un baromètre mensuel destiné à objectiver la diversité des invités et des thématiques présentes sur ses antennes : Le baromètre du pluralisme. Ce dispositif vise à **renforcer la transparence envers le public**, tout en permettant un **pilotage fin du pluralisme** en interne et d'éventuels ajustements lorsque cela est nécessaire.

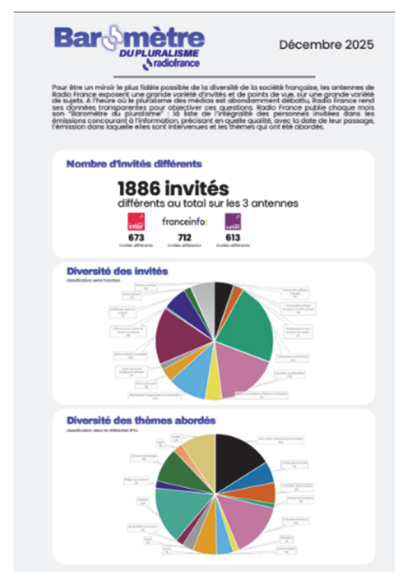
Lancé en décembre 2025, il s'appuie sur une technologie développée en interne, reposant sur **l'intelligence artificielle**. En effet, la transcription automatique des prises de parole est traitée via une intelligence artificielle afin d'identifier les thématiques abordées, et contrôlée par une vérification humaine des données.

Ce baromètre permet désormais de publier chaque mois une analyse des données portant sur :

- Le nombre d'invités différents,
- La diversité des invités avec une classification selon la fonction,
- La diversité des thèmes abordés selon la nomenclature IPTC.

Dans un premier temps, le baromètre couvre trois antennes nationales : **France Inter**, **franceinfo** et **France Culture**. Les développements doivent se poursuivre afin d'intégrer à terme l'ensemble des antennes du groupe.

Un espace dédié sur le site de Radio France permet d'accéder à la liste exhaustive des invités, accompagnée de leur date passage, de l'émission concernée et des thèmes abordés. Depuis décembre 2025, les résultats du baromètre sont publiés sur le site web de Radio France.



5.3.3. Présentation des politiques et engagements de Radio France

Radio France inscrit sa production d'information dans un ensemble de règles destinées à en assurer la fiabilité, clarté et l'indépendance des contenus diffusés. Ce **cadre déontologique**, qui découle des obligations du CMC, organise le travail des rédactions et garantit aux auditeurs une information accessible et compréhensible. Radio France applique également des règles précises en matière de traçabilité de l'information et de reprise de contenus provenant d'autres médias, afin d'assurer une identification claire des sources et une curation respectueuse des contenus.

5.3.3.1. Un socle de principes communs

Ainsi, les rédactions s'appuient sur un ensemble de documents structurants destinés à assurer la qualité de l'information :

- La **charte des principes fondamentaux de l'information à Radio France**. Cette charte, adoptée en 2023, énonce 8 principes qui garantissent aux auditeurs une information juste, c'est-à-dire impartiale et reposant sur des faits, et une information éclairée, c'est-à-dire fondée sur un traitement équilibré et pluraliste des idées et points de vue. Cette charte s'applique sur l'ensemble des antennes de Radio France et leurs supports.
- La **charte d'engagements et d'usages de l'intelligence artificielle**. Adoptée en 2024, cette charte encadre l'utilisation des outils d'intelligence artificielle dans la production de contenus et impose la signalisation de leur usage lorsque cela est nécessaire.
- Les **chartes externes** telles que la Charte de Munich. L'accord collectif mentionne spécifiquement le respect de la charte d'éthique professionnelle des journalistes qui est tenue pour règle de leur activité professionnelle. Cette charte d'éthique rappelle que le droit public à une information de qualité, complète, libre, indépendant et pluraliste guide le journaliste dans l'exercice de sa mission. En listant les principes du métier du journaliste (telles que la vérification, la remise en contexte ou encore la hiérarchisation de toute information), elle précise également que ce métier ne peut se confondre avec la communication.

Pour une information de confiance Radio France s'engage

1 L'information donnée repose sur des faits vérifiés
Toute information donnée est soigneusement vérifiée et sourcée, soit à l'écrit, soit par croquis, soit par vidéo, soit par sonde, soit par satellite. Dans les cas où la vérification n'est pas possible, son caractère est clairement signalé et ne peut être utilisé en tant que source principale.

2 Nos journalistes se fondent sur des sources crédibles
Les journalistes vérifient la crédibilité de leurs sources. Lorsque c'est possible, ils sont transparents sur celles-ci. Ils sont équitables, précis, objectifs, honnêtes, indépendants. Lorsque cela est nécessaire, ils indiquent leurs sources. Ils ne divulguent pas de sources confidentielles de la presse. Ils ne divulguent pas de sources confidentielles de la presse.

3 Nous distinguons clairement les faits des opinions
Nos équipes vérifient et sourcent le plus précisément possible et sur tous les supports, les données auxquelles elles s'appuient pour produire leurs contenus. Elles distinguent les faits des opinions, et les opinions des faits. Elles ne divulguent pas de sources confidentielles de la presse.

4 Les journalistes proposent des analyses avec rigueur journalistique et honnêteté intellectuelle
Les journalistes sont tenus à produire des analyses et à apporter des explications sur des sujets parfois complexes. Ils s'efforcent à présenter une analyse équilibrée des positions et arguments des parties prenantes. Ils s'efforcent également à ne pas laisser transparaître leurs jugements personnels au travers de leurs écrits ou émissions, et dans la hiérarchisation des actualités. Le traitement de l'information se fait toujours de façon équilibrée.

5 L'expression des points de vue se fait nécessairement de manière équilibrée et pluraliste
Les opinions et points de vue sont identifiés comme tels et accompagnés par leurs sources. Les nouvelles, analyses, enquêtes ou débats de nos journalistes sont présentés de manière équilibrée et pluraliste, sans éditorialisme ou confirmation de biais, et en respectant les droits fondamentaux. Les principes éditoriaux sont appliqués de manière équilibrée et pluraliste.

6 Une rectification nécessaire est apportée dans les plus brefs délais
Les journalistes vérifient l'exactitude des propos avant leur diffusion. En cas d'erreur, ils s'efforcent de la corriger dans les plus brefs délais. Ils s'efforcent également de signaler les erreurs et de rectifier les contenus dans les plus brefs délais.

7 Nos rédactions sont au service et à l'écoute des citoyens
Nos équipes sont attentives aux besoins des citoyens et aux questions qu'ils se posent. Elles sont transparentes et accessibles. Elles sont au service et à l'écoute des citoyens.

8 L'information de service public est libre et indépendante
Les journalistes créent des contenus, qu'ils soient écrits, audio, vidéo ou interactifs, qui sont libres et indépendants. Ils ne divulguent pas de sources confidentielles de la presse.

À nos publics,
Nous vivons un climat de grande confiance autour de l'information. Dans ce contexte, nous éditeurs de Radio France, nous sommes de la transparence sur les principes fondamentaux qui guident notre travail pour produire les contenus d'information que vous attendez chaque semaine et que nous améliorons.

Voici les 8 engagements que nous prenons envers vous. C'est un effort que nous faisons avec confiance, dans une transparence et une rigueur pour être justes.

Chaque citoyen a le droit de recevoir une information juste, libre et indépendante et reposant sur des faits et une information éclairée. C'est le droit de tous. Nous nous efforçons de garantir ce droit à tous les citoyens. C'est à nous de nous efforcer de garantir ce droit à tous les citoyens.

Mais vous devez nous rendre votre confiance. Elle nous est précieuse et nous nous efforçons de la mériter. Elle nous est précieuse et nous nous efforçons de la mériter.

Radio France, France Inter, France Bleu, France Culture, Mouv' et tous leurs supports, pour une **Journalisme d'engagement** : justice, confiance et liberté.

radiofrance | franceinter | francebleu | franceculture | mov' | franceinfo | ORF

Ces chartes renforcent la transparence de la production des contenus éditoriaux France du public, dans un objectif de confiance renforcée.

Radio France applique également des **règles précises en matière de traçabilité de l'information et de reprise de contenus** d'autres médias. La charte dédiée rappelle l'obligation de citer clairement la source d'origine, de renvoyer vers l'article initial et d'encadrer les pratiques de curation pour garantir une reprise loyale et identifiable des contenus.

Ces règles complètent les **principes déontologiques internes** applicables à l'ensemble des salariés, qui rappellent les exigences de neutralité, de prévention des conflits d'intérêts et de prudence dans l'usage des réseaux sociaux dans le cadre du service public, contribuant ainsi à préserver l'indépendance éditoriale et l'image de l'entreprise. Radio France a récemment rappelé son corpus de règles pour garantir le respect des principes déontologiques pour les journalistes. Ainsi, en juin 2024, une synthèse des règles déontologiques applicables à l'ensemble des salariés et destinée à prévenir toute situation de conflit d'intérêt a été réalisée pour faciliter leur appropriation.

Enfin, un **guide pour les journalistes en collaborations extérieures** a été élaboré en octobre 2024, prévoyant une obligation générale de loyauté, de fidélité et de discrétion à l'égard de leur employeur, et se traduisant par l'interdiction de tout acte contraire à l'intérêt de l'entreprise.

5.3.3.2. *Le Comité relatif à l'honnêteté, à l'indépendance et au pluralisme de l'information et des programmes*

Créé en application de la loi du 14 novembre 2016, le Comité relatif à l'honnêteté, à l'indépendance et au pluralisme de l'information et des programmes, plus couramment nommé Comité d'éthique, est chargé de contribuer au respect des principes d'honnêteté, d'indépendance et de pluralisme de l'information et des programmes qui y concourent. Le comité est composé de cinq personnalités indépendantes nommées pour trois ans, et dont le mandat est renouvelable.

Le Comité d'éthique veille au respect de ces principes à travers différents moyens :

- **Le Comité peut être saisi par les auditeurs de Radio France** de toute question entrant dans son champ de compétence, à savoir le respect de l'indépendance et du pluralisme de l'information et des programmes au sein de Radio France,
- **Le Comité peut, de sa propre initiative, engager des travaux** sur des sujets d'actualité ou qui recouvrent une importance particulière, au regard des enjeux d'honnêteté, d'indépendance et de pluralisme qui touchent Radio France,
- **Le Comité doit informer l'ARCOM de tout fait susceptible de contrevenir aux principes d'indépendance, d'honnêteté et de pluralisme.**

Le Comité doit rendre un rapport annuel public, avant le 31 mars de chaque année.

La direction de Radio France a saisi le comité d'éthique et de déontologie en 2024 pour qu'il émette des recommandations afin de renforcer son propre rôle. Parmi ses recommandations figure le **renforcement des liens de la direction de l'information avec ce comité** de manière à partager des sujets de couverture éditorial sous l'angle de l'impartialité, de pluralisme et de l'indépendance. Radio France prévoit, à partir de 2026, de faire intervenir le comité d'éthique et de déontologie sur les antennes lorsque cela s'avère pertinent pour les auditeurs, notamment pour présenter un avis ou une saisine.

5.3.4. **Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025**

5.3.4.1. *Les process éditoriaux*

Radio France dispose de process éditoriaux permettant de structurer sa programmation et s'assurer du respect de l'ensemble des règles déontologiques. La **construction des grilles est un processus itératif** qui commence dès le mois de décembre pour la définition des grilles d'été et tout au long du premier semestre pour les grilles de saison.

Chaque semaine, se tient une réunion des directrices et directeurs des rédactions des différentes chaînes ainsi que des directions transverses (rédaction internationale, investigation, sports) autour de la direction de l'information. Les principaux **sujets à enjeux** (équilibre de la couverture éditoriale, intensité de suivi des différents sujets etc.) sont débattus. Dans chaque chaîne, les conférences de rédaction sont le lieu de discussion et d'arbitrage des grands choix éditoriaux. La médiatrice de Radio France rapporte dans cette réunion la synthèse des messages des auditeurs reçus pour assurer un partage général des préoccupations des auditeurs. Elle fait aussi des retours ciblés auprès des différentes chaînes et des journalistes.

Radio France prend également en compte les **résultats des études et sondages** suivants dans la définition de ses grilles de programmation :

- L'étude d'opinion – baromètre audiences Harris des stations, réalisée chaque année,
- Les audiences publiées par Médiamétrie,
- Les audiences publiées par l'ACPM (Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias).

La Direction éditoriale veille en outre à un **partage constant de l'information** sur les études, les projets des chaînes et les « bonnes pratiques » mises en place dans chaque antenne lors de réunions de coordination entre

les antennes. Ainsi, des réunions hebdomadaires et transverses sont organisées avec les directions de programmes et une coordination régulière est assurée avec les directions du numérique en lien avec la Direction du Numérique et des Systèmes d'Information. De plus, un comité podcast est animé tous les deux mois.

Afin de certifier ces processus éditoriaux, Radio France participe à la **Journalism Trust Initiative (JTI)**, portée par Reporters sans frontières. Ce label met en valeur le journalisme de confiance auprès du public à travers une certification indépendante des processus de journalisme des médias.

L'obtention de ce certificat par Radio France, publié le 18 mars 2025 atteste, sur la base d'un questionnaire normé, du respect de critères reconnus en matière de qualité de l'information, de transparence éditoriale et de gouvernance. Ce dispositif renforce la lisibilité des pratiques éditoriales auprès du public.

5.3.4.2. Les procédures de transparence imposées aux journalistes de Radio France

Radio France met en place différents processus afin de renforcer et garantir le principe de transparence auprès de ses auditeurs.

Ainsi, au titre de leurs obligations déontologiques, les journalistes doivent **préciser l'ensemble des fonctions et engagements d'une personne intervenant à l'antenne**. Cette transparence se décline aussi sur les plateformes digitales.

Par ailleurs, Radio France met actuellement en place la publication sur ses différentes plateformes la biographie de ses journalistes afin que l'auditeur ait pleinement connaissance de leurs parcours en toute transparence.

Enfin, les invités qui sont intervenus à plusieurs reprises, mais également les producteurs et les éditorialistes, ont une page dédiée présentant également leurs fonctions ainsi que l'ensemble de leur intervention sur les antennes de Radio France.

5.3.4.3. L'évaluation du respect du pluralisme sur les antennes de Radio France

En 2025, Radio France a renforcé son approche de l'objectivation du pluralisme de ses antennes en commandant une étude extérieure indépendante. Cette démarche a permis d'obtenir des données précises sur la représentation de la diversité des opinions, d'identifier des axes d'amélioration et d'alimenter un dialogue renforcé avec les équipes éditoriales. Les conclusions du rapport ont été, dans cette volonté de transparence, partagées au COMEX, au CODIRAM et à l'Arcom. Soutenant ainsi une meilleure appropriation collective des enjeux liés au pluralisme, conformément au cadre établi par l'Arcom.

Des **réunions de restitution** des résultats du rapport ont également été menées auprès des équipes éditoriales afin de renforcer leur appropriation interne, en parallèle d'**échanges opérationnels** avec les directions d'antenne afin d'assurer la conformité des processus éditoriaux.

5.3.5. Présentation des indicateurs suivis par Radio France et des résultats 2025

Radio France assure le suivi et le contrôle des actions menées en lien avec la déontologie journalistique à travers plusieurs indicateurs de performance. Ces indicateurs permettent d'évaluer l'efficacité des dispositifs en place et d'ajuster les actions lorsque nécessaire.

Intitulé	2023	2024	2025
Nombre de sanctions disciplinaires pour manquements déontologiques	5	2	1
Nombre de sanctions de l'Arcom pour des manquements liés à des obligations législatives, réglementaires ou à des engagements	4	2	2

- **Nombre de sanctions disciplinaires pour manquements déontologiques**

Le nombre des sanctions prononcées est suivi par la Direction des Ressources Humaines. Les sanctions se basent sur les règles déontologiques établies et communiquées en interne. Elles sont prononcées en cas de non-respect des règles internes relatives aux collaborations extérieures, non-respect des règles internes et déontologiques relatives aux conflits d'intérêts, non déclaration d'une société, non-respect des principes professionnels.

Radio France assure une application stricte des principes déontologiques. En 2025, Radio France a prononcé 1 sanction disciplinaire, et 8 sanctions sur ces deux dernières années. 4 collaborateurs ont été mis à pied et 4 autres ont été licenciés pour faute grave.

- **Nombre de sanctions de l'Arcom pour des manquements liés à des obligations législatives, réglementaires ou à des engagements**

Le président et les conseillers de l'Arcom statuent sur tous les dossiers pour lesquels une décision de l'Arcom est attendue. Les délibérations, avis, recommandations, sanction de l'Autorité sont ainsi adoptés par l'ensemble des conseillers.

L'Arcom peut se saisir d'un sujet si elle souhaite examiner une question liée à ses activités et à sa fonction de régulateur. Les alertes reçues des auditeurs y sont également examinées.

L'Arcom a prononcé 2 mises en garde envers Radio France en 2025, soit le niveau de sanction le plus faible. Ces mises en garde ont concerné le sujet des temps de parole politique. Aucune mise en demeure ni amende n'a été prononcée en 2025.

Radio France démontre, par le faible nombre de sanctions prononcées par l'Arcom depuis plusieurs années, de son respect strict de la réglementation en la matière.

5.4. La protection des données, de la propriété intellectuelle et la cybersécurité

La sécurité informatique se réfère à l'ensemble des mesures prises pour protéger la vie privée des personnes, les données personnelles et les données confidentielles. Les données sont devenues une ressource précieuse, voire marchande. A ce titre, les données personnelles sont protégées par plusieurs lois (loi informatique et Liberté, le RGPD) afin d'encadrer leur utilisation et de garantir le respect de la vie privée. La prolifération des données s'est accompagnée d'une augmentation du risque de cyberattaque. Les entreprises doivent se prémunir contre les violations de données personnelles, des données financières et des secrets commerciaux. Les cybercriminels peuvent également lancer des attaques qui perturbent la poursuite de l'activité commerciale. L'atteinte est préjudiciable non seulement pour l'entreprise mais également pour les consommateurs.

La propriété intellectuelle comprend l'ensemble des droits portant sur les créations telles que les œuvres artistiques. Les droits de propriété intellectuelle protègent les intérêts de leurs titulaires en leur conférant des droits de propriété exclusifs sur leurs créations.

5.4.1. Les impacts, risques et opportunités matériels et les politiques et plans d'actions afférents

IRO	Politiques	Plan d'actions
Utilisation illégale d'œuvres protégées pouvant mener à des problèmes juridiques (ex : du fait de l'utilisation de l'intelligence artificielle)	Application du cadre réglementaire (textes européens et nationaux en vigueur), notamment le Code de la propriété intellectuelle Police d'assurance	-Formation à destination de la Direction Numérique sur le RIA
Risque financier lié au non-respect de la propriété intellectuelle (amende etc.)	Application du cadre réglementaire (textes européens et nationaux en vigueur), notamment le Code de la propriété intellectuelle Police d'assurance	-Outils pédagogiques (notes, fiches et process internes) pour comprendre et encadrer les modalités d'utilisation par RF et ses collaborateurs d'œuvres protégées -Communication sur les outils pédagogiques, notamment dans le cadre de réponses aux questions posées sur ces sujets -Mise à disposition des documents sur la page intranet de la DAJ, régulièrement mise à jour -Formation sur demande -Fiches process en cas utilisation illicite d'œuvres dont Radio France détient les droits -Mise en place cartographie des outils IA pour définir impacts juridiques
Participation à la désinformation par la transmission de faux messages en cas de prise d'antenne malveillante (cyberattaque)	Politique de sécurité du système informatique (dont annexe obligations réglementaires applicables à Radio France)	Plan d'actions Cyber annuel par des instances de différents niveaux (stratégie, tactique, opérationnel), -Marché commun Centre Opérationnel de Sécurité (SOC) de détection des signaux faibles -Plan de Sécurisation de la Diffusion des Antennes -Audit cybersécurité du service fourni par le Diffuseur (TDF), -Campagne annuelle de sensibilisation et de formation pour l'entreprise
Risque financier de perte de données sensibles, ou d'interruption d'activité, de perte de confiance liés à une cyber attaque	Politique de négociation commune avec les acteurs de l'Audiovisuels Public Politique d'assurance	
Hausse des coûts liés à la sécurité informatique	Politique de négociation commune avec les acteurs de l'Audiovisuels Public	

	Politique d'assurance	
Perte / vol de données personnelles et sensibles des sources journalistiques	Politique de sécurité du système informatique (dont annexe obligations réglementaires applicables à Radio France)	Plan d'actions Cyber annuel par des instances de différents niveaux (stratégie, tactique, opérationnel), -Marché commun Centre Opérationnel de Sécurité (SOC) de détection des signaux faibles -Plan de Sécurisation de la Diffusion des Antennes -Audit cybersécurité du service fourni par le Diffuseur (TDF), -Campagne annuelle de sensibilisation et de formation pour l'entreprise

5.4.2. La protection de la propriété intellectuelle

La **propriété intellectuelle** constitue l'ensemble des règles juridiques permettant de protéger les créations de l'esprit et d'en encadrer les usages. Elle vise à garantir aux auteurs et titulaires de droits de propriété intellectuelle la maîtrise de l'exploitations de leurs œuvres et/ou prestations, tout en leur assurant la reconnaissance et les avantages qui en découlent.

Le cadre de référence en matière de propriété intellectuelle en France est le **Code de la propriété intellectuelle**, qui encadre notamment les principes fondamentaux concernant les droits d'auteurs, les droits voisins, ainsi que les modalités d'exploitation et les conditions d'utilisation, de transmission et de protection des œuvres.

5.4.2.1. *Présentation du cadre réglementaire dans lequel s'inscrit la démarche de Radio France en la matière*

Radio France applique et assure le respect de l'ensemble des règles en vigueur en matière de propriété intellectuelle, qui sont notamment issues des textes européens et nationaux et en particulier du **Code de la propriété intellectuelle** dans la création, la production et dans l'exploitation de ses programmes. Ce cadre vise à garantir une utilisation conforme des œuvres, contenus et prestations ainsi que des droits détenus ou acquis par l'entreprise, et une reprise encadrée des contenus de Radio France par des tiers. En cas de litiges liés à la propriété intellectuelle, Radio France dispose d'une **police d'assurance** permettant de couvrir les éventuels frais de justice, dommages et autres conséquences.

La **Direction des affaires juridiques** assure au quotidien la mise en œuvre, l'interprétation et la sécurisation juridique de ces obligations, en s'appuyant sur une veille régulière des évolutions législatives, réglementaires et jurisprudentielles et une sensibilisation régulière de ses collaborateurs à ces règles.

5.4.2.2. *Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025*

La direction des affaires juridiques accompagne l'ensemble des collaborateurs de Radio France et notamment les Chaînes et Directions éditoriales et numériques de Radio France dans l'analyse des droits nécessaires à l'usage d'œuvres protégées et dans la gestion des (pré)contentieux. En complément des réponses spontanées aux sollicitations des collaborateurs concernant une problématique juridique, la direction met en place un processus complet permettant d'encadrer la protection de la propriété intellectuelle.

Radio France met à disposition des collaborateurs de nombreux **outils pédagogiques** destinés à encadrer les modalités d'utilisation d'œuvres protégées et anticiper les évolutions réglementaires. Ces outils se traduisent par des notes, des fiches et des process internes, exposant les obligations légales actuelles et à venir, les sanctions associées et les règles à respecter dans l'exploitation d'œuvres protégées. Ils sont régulièrement communiqués en interne et mis à jour, notamment pour répondre aux questions adressées à la direction des affaires juridiques. Ils sont également mis à disposition sur la page intranet de la direction.

Plusieurs notes juridiques ont été rédigées en 2025, portant notamment sur la gestion des précontentieux liés à l'utilisation de photographies, sur le **Règlement européen sur l'intelligence artificielle (RIA)** ainsi que sur l'**exception de Text and Data Mining (TDM)** et ses conséquences en matière d'encadrement des ayants droit. Des mises à jour ont également été apportées aux notes portant sur les droits des artistes comédiens et des artistes musiciens.

Des **sessions de formation** sont proposées à la demande des services concernées et peuvent notamment se faire en lien avec Campus, la plateforme de formation interne à Radio France. Dans ce cadre, la direction des affaires juridiques a notamment présenté le RIA ainsi que le régime de l'exception de TDM à la Direction du numérique.

Enfin, une **veille juridique** est menée en continue par la direction des affaires juridiques afin d'anticiper les évolutions réglementaires et assurer la pleine conformité de Radio France. Cette veille est consolidée par des réunions hebdomadaires consacrées aux évolutions touchant à la propriété intellectuelle, ainsi qu'à d'autres thématiques interférant avec les activités de Radio France. Le résultat de cette veille est publié sur l'Intranet.

Depuis le dernier trimestre 2025, un travail structurant a été engagé et sera poursuivi sur 2026, portant sur la **cartographie des outils d'intelligence artificielle utilisés en interne**, afin d'identifier les impacts juridiques de chaque usage au regard des accords dont Radio France avec ses différents ayants droit.

5.4.2.3. Présentation des indicateurs suivis par Radio France et des résultats 2025

Radio France suit différentes données permettant d'évaluer ses process d'acculturation et d'encadrement de ses collaborateurs au respect de la propriété intellectuelle. Les principaux indicateurs portent sur la production d'outils internes (guides, notes, processus) et la veille juridique ainsi que le suivi du précontentieux et contentieux. Un outil interne de suivi répertorie notamment les formations, notes juridiques et supports de sensibilisation produits au cours de l'année.

5.4.3. La cybersécurité

La **sécurité informatique** se réfère à l'ensemble des mesures prises pour protéger la vie privée des personnes, les données personnelles et les données confidentielles. Les données sont devenues une ressource précieuse, voire marchande. A ce titre, les données personnelles sont protégées par plusieurs lois (loi informatique et Liberté, le RGPD) afin d'encadrer leur utilisation et de garantir le respect de la vie privée. La prolifération des données s'est accompagnée d'une augmentation du risque de **cyberattaque**. Les entreprises doivent se prémunir contre les violations de données personnelles, des données financières et des secrets commerciaux. Les cybercriminels peuvent également lancer des attaques qui perturbent la poursuite de l'activité commerciale. L'atteinte est préjudiciable non seulement pour l'entreprise mais également pour les consommateurs.

5.4.3.1. *Présentation des politiques et engagements de Radio France*

5.4.3.1.1. *La sécurité informatique au cœur des préoccupations de Radio France*

Radio France dispose d'une **Politique de Sécurité du Système d'Information**, adoptée initialement en 2010, dont la dernière révision date de 2024 et s'appliquant à l'ensemble de Radio France. Elle poursuit les objectifs suivants : établir un cadre stratégique et organisationnel pour protéger les systèmes d'information et les activités métiers ; définir les objectifs, règles, responsabilités et exigences garantissant la confidentialité, l'intégrité et la disponibilité ; servir de référence commune à tous les acteurs tout en soutenant la conformité réglementaire et la gestion des risques cyber. Cette politique est portée par le Secrétariat Général. Elle comporte notamment une annexe portant sur les obligations légales applicables à Radio France. En 2026, Radio France prévoit de réviser cette politique afin de l'aligner aux exigences de la Directive européenne NIS2, à promulgation de la loi.

5.4.3.1.2. *Un encadrement des coûts liés à la sécurité informatique*

Radio France participe activement aux travaux du groupe Technologies de l'Audiovisuel Public (TAP), qui réunit les directions informatiques de France Télévisions, France Média Monde, Arte, TV5 Monde, l'INA et Radio France. Cette instance a pour vocation de partager les enjeux technologiques communs, d'identifier des orientations convergentes et d'examiner les solutions les plus pertinentes pour l'ensemble de l'audiovisuel public.

Lorsque des besoins collectifs sont établis, le TAP peut engager des démarches mutualisées, notamment dans le cadre d'appels d'offres communs ou de projets de mise en œuvre coordonnés. Cette démarche vise à renforcer la cohérence des solutions déployées, à optimiser les processus de négociation et à obtenir des conditions économiques plus favorables grâce à la consolidation du volume d'achat.

Dans le cadre des appels d'offre communs pilotés par le groupe Cybersécurité du TAP, Radio France a participé en 2025 aux appels d'offres suivant : Centre Opérationnel de Sécurité, Bug Bounty (Programme de récompenses pour failles découvertes) et pour 2026, Radio France participera aux contrats cadres pour les deux technologies majeures en cybersécurité présentes dans l'Audiovisuel Public.

En cas de cyberattaque, Radio France consulte pour la possibilité d'une police d'assurance couvrant les conséquences financières liées à la résorption de ce type d'acte.

5.4.3.1.3. *L'encadrement de la protection des données personnelles*

Radio France applique une politique exigeante en matière de protection des données personnelles, conformément au cadre juridique européen et national, et notamment au Règlement général sur la protection des données (RGPD). Cette politique vise à garantir la confidentialité, l'intégrité et la sécurité des données à caractère personnel traitées dans le cadre des activités éditoriales, numériques, musicales ou de support de l'entreprise.

Portée par le Secrétariat général, elle s'inscrit dans la continuité des travaux engagés depuis 2016 et repose sur une gouvernance interne dédiée, associant la Mission pour une Politique de la Protection des Données Personnelles (MPPDP), le Délégué à la protection des données (DPO), le réseau des correspondants et les équipes de sécurité des systèmes d'information. Elle constitue un cadre de référence commun à l'ensemble des directions et assure la conformité réglementaire des traitements comme la maîtrise des risques associés.

5.4.3.2. *Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025*

5.4.3.2.1. *La sécurisation du système informatique face aux cyberattaques*

Radio France a mis en place dès 2015 un plan Cyber (à la suite de la cyberattaque qui a ciblé TV5 Monde). Ce plan vise à protéger l'entreprise contre les cybermenaces, à réduire les impacts des incidents et à assurer la continuité des activités.

Les priorités annuelles du Plan Cyber sont définies à partir du budget annuel et sont structurées par une gouvernance à trois niveaux : stratégique, tactique et opérationnel.

En 2025, les priorités ont été les suivantes : organisation de la cybersécurité opérationnelle, renouvellement du Service Opérationnel de Sécurité, déploiement de la fonction avancée EDR (Détection et réponse sur les terminaux), ...

Les systèmes de diffusion font l'objet d'une attention particulière et d'un suivi spécifique, via le Plan de sécurisation de la diffusion des antennes. Ce plan assure la continuité de diffusion radiophonique des 7 chaînes nationales en cas d'événement rendant la Maison de la Radio et de la Musique indisponible (incendie, inondation, cyberattaque, ...). En 2025, ces actions ont été complétées par un audit externe conduit auprès du diffuseur (l'opération d'infrastructures et de réseaux numériques TDF) afin de garantir la conformité des dispositifs techniques et de la continuité du service.

Radio France s'appuie également sur un Centre Opérationnel de Sécurité (SOC) mutualisé au niveau de l'audiovisuel public, chargé de détecter les signaux faibles en matière de cybermenaces. Le marché a été renouvelé en 2025 et constitue un service régulé pour les entreprises du secteur : Arte France, Arte GIE, France Medias Monde, France Televisions, France.TV Publicité, INA, Radio France, TV5 Monde.

En outre, pour améliorer leur processus de sécurité informatique, les équipes informatiques de Radio France maintiennent depuis une dizaine d'années des relations étroites et régulières avec l'Agence Nationale de la Sécurité des Systèmes d'Information (ANSSI) et les Responsables de Sécurité des Systèmes d'Information (RSSI) du secteur de l'Audiovisuel du service public. Elles s'illustrent au travers :

- De réunions régulières entre les Responsables de Sécurité des Systèmes d'Information (RSSI) du secteur, permettant un partage des risques et des difficultés rencontrées,
- D'un fil de discussion permanent, utilisé pour remonter des incidents et des questions entre pairs,
- Des échanges continus entre Radio France et l'ANSSI.

5.4.3.2. *La sensibilisation et la formation à la sécurité informatique*

Radio France met en place un plan de formation à destination de ses salariés afin de renforcer la bonne mise en place des meilleures pratiques en la matière. Une formation de 2 jours est notamment destinée aux journalistes et personnels techniques exerçant dans les zones à risque, aux journalistes d'investigation.

Des campagnes annuelles de sensibilisation sont également régulièrement déployées auprès des salariés sur tous les sites de Radio France. Chaque année, à l'occasion du « Cyber mois » national, Radio France organise une campagne relative aux bonnes pratiques en matière de cybersécurité. Ainsi, en octobre 2025, tous les salariés ont été invités à participer à un jeu de sensibilisation sur les thématiques : phishing (technique destinée à tromper les utilisateurs afin qu'ils transmettent des données personnelles) ainsi que les risques liés à l'intelligence artificielle, aux réseaux sociaux et au télétravail.

5.4.3.3. *Présentation des indicateurs suivis par Radio France et des résultats 2025*

Radio France suit de nombreux indicateurs afin de mesurer la performance de ses actions de prévention des risques cyber. Par exemple, un indicateur clef est fondé sur le nombre de machines (postes de travail et serveurs) disposant, au moment du contrôle, de la dernière mise à jour existante rapporté au nombre total de machines. Le relevé de l'état de mise à jour des machines permet de déterminer le nombre de machines dont le système d'exploitation est doté des derniers « patches » de protection. Toutefois, compte tenu du caractère sensible de cette donnée statistique et de son impact potentiel sur la cybersécurité de Radio France, ces indicateurs ne sont pas et ne seront pas publiés.

5.5. La conformité, l'éthique et l'exemplarité du cadre de fonctionnement

La loyauté des pratiques et l'éthique des affaires visent à faire respecter et mettre en œuvre des pratiques éthiques au niveau des activités opérationnelles de l'entreprise et de sa chaîne de valeurs, notamment en luttant contre la corruption, les fraudes, les pots de vin et la concurrence déloyale (source ISO 26000 Loyauté des pratiques).

Radio France place la probité au cœur de ses relations d'affaires. En affirmant et mettant en œuvre les valeurs de probité et de lutte contre les infractions, l'entreprise, son instance dirigeante, ses managers et ses collaborateurs permettent notamment de :

- Promouvoir les valeurs communes,
- Préserver la réputation de l'entreprise et de chacun,
- Assurer un meilleur positionnement de l'entreprise vis-à-vis de sa chaîne de valeurs (institutionnels, clients, fournisseurs, partenaires, ...),
- Optimiser la gouvernance et l'organisation.

Tant les institutions de régulation que le code pénal protègent ces valeurs, avertissent et sanctionnent en cas de mauvais comportement.

5.5.1. Les impacts, risques et opportunités matériels et les politiques et plans d'actions afférents

IRO	Politique	Plan d'action
Comportement non éthique dans la conduite des affaires (de type corruption ou fraude) entachant la réputation de RF	Politique relative à la probité dans les relations d'affaires sur laquelle vient s'adosser un corpus normatif incluant notamment un Code de conduite relatif à la probité dans les relations d'affaires, un règlement interne des achats et marchés, une politique cadeaux etc.	Actions de communication et de sensibilisation des salariés ; - Actions de formation ; - Respect du règlement des achats et marchés ; - Réalisation de contrôles comptables anticorruption ; - Gestion d'une plateforme d'alerte

5.5.2. Présentation des politiques et engagements de Radio France

Radio France déploie depuis 2017 un **dispositif anti-corruption** s'inscrivant dans la ligne des attendus fixés par la loi du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique dite 'Sapin 2'.

Dans ce cadre, Radio France s'est dotée en 2025 d'une **Politique relative à la probité dans les relations d'affaires**. Cette Politique énonce les principes directeurs, le cadre de référence et l'organisation définis par Radio France afin de promouvoir la probité dans les relations d'affaires et de prévenir, détecter, suivre et traiter les atteintes à la probité, comme les situations de corruption ou le trafic d'influence.

Elle constitue un document structurant sur laquelle vient notamment s'adosser le **Code de conduite relatif à la probité dans les relations d'affaires** publié en 2018 et précisant les différents types d'atteinte à la probité et les comportements à adopter.

Des politiques et procédures spécifiques, telles que le règlement intérieur des achats et marchés, la Politique cadeaux d'affaires ou la Politique missions et déplacement, viennent également enrichir le **corpus normatif** des documents supports du dispositif anti-corruption. La **Politique cadeaux d'affaires**, adoptée en 2021, définit les grandes orientations prises par la Direction de Radio France, en matière de cadeaux ainsi qu'en matière d'invitations ou autres avantages. Elle expose les conditions d'offre et d'acceptation des cadeaux et les règles qui s'appliquent dans ce domaine en s'attachant notamment à ce que ces attentions restent des marques de courtoisie et ne puissent pas être interprétées comme des actes de corruption ou de trafic d'influence. Elle permet à chacun de mieux cerner le cadre d'exercice de son activité et d'adopter des comportements en accord avec les valeurs de l'entreprise.

Ces documents sont **référencés et accessibles à tous les collaborateurs depuis l'intranet Radio France**.

Une **plateforme d'alerte** permet depuis 2019 de recueillir et traiter, avec le niveau de confidentialité et de protection requis, les signalements portant sur des comportements ou situations contraires à la loi ou au Code de conduite relatif à la probité dans les relations d'affaires de Radio France.

Ce dispositif ne se substitue pas aux autres canaux d'alerte déjà existants, notamment à la voie hiérarchique, mais il s'y ajoute.

Radio France a par ailleurs fait procéder en 2025 à une **évaluation de l'ensemble de son dispositif anti-corruption**. Cette évaluation, réalisée par un organisme tiers, a établi que l'avancement du programme anticorruption de Radio France, était comparable à celui constaté dans les autres organisations contrôlées par l'Agence française anti-corruption. Elle a mis en avant l'engagement de l'instance dirigeante, consciente des risques, et l'engagement partagé par les fonctions support, qui comprennent et contribuent aux enjeux et objectifs. Les résultats de cette évaluation ont été partagés avec le Comité d'audit et le COMEX et ont structuré la feuille de route 2026.

5.5.3. Présentation des actions menées par Radio France sur l'année 2025

En complément des travaux d'établissement d'une Politique relative à la probité dans les relations d'affaires et des travaux d'évaluation du programme de conformité anticorruption menés en 2025, Radio France a également renforcé son dispositif anticorruption sur les champs suivants.

5.5.3.1. La formation et la sensibilisation à la thématique anticorruption

En matière de **formation**, Radio France a mis en place un cadre normatif dédié consistant en une Procédure venant fixer les modalités de sensibilisation et de formation des collaborateurs aux risques de corruption, un mode opératoire et des indicateurs.

La liste des publics cible, qui avait été arrêtée en 2018 et qui était figée depuis cette date, a été actualisée afin de tenir compte des changements organisationnels, des mouvements de personnels et des éventuelles évolutions des risques. Un mode opératoire structuré et formalisé a été établi en 2025 afin de préciser les critères de détermination des publics cibles.

Les indicateurs de suivi des formations sont présentés ci-après.

Radio France a par ailleurs poursuivi ses **actions de sensibilisation** grâce au maintien et à la mise en avant de son module de sensibilisation anticorruption en **e-learning** et à une communication interne diffusée à l'occasion de la **journée internationale de lutte contre la corruption**. A cette occasion, une communication interne à l'intention de tous les salariés a rappelé l'engagement de l'entreprise en matière d'intégrité, les principaux éléments du dispositif de prévention ainsi que les exigences de probité attendues dans l'exercice des activités. Cette communication s'est accompagnée d'un rappel de la politique encadrant les cadeaux et avantages, qui fixe les orientations de la direction en la matière.

5.5.3.2. Les contrôles comptables anti-corruption

En 2025, Radio France a également poursuivi ses travaux visant au renforcement des contrôles comptables sur le champ spécifique de l'anti-corruption notamment à travers la finalisation de la rédaction d'une Procédure et de fiches de contrôles dédiées, ainsi qu'à travers de premières analyses des résultats des contrôles mis en place.

5.5.4. Présentation des indicateurs suivis par Radio France et des résultats 2025

Radio France suit depuis 2018 la participation des collaborateurs aux formations anti-corruption constituant notamment un élément clé de la montée en compétence des populations les plus exposées mais aussi un outil de diffusion des bonnes pratiques.

Ces indicateurs sont alimentés par rapprochement entre les feuilles de présence, des données extraites des SIRH (SI formation professionnelle et SI effectifs entreprise), les populations cibles identifiées en début d'année.

A la fin de l'année 2025, 479 collaborateurs distincts avaient suivi au moins une formation anticorruption depuis la mise en place du dispositif en 2018. Parmi ces personnes formées, **343** étaient toujours **en activité au 30 novembre 2025**.

- **Nombre de collaborateurs (actifs ou sortis des effectifs) formés et nombre d'heures de formation dispensées**

Le tableau ci-dessous présente le nombre de collaborateurs formés et le nombre d'heures de formation dispensées sur les trois dernières années 2023 à 2025.

L'année 2023 avait été une année particulière en raison de l'effet 'rattrapage' de l'année 2022 où aucune formation n'avait pu être dispensée.

Intitulé	2023	2024	2025
Nombre de collaborateurs (actifs ou sortis des effectifs) formés	104	64	72
Nombre d'heures de formation données	118,75	119,50	190

- **Répartition des collaborateurs formés en 2025 par population cible**

Cet indicateur présente la répartition par population cible des collaborateurs formés en 2025.

Les populations cibles ayant été réajustées en 2025, la présentation d'un comparatif avec les années précédentes n'est pas pertinente.

Répartition des collaborateurs formés en 2025 par population cible	2025
<i>Top 200</i>	12
<i>Acheteurs</i>	0
<i>Prescripteurs</i>	19
<i>Communication</i>	17
<i>RH</i>	0
<i>Contrôle</i>	0
<i>Plusieurs cibles</i>	7

<i>Hors cibles</i>	17
Total formés	72

- **Nombre de condamnations pour violation des lois anti-corruption**

Cet indicateur suit l'ensemble des condamnations prononcées à l'encontre de Radio France pour violation des lois anti-corruption (notamment la loi du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique dite « Sapin 2 ») et des peines prononcées en conséquence.

Aucune condamnation pour violation des lois anti-corruption n'a été prononcée à l'encontre de Radio France.

Intitulé	2023	2024	2025
Nombre de condamnations pour violation des lois anti-corruption	0	0	0

6. Annexes au rapport

- 6.1. Annexe 1 : Présentation du modèle d'affaires de Radio France**
- 6.2. Annexe 2 : Présentation de la chaîne de valeur de Radio France**

Radio France est acteur direct sur ces activités de la chaîne de valeur

AMONT

OPÉRATIONS PROPRES

AVAL

ACHAT DE BIENS ET DE SERVICES

PRODUCTION

(enregistrement, montage son...)

ÉDITION ET DIFFUSION

STOCKAGE DES INFORMATIONS

CONTRÔLE ET RÉGULATION

		ACHAT DE BIENS ET DE SERVICES	PRODUCTION (enregistrement, montage son...)	ÉDITION ET DIFFUSION	STOCKAGE DES INFORMATIONS	CONTRÔLE ET RÉGULATION
MÉDIA (émissions de radio, articles, podcasts, ...)	Opérations en direct de Radio France	<ul style="list-style-type: none"> Fourniture de biens et de services 	<ul style="list-style-type: none"> Production en propre (pas de sous traitance) de la majorité des contenus : émissions, podcasts, parcours sonores (ex : musées) ; avec des collaborateurs principalement salariés (CDI, CDDU). A noter, une dizaine d'ESP salariés (envoyés spéciaux permanents), certains dans des zones à risque. Un recours limité aux pigistes (qui n'ont pas d'exclusivité avec Radio France) Répartition géographique de la production : <ul style="list-style-type: none"> Des antennes nationales avec des correspondants régionaux (Franceinfo, France Inter, France Culture, ICI) Un réseau ICI qui possède 44 antennes locales. Pour ces antennes locales : 70-80% de la production en local ; 1/3 des effectifs de Radio France 	<ul style="list-style-type: none"> Édition et diffusion principalement en propre via la radio & l'application Radio France a en propre une régie pour la publicité à Paris et en région 	<ul style="list-style-type: none"> Stockage physique dans un entrepôt au Nord de Paris, dont les locaux sont loués à Géodis : discographique, archivage Maison de la Radio, objets du musée Radio France 	
	Opérations réalisées en partenariat entre Radio France et une partie prenante	<ul style="list-style-type: none"> Fourniture de biens et de services 	<ul style="list-style-type: none"> Quelques co-productions sur les podcasts, parcours sonores, etc. (ex : le Louvre, Museum d'histoire naturel) Participation à des fédérations professionnelles : paiement d'une participation, création de synergies via des événements, groupes de travail, participation à des actions communes (permet également un impact sur la diffusion grâce à l'accès à un catalogue de concerts européens par exemple via l'UER). 	<ul style="list-style-type: none"> Autres canaux de diffusion avec des partenaires <ul style="list-style-type: none"> Site internet (le site Franceinfo appartient à France TV et le reste appartient à Radio France) Les agrégateurs de podcast (ex. RadioPlayer, Spotify etc.) La télévision (ex : France TV) et pour ICI, les matinales filmées avec France 3 Les supports physiques (ex : parcours sonores des musées – ex : Le Louvre, Musée de la Marine) Païement de droit de diffusion aux sociétés d'auteurs et à la SACEM Perception de droits audiovisuels faibles (SACEM) car production en propre 	<ul style="list-style-type: none"> Stockage numérique : AWS, Google Cloud Platform (GCP) Stockage technique : Microsoft azure (data centers) Radio France a une clause de localisation en Europe Stockage physique dans les bureaux pour les activités de la Direction Financière, DRH, etc. avec la société Locarchives. 	<ul style="list-style-type: none"> ARCOM (cahier des missions et des charges, contrat d'objectifs et de moyens), ARPP (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité) 3 tutelles ministérielles : <ul style="list-style-type: none"> Ministère culture qui définit les objectifs Ministère du budget pour le budget de Radio France Ministère l'économie : l'APE est actionnaire
	Actions réalisées exclusivement par des parties prenantes	<ul style="list-style-type: none"> Fournisseurs : <ul style="list-style-type: none"> Agences de presses (ex : AFP pour les informations brutes) Autres fournisseurs : réseau, fournitures etc. 		<ul style="list-style-type: none"> Auditeurs : consommation des offres culturelles de Radio France Parties prenantes publicitaires <ul style="list-style-type: none"> Agence médias Annonceurs 		
PRODUCTIONS MUSICALES ET EVENEMENTS (formations orchestres, opéra, ...)	Opérations en direct de Radio France	<ul style="list-style-type: none"> Fourniture de biens et de services 	<ul style="list-style-type: none"> 4 formations musicales, composées majoritairement de salariés en CDI (quelques CDDU ponctuels) : <ul style="list-style-type: none"> l'Orchestre National de France l'Orchestre Philharmonique de Radio France le Chœur de Radio France la Maîtrise de Radio France Le renouvellement des publics et la représentativité sont au cœur de la stratégie 	<ul style="list-style-type: none"> Concerts : 2 salles de concert de la Maison de la Radio et de la Musique, l'auditorium et le studio 104 	<ul style="list-style-type: none"> Stockage physique dans un entrepôt au Nord de Paris, dont les locaux sont loués à Géodis : partitions 	
	Opérations réalisées en partenariat entre Radio France et une partie prenante	<ul style="list-style-type: none"> Fourniture de biens et de services 	<ul style="list-style-type: none"> Quelques co-productions (ex : concert du 14 juillet, bande son pour Napoléon, thème musicale des Jeux olympiques et paralympiques) et certains événements filmés ou captés (production musicales/événementiels) 	<ul style="list-style-type: none"> Événements (ex : concert du 14 juillet) : passe par un diffuseur Théâtre / Musique : <ul style="list-style-type: none"> Tournées en France, en Europe, et intercontinentales (Chine, EU) des productions musicales : locations de salles via des participations forfaitaires, partenariats... Adaptation d'émission en pièce de théâtre (ex : Affaires sensibles) Tournée des humoristes intervenant sur les antennes C'est le producteur qui prend en charge les aspects matériels (location salle, etc.) des prestations 		
DIVERSIFICATIONS (concessions, locations, livres, ...)	Opérations en direct de Radio France	<ul style="list-style-type: none"> Fourniture de biens et de services 	<ul style="list-style-type: none"> Livres : Radio France ne réalise que des co-éditions Labélisations Produits dérivés (boîtes de jeux, par exemple) Concessions Locations Ventes aux enchères 	<ul style="list-style-type: none"> Les Editions de Radio France co-éditent 15 livres et 30 disques par an (ex. Maisons d'édition Marabout, les Arènes, ...) 25 éditeurs collaborent avec Radio France Diffusion via les canaux des co-éditeurs Soutien à des ONG / associations via des espaces de publicité préférentiels (10 espaces au total) : non imposé à Radio France, sur la base du volontariat 		
	Actions réalisées exclusivement par des parties prenantes	<ul style="list-style-type: none"> Fourniture de biens et de services 	<ul style="list-style-type: none"> Livres : impression 	<ul style="list-style-type: none"> Livres : <ul style="list-style-type: none"> Vente Recyclage 		

RAISON D'ÊTRE

Définie dans les statuts de Radio France depuis le 25 juin 2021, la raison d'être de Radio France a une valeur légale. Elle est détaillée dans le rapport.

MISSIONS DE SERVICE PUBLIC

4 missions essentielles de service public définies dans le CMC* :

- Informer
- Éduquer
- Cultiver
- Divertir

VALEURS

5 valeurs, moteur des actions de Radio France et socle de sa culture d'entreprise :

- Confiance
- Proximité
- Innovation
- Indépendance
- Services

Guidée par sa raison d'être inscrite dans ses statuts, Radio France délivre ses 4 missions de service public, fixées dans le CMC* et le COM**, dans le respect de ses valeurs.

Radio France s'appuie sur des ressources solides et pérennes ...

... créant ainsi de la valeur pour l'ensemble de ses parties prenantes.

RESSOURCES

> INTELLECTUELLES

- Des marques fortes.
- Une large présence éditoriale
- 7 radios nationales, 44 stations locales, 1^{er} producteur de podcasts en Europe. Avec 3,5 millions de podcasts en ligne.
- Un savoir-faire éditorial reconnu.
- 4 formations musicales.

> HUMAINES

- 4 682 salariés en CDI, CDD et alternance (2025).
- Plus de 150 professions représentées au sein de Radio France.
- Plan d'action GEPP (gestion des emplois et des parcours professionnels) dont les objectifs sont de développer les compétences, gérer les talents, fidéliser et anticiper.
- Programme Egalité 360° : Promouvoir l'égalité professionnelle, l'égalité des chances, l'inclusion des personnes en situation de handicap et la lutte contre toutes les discriminations.

> SOCIÉTALES

- Un média de service public à l'offre diversifiée répondant à la diversité des attentes des Français.
- Une proximité éditoriale forte avec le réseau ICI.
- Ethique journalistique fortement ancrée : indépendance éditoriale, pluralisme des points de vue.

> FINANCIÈRES

- Un financement et des axes stratégiques fixés dans un COM** pluriannuel.
- L'Etat, actionnaire unique de Radio France
- 652 M€ de dotation publique de l'Etat en 2025.

> TECHNIQUES

- La Maison de la Radio et de la Musique inscrite au titre des Monuments historiques.
- 2 salles de concerts.
- 52 studios de radio et de création sur le site de Paris, et des studios dans les 44 villes des locales en régions.
- 312 personnes expertes en technologies numériques.

> ENVIRONNEMENTALES

- Un engagement environnemental fort pour répondre à la crise climatique, traduit dans « Le Tournant ».
- Un contrat Climat signé avec l'ARCOM.

POUR DÉLIVRER SES 2 ACTIVITÉS CŒUR ET SES ACTIVITÉS DE DIVERSIFICATION...

► Produire et diffuser des contenus radiophoniques.

► Produire des événements live, soutenir la création, les artistes et le patrimoine musical.

► Diversifier ses activités : location de salles, location de studios de création, éditions.

À TRAVERS UNE STRATÉGIE...

► Être un média de confiance et de lien social.

► Accomplir la mue numérique et inventer l'univers audio de demain.

► Affirmer le rôle de Radio France comme acteur culturel et musical majeur.

► Être une entreprise publique moderne, exemplaire et responsable.

CRÉATION DE VALEUR

> INTELLECTUELLE

- 1^{er} groupe radiophonique français avec près de 15 millions d'auditeurs chaque jour.
- 76% des Français consultent les sites et applications Radio France chaque mois.
- 2,1 milliards d'écoutes (directs et podcasts) en 2025 pour toutes les chaînes de Radio France, sur tous les supports.
- Un soutien aux talents musicaux et artistiques : en moyenne, 200 concerts et 800 artistes invités par an.

> HUMAINE

- 1^{re} entreprise de l'audiovisuel public à obtenir le label Diversité Afnor (en 2013) - Double label Egalité Diversité reconduit en 2025 à la suite de l'audit de suivi.
- 48% de femmes dans les instances dirigeantes (2024).
- Score de 89/100 à l'index Femme/Homme.
- Près de 70 000 heures de formation touchant près de 6 000 salariés (2024), soit 25h de formation par salarié.

> SOCIÉTALE

- 90,4% des auditeurs estime que Radio France est utile pour la société (source : baromètre d'image Toluna-Harris - moyenne vague mars 2025 et octobre 2025 - % de notes 6-10 - Auditeurs Hebdomadaires).
- 88,5% considèrent que Radio France les aide à mieux comprendre le monde (source : baromètre d'image Toluna-Harris - moyenne des stations parlées de Radio France 2025 - % de notes 6-10 - Auditeurs Hebdomadaires).
- 81% des auditeurs de Radio France habitent hors d'Île-de-France, à l'image de la société française.

- Une contribution majeure à l'éco-système des auteurs (droits d'auteurs et droits voisins) à hauteur de 44 M€.
- Plus de 180 000 personnes touchées par 130 actions d'éducation aux médias, artistique et culturelle sur la saison 2024-2025.

> FINANCIÈRE

- Ressources propres (recettes publicitaires, diversification, mécénat) : 113 M€ à fin 2025.
- Une gestion saine de la trésorerie avec +5M€ de trésorerie nette à fin 2025.
- Résultat d'exploitation à l'équilibre (+0,4 M€).

> TECHNIQUE

- Membre fondateur de l'association Ensemble pour le DAB+.
- Une participation forte de Radio France dans les discussions institutionnelles sur les sujets liés à l'audiovisuel français et européen.
- Offre audio de service public à la pointe des nouveaux usages de la radio et de l'audio.
- Intégration transparente et éthique de l'IA aux modes de production.

> ENVIRONNEMENTALE

- Sensibilisation aux enjeux environnementaux dans les programmes : 2074 programmes traitant de ces enjeux en 2025.
- 21% des émissions de gaz à effet de serre sur la consommation des énergies (Electricité, gaz, chauffage urbain et Carburants) par rapport à l'année 2019.
- Près de 500 salariés formés par Le Tournant depuis 2022 dont 150 en 2025.