



# Déclaration de Performance Extra-Financière **radiofrance**

2018



# SOMMAIRE

<b>Présentation et plan d'affaire de l'entreprise .....</b>	<b>3</b>
---	----------

## 1

<b>Présentation des principaux risques extra-financiers .....</b>	<b>8</b>
---	----------

## 2

Le processus d'identification des risques .....	8
Les principaux risques extra-financiers .....	10

### **La mise en œuvre des politiques en lien avec les risques**

<b>majeurs .....</b>	<b>11</b>
----------------------	-----------

## 3

Maitrise des effectifs .....	11
Gestion des compétences .....	12
Climat social/ dialogue social .....	13
Santé au travail .....	15
Diversité, égalité de traitement .....	17
Sécurité/ Atteinte à la sécurité des personnes et cyber-sécurité .....	18
Diversité des publics et nouveaux usages .....	19
Conformité éthique et exemplarité .....	20
Engagement de Radio France .....	22

<b>Procédure d'établissement de la déclaration de performance extra-financière.....</b>	<b>27</b>
---	-----------

## 4

**Radio France est une société nationale de radiodiffusion de service public**, constituée sous la forme d'une société anonyme à capitaux publics dont **l'Etat est l'unique actionnaire**.

**Premier groupe radiophonique français**, Radio France est un **acteur majeur et de référence qui s'adresse à tous les publics** en s'appuyant sur **sept chaînes complémentaires** (France Inter, franceinfo, France Culture, France Musique, Fip et Mouv' ainsi que sur les 44 stations locales composant le réseau France Bleu).

Radio France offre ainsi à ses auditeurs, par la diversité de ses antennes, des lectures différentes et complémentaires du monde, qu'il s'agisse d'information, de musique, de programmes de divertissement ou de mise en valeur du patrimoine. Une véritable logique de gamme a été mise en place, chaque chaîne proposant une offre destinée à rencontrer plus particulièrement l'affinité des auditeurs.

Cette logique éditoriale s'est développée et consolidée dans le respect de valeurs partagées par l'ensemble des antennes qui caractérisent la radio de service public : qualité, rigueur, indépendance, créativité, respect des différences et souci de fédérer.

En outre, Radio France est riche de **quatre formations musicales réputées internationalement** (l'Orchestre national de France, l'Orchestre philharmonique de Radio France, le Chœur et la Maîtrise de Radio France) produisant environ **200 concerts par an et est partie prenante de nombreuses manifestations artistiques tant en interne** (accompagnement d'émissions, tutorat, éducation artistique et culturelle ...) **qu'en externe** (concerts en régions et tournées à l'étranger, concerts événement comme le Concert de Paris pour le 14 juillet) qui **s'inscrivent en cohérence avec l'offre éditoriale des antennes**.





Chaîne intergénérationnelle, éclectique, moderne & citoyenne.

**1<sup>re</sup>** matinale de France  
**6,1** millions d'auditeurs chaque jour, soit 11,3 % d'audience cumulée.

**2<sup>e</sup>** radio la plus écoutée de France

**23,3** millions de vidéos vues sur le web

**1<sup>re</sup>** radio sur le streaming 28,6 millions de téléchargements de podcast

**franceinfo:**

1<sup>er</sup> média global d'information en continu de service public.

**162** journalistes  
**109,2** millions de visites mensuelles

**600** heures de reportages diffusées par an sur franceinfo  
**1,3** million de followers sur Twitter

**4,5** millions d'auditeurs chaque jour soit 8,3 % d'audience cumulée.  
**1,8** million de fans sur Facebook.



Première radio généraliste de proximité avec un réseau unique, France Bleu accompagne les auditeurs au plus vite et au plus près de leurs préoccupations, de leurs besoins et de leurs attentes.

**3,7** millions d'auditeurs chaque jour, soit 6,7 % d'audience cumulée.

**44** stations locales partout en France, près de 10/12 heures de programmes locaux quotidiens nourris d'une antenne nationale.

**près de 16,2** millions de visites par mois en moyenne sur l'ensemble de ses supports.

**+ de 1,7** million de fans Facebook, une communauté puissante.



Média global et acteur incontournable de la vie culturelle, France Culture répond aux usages des médias de l'époque et diffuse toujours plus largement le pluralisme des idées, la richesse des savoirs et le foisonnement de la création.

**1,3** million d'auditeurs chaque jour, soit 2,4 % d'audience cumulée.

**22** millions de podcasts téléchargés chaque mois et 7,8 millions de visites par mois tous supports confondus (site, applications, AMP).



Radio de l'excellence musicale, France Musique offre aux connaisseurs et aux amateurs un plaisir musical sans cesse renouvelé.

**931 000** auditeurs quotidiens, soit 1,7 % d'audience cumulée.

**1,1** million de podcasts téléchargés par mois.

**+ de 535** concerts par an.

**75 %** d'augmentation (en un an) du nombre d'écoutes sur les 7 webradios.



Radio d'accompagnement et de découverte musicale, Fip propose une offre unique de choix musicaux et invite ses auditeurs à la découverte et au voyage.

**565 000** auditeurs quotidiens, soit 1,0 % d'audience cumulée.

**5<sup>e</sup>** radio la plus écoutée ACPM  
**2,9** millions de visites par mois sur fipradio.fr.

**9,0** millions d'écoutes mensuelles sur Internet dans le monde.



Radio musicale ancrée dans la culture hip-hop, jeune et connectée, Mouv' propose une antenne, un site Web et une application mobile.

**401 000** auditeurs quotidiens, soit 0,7 % d'audience cumulée.

**325 000** abonnés à la chaîne YouTube de Mouv'.

**549 000** fans sur Facebook.

**3,9** millions de vidéos vues en moyenne, par mois, sur l'ensemble des supports.



**4** formations musicales, 2 grandes salles de concerts pour rendre la musique accessible à tous.

**213** concerts.

**246** compositeurs et 772 œuvres jouées en 2017.

**60** commandes passées par Radio France, dont 25 pour l'émission « Création Mondiale ».

Des formats musicaux innovants : Hip-Hop Symphonique avec Mouv' ; concerts-fictions avec France Culture. Le festival « Présences », un événement dédié à la création à la Maison de la radio.

**163 124** spectateurs pour les concerts des formations musicales à la Maison de la radio

Radio France est une **entreprise engagée et innovante qui propose une programmation riche s'adressant à tous en s'adaptant à l'ère du numérique et aux nouveaux usages**. Les sites Internet des chaînes enrichissent cette offre de programmes, grâce à de nombreux contenus multimédia, à une offre de podcasts en constante progression et à ses webradios.

Cette offre éditoriale est complétée par un lieu unique de création culturelle et de production, ouvert au public, qui en fait la **première entreprise culturelle en France en plaçant le public au cœur de sa stratégie**.

**Cette stratégie s'avère payante puisque pour la première fois**, Radio France a dépassé les **15 millions d'auditeurs** sur la vague **Médiamétrie novembre-décembre 2018** et a progressé sur tous les publics. **28% de l'écoute radio** se fait sur une des stations de Radio France, qui rassemble chaque jour **15.3 millions d'auditeurs** sur ses antennes.

C'est **536 000 auditeurs de plus** qu'il y a un an, alors que Radio France atteignait déjà un niveau record. Cette progression se fait notamment grâce à l'arrivée de plus de 400 000 nouveaux auditeurs de 35 à 49 ans sur les antennes du groupe (+13% en un an).

De la même manière, la fréquentation de la Maison de la Radio est en constante évolution d'année en année. En 2018, Radio France a organisé plus de 1 300 événements qui ont rassemblé 265 000 personnes. 213 concerts et coproductions ont été donnés par les formations musicales de Radio France au sein de la Maison de la radio et ont rassemblé plus de 160 000 personnes. Le succès de l'offre de concerts des quatre formations musicales permet d'installer définitivement Radio France et l'auditorium comme lieu culturel incontournable.

Radio France a également poursuivi le développement de son action à destination des jeunes publics et des scolaires avec notamment des ateliers radiophoniques et musicaux et des visites guidées qui ont rassemblé plus de 20 000 jeunes et enseignants en 2018. Cette volonté de renforcer les actions en faveur de l'éducation aux médias se traduit également sur les antennes avec de nouveaux contenus dédiés et partout sur le territoire avec le déploiement de plusieurs dispositifs visant à amplifier les rencontres avec les jeunes publics.

De la même manière, la fréquentation de la Maison de la Radio est en constante évolution d'année en année avec près de 1000 concerts, activités pédagogiques et de médiation et plus de 280.000 visiteurs dont 50 000 jeunes en 2018.

Cette croissance est par ailleurs équilibrée en termes de catégories socio-professionnelles, qui progressent dans les mêmes proportions, de même pour les progressions d'audience tant en île de France qu'en régions renforçant ainsi son caractère de service public.

En outre, la lutte contre les préjugés, les pratiques discriminatoires et, dans le même temps, la promotion de la diversité et de la cohésion sociale sont la première des missions des médias publics faisant de Radio France une entreprise pleinement engagée.

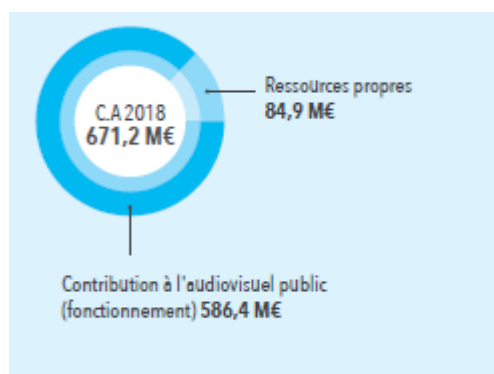
Fortement mobilisée depuis plusieurs années, Radio France a renforcé son action tant par son offre radiophonique que par sa politique de ressources humaines autour de **cinq thèmes prioritaires** basés sur les vingt-quatre motifs de discrimination déterminés par la loi : **l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes, le handicap, la diversité des origines, l'équilibre intergénérationnel, l'orientation sexuelle et l'identité de genre**.

Toutes ses valeurs et missions de service public portées par Radio France sont formalisées avec l'Etat, actionnaire unique. Les statuts, de même que le cahier des missions et des charges, qui trace le cadre d'exercice de ses missions, sont à ce titre approuvés par décret.

De la même manière, le modèle d'affaires de l'entreprise se décline de manière pluriannuelle au sein d'un contrat d'objectifs et de moyens signé avec l'Etat, assorti d'un plan d'affaires, sur une durée de cinq ans. Le contrat actuellement en cours couvre les années 2015 à 2019 et s'articule autour de trois axes majeurs :

- Radio France, radio de référence à l'ère du numérique ;
- Radio France, acteur majeur de la musique et de la culture ;
- Radio France, entreprise modernisée et responsable.

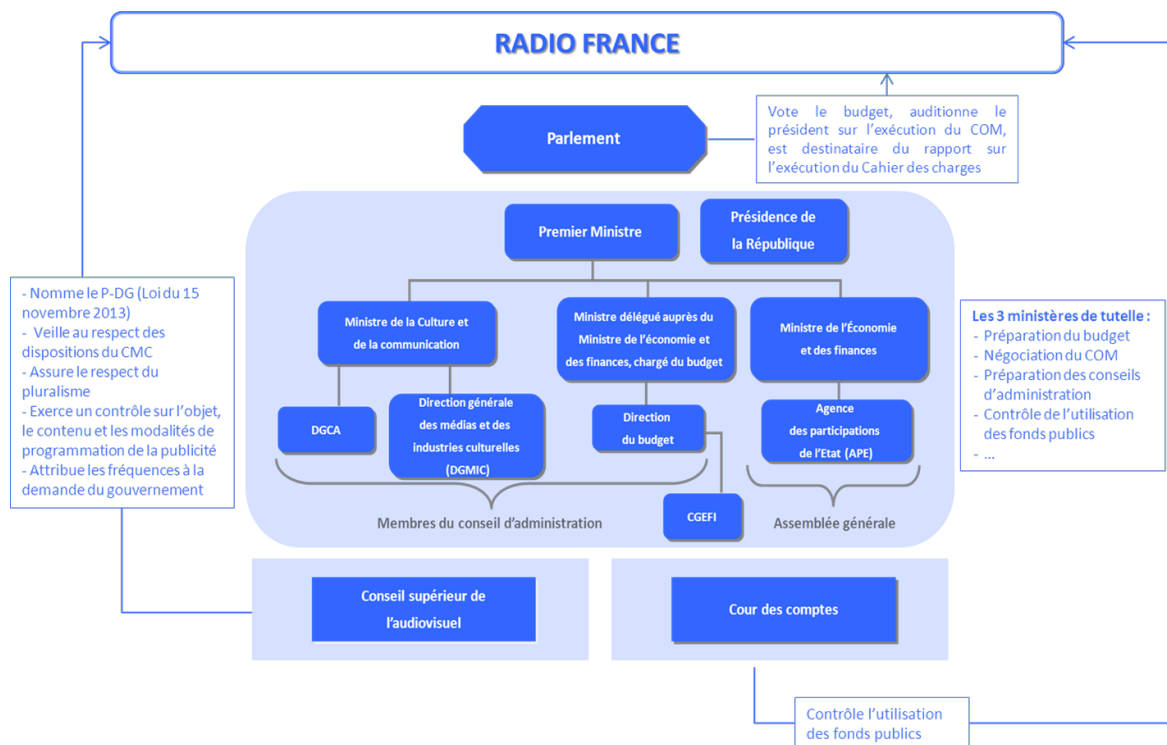
**La composition du conseil d'administration de l'entreprise reflète l'environnement institutionnel dans lequel l'entreprise évolue.** Siègent au conseil d'administration des **parlementaires issus des commissions des affaires culturelles des deux assemblées et des personnalités indépendantes désignées par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel**, régulateur de la sphère audiovisuelle dans lequel évolue l'entreprise. Parmi ces personnalités, l'une est désignée parmi les représentants des associations de consommateurs (décret du 17 janvier 2013). Cet écosystème de service public est par ailleurs renforcé par la présence au sein du Conseil d'administration de **quatre représentants de l'Etat actionnaire** : deux pour le compte du Ministère de la Culture (Direction général des médias et des industries culturelles et la Direction générale de la création artistique) et deux pour le compte des ministères financiers (la Direction du Budget et l'Agence des Participation de l'Etat).



L'environnement de contrôle de l'entreprise est également très prégnant : siège avec voix consultative au sein de son conseil d'administration le contrôleur général économique et financier auprès de la société, marquant encore une fois la dimension principalement publique du financement de l'entreprise par la contribution à l'audiovisuel public (près de 90 % de ses ressources annuelles).

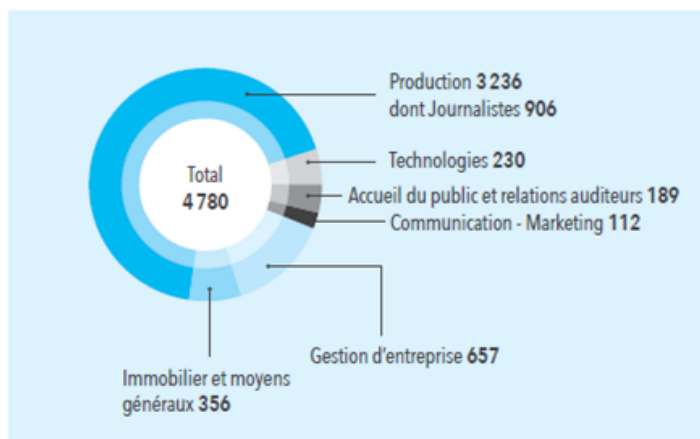
*Répartition du Chiffre d'affaires 2018*

Ce modèle d'affaire principalement issu de la ressource publique entraîne des obligations de rendre compte régulières et nombreuses auprès des différents pouvoirs publics (auditions devant les assemblées, auditions devant le CSA, contrôle de la Cour des Comptes, etc...).



#### EFFECTIFS PRÉSENTS LE 31/12/2018 PAR ACTIVITÉ

Effectifs: CDI+CDD+Alternants



Le modèle d'affaires de Radio France conduit l'entreprise à « **fabriquer tout ce qu'elle diffuse** » en interne. De ce fait, la masse salariale reste prépondérante dans les charges de l'entreprise (près de 60%).

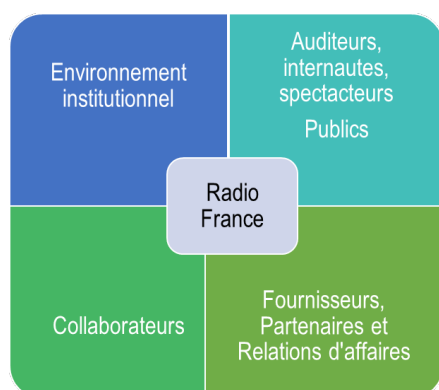
**Les collaborateurs de l'entreprise** constituent donc une part fondamentale de son modèle d'affaires, qu'ils soient journalistes, techniciens, musiciens ou producteurs car ils **sont au cœur même de la création de sa richesse**.

Cette singularité constitue un atout non négligeable pour l'entreprise à l'ère du numérique mais aussi un **fort enjeu de formation** piloté par la Délégation à la formation professionnelle au sein de la Direction des ressources humaines via l'université d'entreprise « Campus Radio France ».

**Pratiquant une politique de l'offre, elle se place dans une relation à la fois différente et privilégiée avec ses publics.** A titre d'exemple, on mentionnera les tarifs modulés des concerts afin d'ouvrir le champ musical à tous les types de publics ou bien encore les nombreuses actions pédagogiques organisées à destination des jeunes publics.

Enfin, Radio France s'appuie pour la réalisation de son plan d'affaires sur les relations avec des annonceurs publicitaires, dont le champ s'est élargi avec la modification du cahier des missions et des charges de 2016.

Elle a également ouvert son champ de relations d'affaires en augmentant son chiffre d'affaires par la location de salles de la Maison de la Radio à des opérateurs privés pour des manifestations diverses.



Pour la réalisation de ses missions, l'entreprise s'appuie également sur de nombreux partenaires de la sphère culturelle, éducative ou sportive (à titre d'exemple on citera des partenariats avec de grands festivals de musique (Chorégies d'Orange...) ou d'importantes manifestations sportives (Tour de France...), dans un cadre de couverture éditoriale des événements.

Parmi les parties prenantes de l'entreprise figurent naturellement les fournisseurs de Radio France. En tant que pouvoir adjudicateur soumis aux règles de la commande publique, l'entreprise s'est dotée de procédures de sélection de ses fournisseurs et y intègre, outre les exigences de conformité, des préoccupations en matière de développement durable et d'emploi de travailleurs en situation de handicap.

## 2 PRESENTATION DES PRINCIPAUX RISQUES EXTRA-FINANCIERS

Conformément aux nouvelles exigences de la Déclaration de Performance Extra-Financière aux termes des articles L. 225-102-1 et R. 225-105-2 du Code de Commerce, Radio France a retenu une approche par les risques afin d'aborder ses obligations en matière de Responsabilité Sociale, Environnementale et Sociétale.

Il s'agit donc d'exposer ici les principaux risques extra-financiers auxquels l'entreprise est confrontée ainsi que les politiques mises en place pour prévenir leurs apparitions et limiter leurs impacts.

Dans un premier temps, sera exposée la méthodologie d'identification des risques retenue.

### A. Le processus d'identification des risques

Radio France a élaboré en 2016 une cartographie des risques de l'entreprise. Cette cartographie a été mise à jour successivement en 2017 puis en 2018. Pour cette démarche la définition retenue du risque est la suivante :

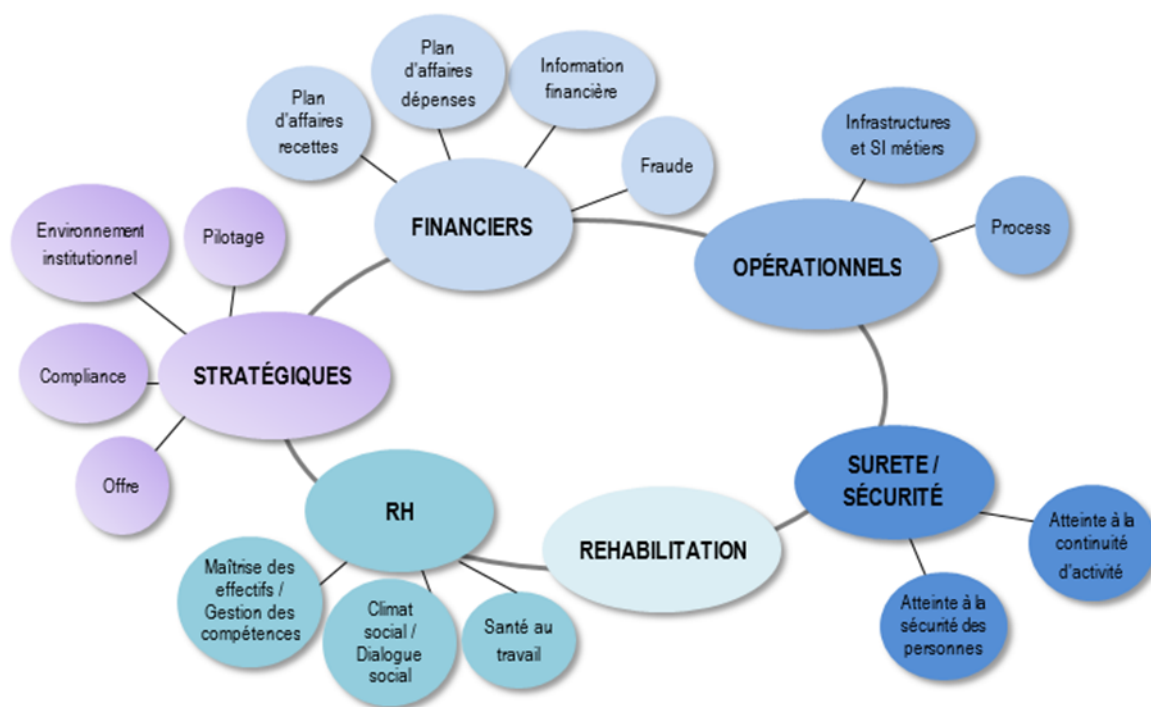
«Un risque est la possibilité que se produise un événement qui ait une incidence négative sur la réalisation de la mission de Radio France, l'atteinte de ses objectifs ou la préservation de ses actifs. »

L'évaluation s'est appuyée sur la perception du « top management » des risques auxquels l'entreprise est confrontée. Elle a été réalisée sur la base d'entretiens conduits par la direction de l'audit, du contrôle interne et de l'éthique, qui ont permis d'identifier plus d'une centaine de risques de toute nature. La cotation des risques a été effectuée au regard de deux critères : la probabilité de survenance et l'impact sur une échelle de 1 à 4, ce qui a permis de prioriser les plans d'actions de maîtrise arbitrés par le Comité exécutif de l'entreprise.



Cet exercice a permis de construire un univers avec 6 grandes familles de risques dont la survenance pourrait avoir une incidence significative sur l'activité, la situation financière, l'image de l'entreprise ainsi que sur ses perspectives d'évolution.

Cette cartographie a ensuite fait l'objet d'une nouvelle analyse afin de sélectionner les principaux risques au sens de la déclaration de Performance Extra-financière, et ainsi de pouvoir mettre en place des plans d'actions adaptés.



## B. Les principaux risques extra-financiers

RESSOURCES HUMAINES	<b>Maîtrise des effectifs</b> <i>La masse salariale de Radio France représente près de 60 % des charges de la société : il s'agit donc d'un enjeu majeur pour Radio France au regard des objectifs qui lui sont fixés par son actionnaire au sein du contrat d'objectifs et de moyens 2015-2019.</i>	3. A
	<b>Gestion des compétences</b> <i>La stratégie de transition vers le media global de Radio France afin d'adapter son offre aux nouveaux usages et la modernisation de ses processus de production et de gestion doit s'accompagner d'une évolution des compétences des collaborateurs.</i>	3. B
	<b>Climat social / dialogue social</b> <i>Dans un contexte de transformation des métiers, de modernisation rapide des processus et système d'information et de réduction des effectifs, il est indispensable d'accompagner le changement et de maintenir un dialogue social soutenu.</i>	3. C
	<b>Santé au travail</b> <i>Radio France est une entreprise de « main d'œuvre ». L'humain reste donc au cœur de sa stratégie et de ses risques.</i>  <i>Les risques de santé au travail ne doivent pas être sous-estimés dans un contexte de fortes évolutions et d'adaptations rapides de l'organisation. La Délégation à la Prévention des risques professionnels et aux conditions de travail est en charge du suivi de ces risques.</i>	3. D
SURETE / SECURITE	<b>Sécurité / atteinte à la sécurité des personnes et cyber-sécurité</b> <i>Dans la continuité des mesures prises en 2015, dans le contexte des attentats terroristes et en lien avec le Plan Vigipirate, une montée en puissance des dispositifs de sécurité passifs (mise en place de portillons à unicité de passage, d'une première tranche de caméras de vidéo protection au pourtour de la Maison de la Radio et dans les lieux d'accueil du public), permet progressivement de répondre à un niveau de risque très élevé en la matière.</i>	3. F
STRATEGIQUE	<b>Diversité des publics et nouveaux usages</b> <i>Alors que le média radio a tendance à perdre des auditeurs chaque année et dans un environnement technologique en pleine mutation, Radio France est confrontée à un enjeu de renouvellement de ses offres et se doit d'attirer un public de plus en plus nombreux et de plus en jeune. En outre, la présence sur les nouveaux supports numériques est un enjeu structurant des médias radios.</i>	3. G
	<b>Conformité éthique et exemplarité</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La protection des données personnelles</li> <li>- La prévention de la lutte contre la corruption</li> </ul>	3. H

Au-delà des risques présentés ci-dessus, Radio France s'est résolument engagée sur plusieurs enjeux considérés comme majeur à l'instar de l'égalité entre les femmes et les hommes, la diversité ou le handicap soutenu par un responsable pour la diversité et l'égalité des chances à Radio France dès 2004 puis depuis 2015 par la création du Comité Diversité.

Par ailleurs, la cartographie des risques de Radio France ne fait pas apparaître de risques majeurs de nature environnementale. Néanmoins son positionnement en termes d'exemplarité et de modernisation la conduit à mettre en œuvre une politique de protection de l'environnement et de développement durable.

Radio France a ainsi créé en 2017 le Comité Environnement et Développement Durable (CEDD). Il est composé de représentants des directions les plus impliquées dans la poursuite des objectifs environnementaux. Un réseau de correspondants a été mis en place pour accompagner cette démarche au plus près des collaborateurs, ainsi qu'une commission composée notamment de représentants des organisations syndicales. Les consommations d'énergie ainsi que la gestion des déchets font partie des thématiques particulièrement suivies par Radio France. Les travaux entrepris dans la Maison de la Radio ne permettent pas aujourd'hui de piloter finement ces sujets, ceux-ci engendrant des consommations et des déchets importants. Toutefois, l'organisation interne de Radio France s'est dotée d'un organe spécifique pour contrôler les travaux et Radio France s'engage également à minimiser les déchets produits et à les recycler au maximum.

### 3

## LA MISE EN ŒUVRE DES POLITIQUES EN LIEN AVEC LES RISQUES MAJEURS

### A. Maîtrise des effectifs

*La masse salariale de Radio France représente près de 60 % des charges de la société : il s'agit donc d'un enjeu majeur pour Radio France au regard des objectifs qui lui sont fixés par son actionnaire au sein du contrat d'objectifs et de moyens 2015-2019 notamment s'agissant de sa maîtrise.*

Conformément aux engagements pris dans le contrat d'objectifs et de moyens 2015-2019, l'entreprise s'est attachée à mettre en œuvre un pilotage rigoureux de l'évolution de ses effectifs et des dépenses de personnel. Le COM prévoit ainsi, notamment, le non remplacement d'une partie des départs naturels et une modération du budget CDD.

Parmi les dispositifs de maîtrise, on notera un accord d'entreprise signé en 2016 (couvrant la période 2016-2018) portant sur le plan d'accompagnement des départs à la retraite, dans un contexte de non remplacement d'un départ sur deux.

L'effort de non remplacement des départs naturels a été poursuivi en 2018. Radio France a ainsi enregistré une diminution de l'effectif permanent de 42 ETP. Le volume des CDD a quant à lui augmenté de 6 ETP au cours de l'exercice. L'effectif s'établit en moyenne sur l'année à 4473 ETP, dont 4119 CDI et 354 CDD (vs 4161 ETPs CDI et 348 ETPs CDD en 2017).

D'un montant de 396,8 M€ sur l'exercice 2018, les charges de personnel sont en baisse par rapport à 2017 de 9,4 M€ (-2,3 %). Cette évolution s'explique par la variation de la provision pour congés payés, la baisse des indemnités de départ et l'impact net des entrées/sorties.

En outre, un processus renforcé de validation de postes CDI contribue également à la maîtrise du risque.

	2016	2017	2018
Effectif total au 31/12	4 831	4 751	4 780
dont CDI	4 326	4 259	4 253
dont CDD	505	492	527

*\* L'effectif se compose des salariés liés à l'employeur par un contrat de travail en cours d'exécution ou suspendu à l'occasion de maladie, et ce, quelle que soit la nature de ce contrat. Les salariés à temps partiel sont comptabilisés de la même manière que ceux à temps plein.*

*\*\*L'effectif en CDD comprend les contrats à durée déterminée de droit commun et les contrats en alternance (professionnalisation et apprentissage).*

## B. Gestion des compétences

*La stratégie de transition vers le media global de Radio France afin d'adapter son offre aux nouveaux usages et la modernisation de ses processus de production et de gestion doivent s'accompagner d'une évolution des compétences des collaborateurs.*

Un accord d'entreprise sur la transition multimédia a été conclu en 2017. Il prévoit un plan de formation dédié. Le développement d'un nouveau système d'information de gestion permettant la modernisation des processus a également impliqué la mise en œuvre d'un plan de formation conséquent.

L'université d'entreprise « Campus Radio France », animée par la Délégation à la formation professionnelle au sein de la Direction des ressources humaines (« DRH »), est dédiée à la formation des collaborateurs de l'entreprise. Depuis sa création au printemps 2011, Campus Radio France est un espace de réflexion, d'intégration, de diffusion de la culture d'entreprise et d'accompagnement des évolutions auprès de toutes les catégories de personnel. Il réunit en un lieu unique les moyens humains et techniques déployés par Radio France au service du développement des compétences de ses salariés et assure une offre en adéquation avec les enjeux et les priorités de l'entreprise.

Tous les ans, la DRH élabore un plan de formation en lien avec la stratégie de l'entreprise et en tenant compte de spécificités des métiers de Radio France et de leur évolution. Ce plan s'enrichit des besoins en formation recensés et validés auprès des collaborateurs via leurs managers.

En application des orientations stratégiques de l'entreprise traduites dans le plan de formation, les actions de formation de Radio France ont porté sur les domaines suivants :

- Le soutien au déploiement de la **stratégie multimédia** ;
- Les formations visant à perfectionner l'encadrement dans le **management** des équipes se sont poursuivies et de nouveaux modules sont venus enrichir l'offre de formation ;



- Organisation d'une formation sur le thème « **Comprendre et prévenir le risque de corruption - Loi Sapin II** » ;
- L'université d'entreprise « Campus Radio France » est intervenue en application des deux accords d'entreprise en faveur de **l'égalité des chances** (Egalité Femmes/Hommes et Handicap) afin de renforcer les comportements professionnels. ;
- L'accompagnement des **politiques d'antenne des chaînes** ;
- Le plan de formation lié à **la santé et à la sécurité au travail** ;
- **Rendez-vous régulier, « les Cafés de Radio France »** : modules courts d'une heure permettant de sensibiliser les collaborateurs à toutes les activités, innovations et compétences qui font la richesse de Radio France (Le médial global dans tous ses états ; De nouveaux formats vidéo pour de nouveaux publics ; Le podcast natif ; L'accélérateur d'idées – imaginer et prototyper la radio de demain, Radio France et l'environnement... ) ;
- Enfin, Radio France s'attache à capitaliser sur les compétences de ses collaborateurs et à professionnaliser la **transmission des savoirs** pour assurer une relève de qualité dans ses métiers.

**En 2018, 6 020 stagiaires ont bénéficié d'actions de formations, pour un total de 61 989 heures de formation.**

91 % de ces heures de formation ont été allouées à trois axes principaux :

- **L'accompagnement de la modernisation** de Radio France ;
- **L'adaptation** et le perfectionnement dans les **métiers** ;
- **La santé et la sécurité au travail.**

Pour l'année 2018, le nombre moyen d'heures de formation par stagiaire est de 10 heures. Le nombre moyen d'heures de formation par salarié formé est de 22 heures.

<i>Formation</i>	2017	2018
Nombre de stagiaires	6 020	6 020
Heures de formation	60 600	61 989
Part des trois principaux axes :	88,2 %	91 %
- L'accompagnement de la modernisation de Radio France	42,8 %	43 %
- L'adaptation et le perfectionnement des métiers	30,4 %	35 %
- La santé et la sécurité au travail	15,0 %	13 %

### **C. Climat social/ dialogue social**

*Dans un contexte de transformation des métiers, de modernisation rapide des processus et système d'information et de réduction des effectifs, il est indispensable d'accompagner le changement et de maintenir un dialogue social soutenu.*

Le dialogue social occupe une place importante à Radio France. Le pôle Dialogue social de la DRH veille à la qualité du dialogue avec les organisations syndicales et organise les relations avec les institutions représentatives du personnel :

- 140 membres des comités d'établissement (titulaires et suppléants) ;
- 42 élus au comité central d'entreprise ;
- 277 délégués du personnel (titulaires et suppléants) ;
- 58 membres des CHST

Et sur l'année 2018 :

- 29 représentants syndicaux ;
- 58 délégués syndicaux ;
- 5 délégués syndicaux centraux.

L'année 2018 a été une année importante de préparation des élections professionnelles en vue de leur organisation début 2019 : le processus, initié dès le mois de janvier 2018 a abouti en octobre et novembre à la signature de plusieurs accords collectifs qui fixent le nouveau périmètre de l'organisation sociale de Radio France et assurent l'organisation du dialogue social au sein de Radio France pour la prochaine mandature.

Le processus électoral à proprement parler a démarré en décembre 2018. Ce processus important permet de faire le point sur la représentativité syndicale d'une part, et d'aboutir à la mise en place du nouveau modèle d'organisation sociale telle que prévu par la nouvelle réglementation avec la mise en place des instances en 2019.

En 2018, les instances représentatives du personnel se sont réunies comme suit :

<i>Données provisoires</i>	2018
Nombre de réunions des délégués du personnel*	450
Nombre de réunions des comités d'établissement*	85
Nombre de réunions du Comité central d'entreprise*	8
Nombre de réunions de CHSCT	57
Nombre de réunions de négociation et de commissions de suivi d'accords	87

*\* réunions ordinaires et extraordinaires*

### **Huit accords ont été signés, parmi lesquels :**

- **Accord triennal 2018 – 2020** en faveur de l'insertion professionnelle et de l'emploi des personnes en situation de **handicap** du 9 janvier 2018 ;
- **Accord triennal sur l'égalité professionnelle** entre les femmes et les hommes du 31 juillet 2018 ;
- **Accord** relatif à la mise en place des **CSE** de Radio France du 2 octobre 2018 (à durée déterminée) ;
- **Accord** sur l'exercice du **droit syndical** à Radio France du 5 novembre 2018 (à durée déterminée) ;
- **Accord** sur le recours au **vote électronique** pour les élections des membres des CSE de Radio France du 5 novembre 2018 (à durée déterminée) ;
- **Avenant à l'accord relatif à la prévoyance** pour incapacité temporaire de travail, invalidité et décès du 5 novembre 2018 ;
- **Avenant à l'accord relatif à la mise en place d'un système de prévoyance frais de santé** à Radio France du 5 novembre 2018 ;
- **Accord collectif d'entreprise sur la prorogation des mandats des membres** des comités d'établissement, des délégués du personnel, des membres des CHSCT et des représentants des comités d'établissement au CCE de Radio France du 13 décembre 2018.

En plus de ces accords collectifs d'entreprise, d'autres procès-verbaux de désaccords ou protocoles d'accords particuliers liés aux élections professionnelles ont été signés en 2018 :

- **PV de désaccord Négociation annuelle obligatoire** du 27 juillet 2018 ;
- **PAP** et son addendum du 26 novembre 2018 + 3 avenants au PAP des 6, 19 décembre 2018 et 7 janvier 2019.

Ne sont pas visés dans ce cadre les relevés de décision de fin de grève de 2018 qui n'ont pas valeur d'accord collectifs d'entreprise.

### **D. Santé au travail**

*Radio France est une entreprise de « main d'œuvre ». L'humain reste donc au cœur de sa stratégie et de ses risques.*

*Les risques de santé au travail ne doivent pas être sous-estimés dans un contexte de fortes évolutions et d'adaptations rapides. La Délégation à la Prévention des risques professionnels et aux conditions de travail est en charge du suivi de ces risques.*

Des indicateurs comme le nombre d'accidents au travail et le taux d'absentéisme font l'objet d'attention régulière.

	2015	2016	2017	2018
Taux d'absentéisme	9,80%	9,20%	8,60%	9,27%

L'année 2018 a vu le renforcement de la politique de prévention des risques professionnels au sein de l'entreprise.

Celle-ci se traduit notamment par des démarches d'analyse des accidents du travail et de mise à jour du Document unique d'évaluation des risques professionnels.

Elle repose également sur le développement d'un réseau de préventeurs au sein des différents sites et directions de Radio France, afin de renforcer la prévention des risques professionnels à tous les niveaux de l'entreprise, et au plus près des métiers et situations de travail.

Une attention particulière a été portée en 2018 à la prévention des risques psychosociaux, avec notamment la mise en place d'un dispositif d'accompagnement des salariés et des directions de Radio France face à des situations de tensions collectives, avec un cabinet spécialisé en la matière. Un projet de plan de prévention des risques psychosociaux a également été élaboré et présenté devant les instances représentatives du personnel. Celui-ci comprend notamment l'identification des facteurs RPS au sein de l'entreprise, la mise en place d'un système de veille et de suivi des indicateurs RPS, ou encore la mise en place d'une procédure spécifique pour le traitement du harcèlement moral et sexuel. Les réflexions amorcées en 2018 seront poursuivies en 2019 et devraient permettre d'aboutir à la mise en place d'un accord pluriannuel sur la qualité de vie au travail et la prévention des risques psychosociaux.

Le bilan des accidents et maladies professionnelles déclarés en 2017 et 2018 est le suivant :

Type d'évènements	2017	2018	Evolution
Nombre de maladies professionnelles déclarées	5	7	+40 %
Nombre d'accidents de trajet avec arrêt de travail	29	33	+13,79%
Nombre d'accidents de travail avec arrêt de travail	47	34	-27,66%
Taux de fréquence des accidents du travail avec arrêt de travail	7,37	5,38	-28,57%
Taux de gravité des accidents du travail	0,32	0,27	-15,62%

L'année 2018 montre une hausse du nombre de maladies professionnelles déclarées (+40%), passant de 5 en 2017 à 7 en 2018 mais reste faible en valeur absolue. De même, on observe une légère hausse du nombre d'accidents de trajet ayant entraîné un arrêt de travail (+13,79%), passant de 29 en 2017 à 33 en 2018.

L'année 2018 marque toutefois une baisse du nombre d'accidents de travail ayant entraîné un arrêt de travail (-27,66%), passant de 47 en 2017 à 34 en 2018. Ces accidents étaient principalement liés aux éléments matériels suivants :

- Emplacements de travail et surfaces de circulation (cas des accidents survenus de plain-pied)
- Véhicules (à l'exclusion des chariots de manutention et des engins de terrassement)
- Objets en cours de manipulation
- Divers (ex : malaise, piqûre d'insecte, agression)



On note ainsi une baisse du taux de fréquence de ces accidents (-28,57%), passant de 7,37% en 2017 à 5,38% en 2018. On note également une baisse du taux de gravité de ces accidents (-15,62%), passant de 0,32 en 2017 à 0,27 en 2018.

Par ailleurs, l'année 2018 a vu le renouvellement du dispositif de soutien psychologique en cas d'évènement grave assuré par la société PSYA pour une durée de 4 ans. Ce dispositif a été mobilisé 7 fois pour ce motif en 2018. A l'occasion de ce renouvellement, ce dispositif a également été élargi aux situations de tensions collectives. Ce dispositif a été mobilisé 2 fois pour ce motif.

## **E. Diversité, égalité de traitement**

Premier média de service public à avoir obtenu en 2013 le **Label Diversité**, confirmé en 2016 et renouvelé en 2018 après un audit effectué sur les pratiques de Radio France à tous les niveaux de l'entreprise, Radio France poursuit son engagement volontaire et concret en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes et lutte contre toute forme de discrimination.

**Un nouvel accord triennal sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes à Radio France** signé le 31 juillet 2018 a confirmé l'engagement de l'entreprise à renforcer sa politique d'égalité des droits et des chances, enjeu majeur de cohésion sociale. En qualité de groupe radiophonique remplissant une mission de service public Radio France se doit d'être un modèle de mixité qui recouvre tant la diversité que la parité.

Dans cet accord, quatre domaines d'actions prioritaires sont soulignés, réaffirmant la volonté de Radio France de promouvoir de manière effective l'égalité professionnelle et salariale entre les femmes et les hommes au sein de Radio France :

- la promotion professionnelle ;
- la rémunération effective ;
- l'évolution des mentalités et la lutte contre les discriminations liées au sexe ;
- l'articulation entre l'activité professionnelle et la vie personnelle.

**En 2018, le pourcentage de femmes dans l'effectif total est de 43,5% dont 35% d'entre elles parmi les cadres de directions.**

### **▪ Egalité de traitement**

Radio France a poursuivi en 2018 ses actions visant à mieux représenter la société française dans toute sa diversité tant dans son offre radiophonique, dans sa production musicale et culturelle, que par sa politique de ressources humaines.

Conformément aux engagements 2018 pris par Radio France auprès du Conseil Supérieur de l'audiovisuel en application de la délibération n° 2015-34 du 16 septembre 2015 tendant à favoriser la représentation de la diversité de la société française dans les programmes, les actions menées l'ont été autour de **cinq thèmes prioritaires** basés sur les vingt-quatre motifs de discrimination déterminés par

la loi : l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes, le handicap, la diversité des origines, l'équilibre intergénérationnel, l'orientation sexuelle et l'identité de genre.

#### ▪ Mise en œuvre du nouvel accord handicap

Le nouvel accord triennal en faveur de l'insertion professionnelle et du maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap, signé en décembre 2017, dans un objectif d'égalité de traitement et d'équité entre les salariés, a fait l'objet d'une communication spécifique. Un guide pratique ayant pour objectif d'informer sur l'ensemble des mesures d'accompagnement prévu par l'accord a été transmis au domicile des salariés et diffusés sur l'intranet de l'entreprise.

En décembre 2018, une solution itinérante pour faciliter l'accessibilité des outils de production aux personnes en situation de handicap visuel a fait l'objet d'une présentation à l'attention des signataires de la Charte CSA visant à favoriser la formation et l'insertion professionnelle des personnes handicapées dans le secteur de la communication audiovisuelle.

Chaque année, Radio France soutient la Semaine pour l'Emploi des personnes en situation de handicap. Près de 800 personnes se sont mobilisées en 2018 en participant à des actions de sensibilisation pour lever des freins, changer le regard sur le handicap et 50 volontaires dans le suivi de cours de langue des signes française proposés par Radio France en 2017 poursuivent leur démarche en 2018.

	2015	2016	2017	2018
Taux d'emploi des personnes en situation de handicap à Radio France*	3,43%	3,56%	4,02%	5,82%

\*taux publié à partir des données transmises par l'AGEFIPH

## F. Sécurité/ Atteinte à la sécurité des personnes et cyber-sécurité

*Dans la continuité des mesures prises en 2015, dans le contexte des attentats terroristes et en lien avec le Plan Vigipirate, une montée en puissance des dispositifs de sécurité passifs (mise en place de portillons à unicité de passage, d'une première tranche de caméras de vidéo protection au pourtour de la Maison de la Radio et dans les lieux d'accueil du public), permet progressivement de répondre à un niveau de risque très élevé en la matière.*

Une vigilance accrue des personnels de la Délégation Accueil et Sécurité, et des actions de sensibilisation sont également mises en œuvre. De plus des travaux de réhabilitation de la Maison de la Radio ont été entrepris dans un objectif d'augmenter la sécurité relative notamment aux incendies.

En outre, dans le cadre du COM 2015-2019 et de la stratégie de développement des activités de Radio France, plusieurs dispositifs de sécurité informatique et de protection des données ont été mis en œuvre. Devant la recrudescence des attaques informatiques dont les médias sont devenus les cibles, Radio France a renforcé son Système de Management de la Sécurité de l'Information (SMSI) décliné en un plan annuel de projets et d'actions dans un objectif d'amélioration continue.

En matière de sécurité, cinq risques majeurs sont à prendre en considération :

- les risques naturels ;
- les risques cyber ;
- les risques terroristes ;
- les risques technologiques ;
- les risques pandémiques.

Afin de contribuer à la réduction de l'impact d'événements indésirables, Radio France a élaboré une « Politique de prévention et de gestion des incidents et des crises », fondée sur 6 principes. Cette politique est déclinée sous forme d'une « Procédure de prévention et de gestion des incidents et des crises » au sein des principales directions supports et antennes. Celle-ci précise les dispositions prévues pour assurer la gestion, avant, pendant et après, un événement, ainsi que les dispositions pour entraîner les équipes avec la mise en place d'un exercice.

A ce titre, au moins un exercice annuel couvrant l'un de ces cinq risques est organisé. Cet exercice peut être sur table, ou en dimension réelle. De manière récurrente, la direction de l'Etablissement à travers la délégation Sécurité et Prévention Incendie, organise un exercice, en condition réelle, de déploiement des dispositifs de protection de la maison de la Radio en cas de crue majeure de la Seine.

De même, en 2018, un exercice a été réalisé sur un des cinq risques majeurs. Le 11 décembre 2018, les équipes de plusieurs directions ont participées à l'exercice Sequana 15-18 de simulation d'une crue majeure de la Seine.

L'indicateur clé de performance retenu sera donc le nombre d'exercices réalisé au cours d'une année couvrant l'un des cinq risques majeurs.

## **G. Diversité des publics et nouveaux usages**

*De par sa nature même et son financement à près de 90% par des ressources publiques, Radio France place au cœur de toutes ses actions ses publics au regard d'un triptyque célèbre : informer, éduquer, divertir. C'est de la fédération du public autour de ses offres que Radio France tire toute sa légitimité.*

Face au foisonnement des offres et contenus disponibles en ligne et à l'érosion du média radio, Radio France a identifié plusieurs thématiques pour lesquelles son savoir-faire et son expertise doivent permettre d'élargir encore sa rencontre avec tous les publics et notamment les plus jeunes d'entre eux.

En matière d'information en ligne, l'exposition de Radio France a beaucoup progressé. franceinfo s'est installée parmi les premières offres d'information en ligne en affichant des résultats exceptionnels : régulièrement n°1 en visiteurs uniques (classement Mediamétrie) et dans le top 3 des sites en visites (classement ACPM). D'autre part, France Bleu a continué de progresser fortement sur l'information de proximité, dépassant nettement ses précédents records de fréquentation établis en période électorale en 2017. Les visites sur les supports numériques de France Bleu ont augmenté de près de 50% en 2018.

En matière de savoirs, l'offre « *franceculture.fr* » a été consolidée. Le positionnement du site en direction d'une actualité éclairée par les savoirs remporte régulièrement d'importants succès. Par ailleurs, de nouveaux modules vidéo ont été mis en place, garantissant par là même une meilleure exposition de

l'offre « *franceculture.fr* » sur Facebook, notamment dans le cadre du label Culture Prime. A l'instar des autres chaînes, France Culture s'est fortement investie dans le développement des podcasts originaux (podcasts natifs), programmes diffusés directement en ligne indépendamment de la grille radio et qui apportent une diversification éditoriale à l'offre.

En matière de musique en ligne enfin, Radio France a fait le choix de proposer des angles d'écoute très éditorialisés. Grâce à la richesse de ses antennes musicales, l'entreprise peut offrir aux auditeurs des possibilités de découverte très divers couvrant tous les genres musicaux.

Conformément aux objectifs du COM, Radio France a développé depuis 2016, dans le prolongement de ses antennes Fip et France Musique, deux nouvelles offres de webradios thématiques qui comptent désormais chacune sept webradios. Celles-ci s'ajoutent à « *Mouv'Xtra* » lancée en 2015 (renommée *Mouv' 100% mix* en 2018). Accessibles *via* les sites et les applications mobiles, ces nouvelles offres musicales en ligne permettent de prolonger et de personnaliser l'écoute des antennes. Elles mettent en valeur la qualité de programmation des antennes du groupe, valorisent son patrimoine radiophonique unique et renforcent sa puissance de prescription.

Cette volonté de toucher tous les publics s'appuie donc autant sur les fondamentaux de l'entreprise que sur une stratégie numérique visant à prendre en compte les nouveaux usages.

Ainsi Radio France a su développer « l'hyper radio » ou la disponibilité de la production des antennes et formations sur tous les supports et à tout moment. Cette stratégie passe à la fois par la refonte des sites et applications que par la distribution et la valorisation des contenus sur les plateformes tierces et réseaux sociaux : les applications mobiles de l'entreprise sont fortement montées en gamme entre 2017 et 2018 : portées par Fip et franceinfo: (2016), puis France Inter et France Bleu (2017) et *Mouv'* (2018). L'offre de Radio France, dans son ensemble, a également été adaptée aux terminaux mobiles qui représentent, depuis mars 2016, plus de la moitié des visites de sites internet en France.

## **H. Conformité éthique et exemplarité**

### **▪ Conformité éthique et exemplarité**

*Dans le cadre du respect de ses obligations de conformité mais également dans un souci d'exemplarité, Radio France a mis en œuvre des plans d'actions volontaristes afin de répondre à ces enjeux.*

#### **○ La protection des données personnelles**

Radio France a accès et collecte des données sensibles. Dans la continuité des travaux entrepris depuis 2016, Radio France a poursuivi sa démarche de mise en conformité au Règlement Général sur la Protection des Données en nommant une déléguée à la Protection des Données Personnelles en janvier 2019. La société a également mis en place un plan d'action et une politique formalisée de protection des données personnelles visant à préciser son organisation interne ainsi que les grands principes applicables.

Les travaux menés en 2018 ont, notamment, concerné :



- La création et l'animation d'un réseau de correspondants données personnelles ;
- Le pilotage de groupes de travail avec les directions responsables de traitement et les directions support ;
- La poursuite du recensement, l'analyse et la sécurisation des traitements identifiés contenant des données personnelles ;
- La mise en place de méthodes, de processus et de référentiels ;
- La poursuite de la sécurisation juridique et des systèmes d'information ;
- Le déploiement progressif d'actions d'information et de sensibilisation des collaborateurs.

○ **La prévention de la lutte contre la corruption (Loi Sapin 2)**

Radio France a ouvert en 2017 un chantier visant à décliner les exigences inscrites dans la loi n°2016-1691 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 ».

En 2018, Radio France a poursuivi la mise en œuvre du plan d'action adopté en 2017. Elle s'est développée sur trois axes :

- L'entrée en vigueur du « Code de conduite relatif à la probité dans les relations d'affaires » : Annexé au règlement intérieur, il s'applique à l'ensemble des collaborateurs.
- Le déploiement d'un programme de formation conséquent : 176 personnes relevant des fonctions les plus exposées au risque de corruption ont participé à des formations organisées dans le cadre de l'université d'entreprise de Radio France (CAMPUS). La démarche a été étendue par la Direction audit, contrôle interne et éthique (DACIE) sous forme d'interventions auprès de plusieurs chaînes et directions et s'est poursuivie par la mise en ligne des modules de formation, permettant ainsi une très large sensibilisation. De nouvelles actions seront développées en 2019.
- La création d'un dispositif d'alerte : Il est destiné à recueillir, avec le niveau de confidentialité et de protection requis, les signalements des collaborateurs qui auraient été témoins de situations à risques ou de comportements inappropriés.

Le paramétrage et l'ouverture de la plateforme sont prévus pour le 1<sup>er</sup> trimestre 2019.

## I. Engagement de Radio France



Exemples de panneaux de communication pour la semaine du développement durable

2018 a été marquée par une étape importante, en effet le 4 Avril 2018, Radio France a signé la Charte Développement Durable des Entreprises et Etablissements Publics, avec le Ministère de la transition écologique et solidaire.

Radio France confirme ainsi sa volonté d'intégrer les exigences du développement durable dans toutes ses actions et son fonctionnement et se réjouit de rejoindre les 75 organismes publics déjà engagés au sein de ce Club.

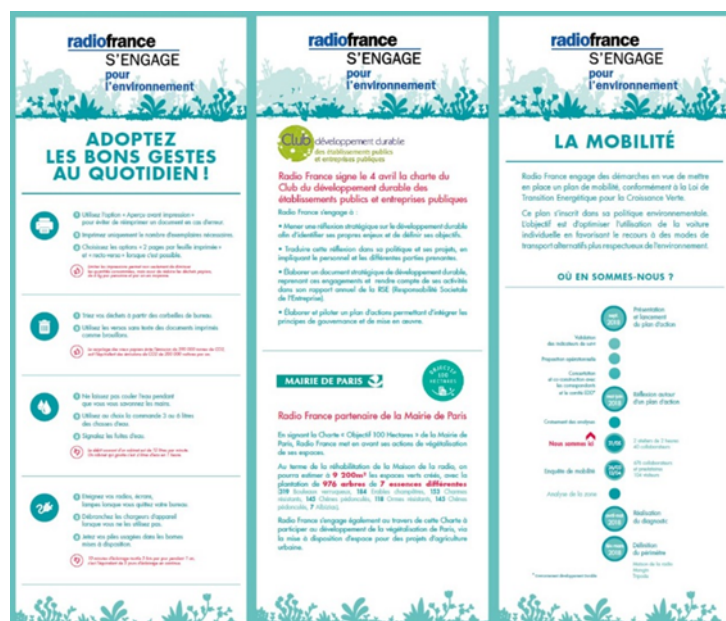
Pour faire vivre cet engagement, un réseau de 17 correspondants a également été mis en place afin de faire le relai des actions dans leurs directions respectives, mais également de permettre une remontée d'informations sur les attentes des salariés sur la démarche environnementale.

Le réseau de correspondants en place, permet de déployer les actions au sein des directions et de faire passer les messages au plus grand nombre, plus efficacement que les affiches ou les mails diffusant l'actualité de la démarche (système interne de communication) ces actions permettent de faire connaître et de faire accepter la démarche dans un cadre participatif.

La communication, permettant l'information et la sensibilisation de nos salariés au développement durable, est une priorité de notre démarche. A cet effet, Radio France a organisé, de nombreux événements à destination de ses salariés, comme à l'occasion de la semaine du développement durable ou de la semaine de mobilité.

Durant la Semaine du développement durable 2018, notre communication s'est focalisée sur les bons gestes (tri des déchets, gaspillage alimentaire), les engagements (comme la signature de la Charte du CDDEP) et les actions en cours (notamment sur la réalisation du plan de mobilité).

La semaine de la mobilité a quant à elle permis de mettre en place des animations pour les cyclistes (prêt de vélos électriques, trottinettes, gyroroues), et, pour les automobilistes une sensibilisation à l'éco-conduite.



### **FOCUS - Le Club Développement Durable des établissements et entreprises publics (CDDEP)**

*Créé en 2006, le club développement durable des établissements et entreprises publics (CDDEP) rassemble plus de soixante-quinze structures volontaires, très diversifiées en taille, en missions et dans leurs statuts, qui œuvrent pour décliner de façon exemplaire la responsabilité sociétale au sein de leur organisme.*

*Cette diversité est un puissant levier de réflexion collective pour participer et accompagner la transition écologique et solidaire de notre société.*

*Le CDDEP fonctionne de manière collaborative pour la mise en place d'outils méthodologiques, liés au contexte spécifique des organismes publics, dans le domaine de la responsabilité sociétale. Ce fonctionnement permet notamment de capitaliser et de diffuser les connaissances et d'échanger sur les bonnes pratiques.*

*Animé par le commissariat au développement durable du Ministère de la transition écologique et solidaire, le CDDEP représente plus de 800 000 agents concernés par la démarche de responsabilité sociétale de leur organisme (RSO).*

### **La consommation énergétique**

Radio France porte une attention toute particulière à la maîtrise sa consommation d'énergie et d'eau. Les travaux entrepris dans la Maison de la Radio entraînant des difficultés au niveau de la gestion énergétique, il est toutefois difficile de faire des prédictions dans cette situation. Néanmoins, l'organisation interne de Radio France s'est dotée d'un organe spécifique pour contrôler ceux-ci.

Les actions de déploiement de l'éclairage LED continuent sur l'ensemble de nos sites parisiens, ainsi qu'en région notamment sur les stations de Clermont-Ferrand, Mont-de-Marsan et Grenoble.

En MWH	2016	2017	2018	ECARTS
CONSOMMATION D'ELECTRICITE				
Maison de la Radio*	19 534	19 725	<b>19 711</b>	-0,1%
Immeuble Mangin	1 653	1 890	<b>1 780</b>	-5,8%
Site de Campus	70	73	<b>78</b>	6,8%
France Bleu**	5 751	5 635	<b>5 437</b>	-3,5%
CONSOMMATION DE CHAUFFAGE URBAIN				
Maison de la Radio	2	234	<b>4</b>	-98,3%
Immeuble Mangin	858	570	<b>619</b>	8,6%

\*Hors Base Vie Chantier

\*\* Données sur 38 stations en 2018 et en 2017 (36 en 2016)

Les consommations énergétiques de la maison de la Radio sont impactées par les travaux de réhabilitation énergivores. Les actions sur l'éclairage menées en région sur les implantations du réseau

France Bleu et sur les sites Maison de la Radio et Mangin permettent de diminuer nos besoins en électricité.

### La gestion des déchets – L'économie circulaire

La gestion des déchets est une préoccupation importante de Radio France. Dans le cadre de sa démarche environnementale, différentes expérimentations sont menées, et entérinées lorsque les tests sont concluants afin de s'adapter au plus près des usagers.

C'est par exemple le cas de l'installation de cendriers permettant la collecte et la valorisation des mégots de cigarettes, qui ont été testés durant 3 mois sur 3 localisations de la Maison de la Radio. A l'issue de ce test un sondage envoyés aux collaborateurs a permis de conserver les cendriers et d'en rajouter des supplémentaires à la Maison de la Radio et à Mangin.

Fin 2018, un nouveau test a été mis en place, pour l'installation d'un « Centre de Tri », permettant de collecter les bouteilles en verre, les gobelets (plastiques et cartons), les stylos, les bouchons, les cartouches d'encre, les ampoules, ou encore les piles au centre de la Maison de la Radio. Ce test est toujours en cours à l'heure actuelle, le nombre de boîtes et la diversité des déchets collectés ont été augmentés.

Radio France possède ses propres ateliers d'impression. Les salariés de ces locaux n'utilisent absolument aucun produit liquide dangereux ou produit toxique CMR. Les déchets sont gérés de façon responsable. Les toners sont par exemple récupérés et recyclés par la société CONIBI. Les déchets d'équipements électriques et électroniques sont quant à eux récupérés, réparés et/ou recyclés par les fournisseurs de Radio France ou bien par la société Recycl'Ordi.



	2016	2017	COMPTES 2018	ECARTS
CARTOUCHES D'IMPRESSSION - TONERS				
Poids de cartouches récupérés (kg)	682	896	<b>1 646</b>	83,7%
Nombre de cartouches	1 897	1 432	<b>2 284</b>	59,5%
%de valorisation matière	75%	59%	<b>71%</b>	20,3%
%de valorisation énergie	25%	24%	<b>22%</b>	-8,3%
%de retour constructeur	0,0%	17,0%	<b>7%</b>	17,0%
Economie de CO2 (kg eqCO2)	731	1043	<b>2 226</b>	113,4%



A la suite des actions de sensibilisation du personnel de la restauration entamées les années précédentes, la lutte contre le gaspillage alimentaire s'est concentrée cette année sur les actions de communication. Un cycle de formation du personnel de restauration sur le gaspillage alimentaire a été mis à l'étude au dernier trimestre 2018, et des moyens de réduction des quantités servies ont d'ores et déjà été mis en place au niveau du service afin de limiter les déchets alimentaires.

Lors de la semaine du développement durable, une communication via affichage a été faite afin de sensibiliser les salariés.

En outre, afin de lutter davantage contre le gaspillage du pain et afin de responsabiliser le personnel, le petit pain est depuis la fin de l'année facturé.

Le chantier de réhabilitation de la Maison de la Radio est bien évidemment le plus impactant sur l'environnement. Celui-ci est réalisé dans le cadre d'une démarche HQE. L'objectif est d'une part d'améliorer les performances du bâtiment et d'autre part de réaliser les travaux en mettant en place des mesures concrètes de prévention permettant d'éviter le rejet de polluants et de déchets dans l'environnement.

Ces moyens de prévention sont décrits dans une Charte du Chantier Vert qui est signée par l'ensemble des entreprises travaillant sur le chantier. On peut noter notamment :

- Un système de bac à décantation opérationnel pour les eaux de lavage des engins et des centrales à béton,
- Des voies imperméables formant rétention afin de limiter les salissures de boue à l'extérieur du chantier pour les accès livraison
- L'organisation d'un tri sélectif pour les déchets de chantier avec mise en place d'une signalétique sur la zone de tri et identification précise des différents conteneurs ou éléments de stockage par phases de travaux. La mise en œuvre de filets de protection pour les bennes accueillant les déchets susceptibles de s'envoler.

Les volumes de déchets issus du chantier dépendent des phases de travaux, mais l'objectif reste de recycler le maximum de déchets.

95,4 % des déchets du chantier ont été recyclés en 2018.

En Tonnes	2016	2017	2018	ECARTS
DECHETS REHABILITATION				
<b>Déchets de Chantier</b>	<b>866</b>	<b>358</b>	<b>72</b>	<b>20,1%</b>
Valorisation matière-Recyclage	685	275	57	20,7%
Valorisation énergétique	181	83	15	18,1%
<b>GIM (Gravats Impurs)</b>	<b>316</b>	<b>182</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>
Valorisation matière-Recyclage	289	166		0,0%
Valorisation énergétique	27	16		0,0%
<b>Gravats</b>	<b>93</b>	<b>1 324</b>	<b>252</b>	<b>-81,0%</b>
Valorisation matière-Recyclage	93	1 324	252	-81,0%
<b>TAUX DE RECYCLAGE</b>	<b>83,7%</b>	<b>94,7%</b>	<b>95,4%</b>	

Dans le contexte spécifique du chantier de réhabilitation de la Maison de la radio l'indicateur clé de performance retenu jusqu'au terme de celui sera la part des déchets valorisés.

**Exercice 2018****Radio France**  
**Déclaration de performance extra-financière (DPEF)**

--

**Eléments méthodologiques****Contexte et objectifs**

Objectif : Remontée des principales informations et actions mises en œuvre en matière de performance extra-financière, relevant notamment de la responsabilité sociale et environnementale (RSE).

L'engagement de Radio France à intégrer les critères environnementaux, sociétaux et de gouvernance (ESG) dans sa gestion, sa stratégie éditoriale et dans le développement de l'ensemble de ses actions, se traduit par une revue annuelle qui a été dotée d'une procédure spécifique en vue de l'établissement du rapport RSE 2015, procédure adaptée et enrichie en 2016 et 2017. La déclaration de performance extra-financière est réalisée en 2018 selon une méthodologie similaire.

Depuis cette date, la déclaration de performance extra-financière, anciennement rapport RSE, est établie sous la responsabilité du Secrétariat général, et sa rédaction fait l'objet de plusieurs réunions de réflexion et de cadrage, à partir du mois de novembre, pour une rédaction définitive après collecte des éléments réclamés au cours du mois de mars de l'année suivant l'exercice pour lequel le rapport est établi.

Au-delà d'un simple rapport, il s'agit en effet d'une procédure visant à partager les objectifs de Radio France en termes de RSE et à mieux faire appliquer les dispositions qui en découlent.

De manière cohérente avec la procédure établie pour la déclaration de performance extra-financière, des rapports annexes sont produits qui permettent de mettre en avant tel ou tel aspect de l'action de Radio France, par exemple en matière de diversité, d'égalité femme-homme ou d'éducation aux médias et à la création culturelle.

**Périmètre et période**

Le reporting couvre l'ensemble des directions de la société.

Les données collectées doivent correspondre à la période couvrant le 1er janvier 2018 au 31 décembre 2018.

Selon les indicateurs demandés les valeurs renseignées doivent correspondre à des valeurs ponctuelles (à fin décembre) ou consolidées des données pour l'ensemble de l'année.

**Méthodologie et calendrier**

Les représentants délégués par l'ensemble des directions opérationnelles sont réunis le lundi 3 décembre 2018 sous la présidence du Directeur des relations institutionnelles et internationales, qui a

précisé les orientations générales du Rapport RSE, aujourd'hui déclaration de performance extra-financière, et en a rappelé les objectifs. L'ensemble des directions ont alors été sensibilisées aux différents indicateurs réclamés, sur la base des nouvelles dispositions prises par le législateur à partir de l'exercice 2018.

Enfin, le Rapport est soumis aux auditeurs de Mazars qui sont chargés pour 2018 d'en vérifier la véracité, par examen des procédures de recueil des données et des sources utilisées par les différents contributeurs. Cet examen a lieu au cours de la deuxième quinzaine de mars et des premiers jours d'avril 2019.

## Rôles et responsabilités

Sous l'autorité du Secrétaire général, la coordination de la rédaction de la Déclaration est confiée à la Direction des relations institutionnelles et internationales.

## Précisions

- **Indicateurs sociétaux** : ensemble des activités d'édition et de diffusion des programmes de Radio France, mais aussi les partenariats, l'implication des antennes dans la vie publique et la transmission des informations et des connaissances, ainsi que les activités annexes d'éducation aux médias et à la culture, le rôle de la radio publique dans l'animation du débat public en direction de toutes les classes d'âge et catégories sociales.
- **Indicateurs sociaux - Employés concernés** : ensemble des salariés compris dans les effectifs de la société (CDI, CDD), et ce pour l'ensemble des Directions couvrant tout le périmètre d'activité de Radio France (les 7 antennes, production, diffusion, administration, gestion, au niveau national et local, les 4 formations musicales, la production culturelle, l'action pédagogique)
- **Indicateurs environnementaux - Activités concernées** : ensemble des activités de la société (production, administration, chantier de réhabilitation de la Maison de la Radio, implantation des 44 stations locales de France Bleu, etc.

## Exclusions

La lutte contre le gaspillage alimentaire, la lutte contre la précarité alimentaire, le respect du bien-être animal, l'alimentation responsable, équitable et durable ne sont pas pertinentes au regard du fonctionnement interne de Radio France, Toutefois, ces sujets peuvent être adressés au sein des programmes.

## Soc. : Emploi

---

### Indicateur 1 : Effectif total salarié

Définition :

Il s'agit des personnes inscrites dans la société, quelle que soit la nature de leur contrat de travail, et étant payées (ou non payées pour une durée d'absence non significative) par la société au dernier jour de la période payée sur la période de référence.

Il faut ainsi remplir 2 conditions :

- Avoir un contrat société
- Etre payé, ou non pour une durée d'absence non significative (inférieure à un mois), par la société.

Exemple : 1 salarié à temps partiel sera compté comme 1 salarié.

**Effectifs inclus :**

- a. Personnel payé et présent au travail
  - Temps plein ou temps partiel
  - Contrats à durée déterminée ou indéterminée
  - Contrats de type particulier, contrats d'apprentissage, contrats en alternance
- b. Personnel payé et absent au travail ou personnel non payé et absent pour une durée continue inférieure à un mois
  - Congés payés
  - Congés maladie indemnisés
  - Congés maternité et paternité
  - Congés conventionnels pour événements familiaux
  - Périodes militaires
  - Congés sans solde
- c. Personnel détaché (à l'étranger ou dans le même pays) :
  - Les critères pour distinguer un détaché d'un expatrié s'appuient sur la couverture sociale et le contrat de travail (pas de notion de refacturation et de durée de détachement). Le personnel détaché par la société A à la société B conserve son contrat de travail avec sa société d'origine A et bénéficie de la protection sociale de son pays d'origine. Le « détaché » ne figure pas à l'effectif de la société d'accueil B et doit être rattaché à la société A.
- d. Personnel expatrié (à reporter dans la société réceptrice, et non dans sa société d'origine car le contrat de travail est local)
- e. Stagiaires sans convention d'école (Obligation d'un contrat de travail avec l'entreprise)
- f. Personnel licencié pour motif économique dont la période de préavis est en cours

**Effectifs exclus :**

- a. Congés sans solde d'une durée continue supérieure à un mois (contrat suspendu)
  - Congé parental
  - Formation individuelle
  - Convenue personnelle
  - Fonction élective



- Personnel en formation (+ 500 heures)
- b. Longue maladie sans indemnisation
- c. Service national (avec rupture du contrat de travail) ou V.I.E
- d. Stagiaires étudiants avec conventions d'école
- e. Personnel indemnisé postérieurement à l'expiration du contrat de travail (au titre des années précédentes) - Exemple : indemnisation pour clause de non concurrence
- f. Personnel ayant adhéré au C.A.T.S (pré retraite dont le contrat n'est pas rompu mais simplement suspendu)
- g. Intérimaires (Contrat de travail établi par la société d'intérim) et autres contrats passés avec des sociétés extérieures (ex. sous-traitants)

## **Soc. : Formation**

---

**Objectif :** Cette partie a pour objectif de suivre l'effort de formation à destination des salariés de Radio France.

Sont comptabilisées les formations suivies par les salariés de la société (toutes catégories socio-professionnelles confondues) pendant et/ou hors temps de travail, qu'elles soient :

- Présentielles : Les salariés sont encadrés dans un programme de formation formalisé, en présence de formateurs internes ou externes de la société, ou des
- Formations à distance : Les salariés suivent une formation en e-learning ou avec un formateur à distance, didacticiel.

### **Indicateur 2 : Nombre total d'heures de formation**

Définition : Il s'agit de comptabiliser le nombre total d'heures de formation suivies (en interne ou externe) par l'ensemble des salariés de la société sur l'année, pendant et/ou hors temps de travail.

Méthode de calcul : Pour un jour de formation, est compté le nombre moyen habituel d'heures travaillées par le salarié. Une journée standard de formation sera comptabilisée comme une journée de 8 heures.

Le temps passé en stage hors des périodes de cours (transport, nuitées, repas, etc.) n'est pas comptabilisé.

Formation à distance : Pour la formation à distance, il s'agit de comptabiliser uniquement la durée théorique du module suivi et terminé par le salarié, quelle que soit la durée du temps passé.

Exemples de types de formation à inclure :

- Formation technique directement liée au poste occupé
- Formation technique générale non directement liée au poste occupé

- Formation au management et au leadership
- Formation langues
- Formation bureautique
- Formation EHS & Sécurité
- Formation diplômante et/ou académique (toutes les heures de formation diplômante indépendamment du domaine, et les heures de formation générale / académique)

**Informations complémentaires :**

- Les réunions d'information d'une durée de quelques heures, par exemple sur la sécurité, ne donnent pas lieu à une comptabilisation en termes de stage de formation
- Les heures de coaching (coaching on the job) ne sont pas prises en compte
- Un stage de formation inférieur à 1h n'est pas pris en compte
- Dans le cas où le formateur est un salarié de la société, ses heures de formation passées en tant que formateur ne sont pas à prendre en compte
- Cas particuliers : l'ensemble des formations suivantes doit être pris en compte :
  - Congés Individuels de Formation (CIF)
  - Droits Individuels à la Formation (DIF)
  - Formations non imputables
  - Heures passées en établissement scolaire ou assimilé par les contrats de professionnalisation

**Indicateur 3 : Part de l'effectif ayant suivi des formations**

Il s'agit de suivre le nombre des salariés qui ont participé aux stages de formation durant l'année. Seules les formations rentrant dans les critères présentés ci-dessus (cf indicateur 5) sont à prendre en compte.

**Méthode de calcul :**

$$\text{Part de l'effectif ayant suivi des formations} = \frac{\text{Nombre de salariés ayant suivi une formation}}{\text{Effectif total salarié}}$$

Il s'agit de comptabiliser le nombre de salariés ayant suivi au moins un stage sur l'année. En revanche, un salarié ayant suivi plus d'un stage n'est comptabilisé qu'une fois. En formation à distance, on ne prendra en compte que les modules terminés.

**Nombre moyen d'heures de formation par stagiaire**

Il s'agit de suivre le nombre moyen d'heures de formation par stagiaire qui a participé au moins à une formation durant l'année. Un stagiaire compte autant de fois qu'il a suivi de formation différente durant l'année.

**Méthode de calcul :**

$$\text{Nombre moyen d'heures de formation par stagiaire} = \frac{\text{Nombre total d'heures de formation}}{\text{Nombre de stagiaires total formés}}$$

**Nombre moyen d'heures de formation par salarié formé**

Il s'agit de suivre le nombre moyen d'heures de formation par salarié qui a participé au moins à une formation durant l'année. Un salarié compte pour un même s'il a suivi plusieurs formations dans l'année.

Méthode de calcul :

$$\text{Nombre moyen d'heures de formation par salarié formé} = \frac{\text{Nombre total d'heures de formation}}{\text{Nombre de salariés formés}}$$

## **Soc. : Absentéisme**

---

### **Indicateur 4 : Taux d'absentéisme**

Définition de l'absentéisme : Absence du lieu de travail

Méthode de calcul :

$$\text{Taux d'absentéisme} = \frac{\text{Nombre de jours d'absence pendant l'année N}}{\text{Nombre de jours de travail théorique pendant l'année N}} * 100$$

Toutes formes d'absences sont incluses dont :

- Maladie
- Accident de travail
- Accident de trajet
- Maladie professionnelle
- Absence en maternité et paternité
- Absences sans soldes de moins de 6 mois
- Absences non justifiées

**Comptabilisation des absences en jours ouvrés :** les absences sont comptabilisées en jours calendaires.

**Nombre de jours travail théorique :** Cet indicateur correspond au nombre de jours de travail théorique en excluant par conséquent les périodes de congés payés et de jours fériés. Il s'agit d'une référence appliquée aux salariés à temps plein. Les spécificités des salariés cadres lorsqu'elles existent ne doivent pas être prises en compte.

## **Soc. : Diversité et égalité de traitement**

---

### **Indicateur 5 : Part des femmes dans l'encadrement**

Définition : Nombre de femmes cadres divisé par l'effectif total salarié

Méthode de calcul :

$$Part\ des\ femmes\ dans\ l'encadrement = \frac{Effectif\ Cadre\ Femme}{Effectif\ total\ de\ Cadres}$$

**Définition d'un cadre :**

- En France : Seront considérés comme cadres les salariés bénéficiant d'un statut cadre selon les dispositions légales et conventionnelles de la société
- A l'étranger : Seront considérés comme cadre (ou manager) les salariés exerçant une autorité sur un compartiment de la société doté d'une certaine autonomie (atelier, service, établissement), ie existence de liens hiérarchiques descendants avec d'autres salariés.

**Soc. : Hygiène et Sécurité**

---

**Indicateur 6 : Taux de fréquence des accidents**

Méthode de calcul :

$$Taux\ de\ fréquence = \frac{Nombre\ d'accidents\ de\ travail\ avec\ arrêt}{Nombre\ d'heurestravaillées} * 1\ 000\ 000$$

**Définition d'un Accident avec arrêt :** Accident survenu sur le lieu de travail ayant entraîné une interruption de travail d'un jour complet en plus du jour au cours duquel l'accident est survenu et ayant donné lieu à une réparation sous forme d'un premier paiement d'indemnité journalière.

L'accident doit avoir pour cause un évènement lié aux conditions de travail. Un accident spontané n'ayant pas de cause apparente ne doit pas être pris en compte.

Les accidents de trajet sont exclus.

**Définition des heures travaillées :**

Le nombre d'heures effectives travaillées comptabilise les heures effectives travaillées par l'ensemble des salariés sur l'année. Elles :

- incluent les heures supplémentaires payées
- excluent les absences.

En d'autres termes, ce sont les heures normales (selon les régimes de travail des salariés) auxquelles sont ajoutées les heures supplémentaires effectivement travaillées, y compris les heures de travail du dimanche, des jours fériés et de nuit, ainsi que le temps correspondant aux arrêts, aux pauses et aux brèves périodes de repos sur le lieu de travail.

En l'absence de données réelles le nombre d'heures travaillées peut être estimé sur la base de l'effectif total salarié :

- (Nombre moyen d'heures travaillées annuelles par salarié dans le pays / 12) \* Effectif total salarié.
- (Nombre d'heures travaillées théoriques \* Nombre total d'équivalents temps plein) + Heures supplémentaires – Heures d'absence

Ces calculs permettent de tenir compte des journées de repos réglementaires à exclure du total (ex. congés payés).

## **Soc. : Dialogue social**

---

### **Indicateur 7 : Nombre d'accords collectifs en vigueur signés lors de l'année de référence**

Définition : Nombre d'accords collectifs d'entreprise ou d'établissement signés entre les représentants des salariés et les représentants de l'employeur au cours des deux dernières années (ex. Accords sur les conditions de travail, les rémunérations, l'hygiène et la sécurité, etc.).

Les signatures de renouvellements d'accords doivent être prises en compte.

## **Soc. : Sécurité / atteinte à la sécurité des personnes**

---

### **Indicateur 8 : Gestion de crise**

- Nombre d'exercices de gestion de crise réalisés dans l'année couvrant au moins un des 5 risques majeurs

## **Env. : Consommations**

---

Note : Les consommations à prendre en compte sont celles qui font l'objet d'une facturation à l'entreprise dans l'unité de consommation propre à la donnée

### **Indicateur 9.1 : Consommations d'énergie**

Unité : kWh

Définition : Consommation totale d'énergie au cours de l'exercice. Sont notamment incluses les consommations suivantes :

- Energie directe : Charbon, gaz naturel, fuels, coke, énergie renouvelable produite par l'entreprise
- Energie indirecte : électricité

### **Indicateur 9.2 : Part des consommations d'énergies renouvelables dans le total d'énergie consommée (%)**

Unité : %

L'indicateur est en cours de construction

### Indicateur 10 : Part des déchets valorisés

Méthode de calcul :

$$Part\ des\ déchets\ valorisés = \frac{Quantité\ de\ déchets\ valorisés}{Quantité\ totale\ de\ déchets\ générés}$$

Définition – Déchet valorisé : Un déchet est considéré comme valorisé s'il entre dans un des processus de traitement suivant

- Valorisation matière (recyclage, réutilisation)
- Valorisation énergétique

### Table de concordance

Le tableau de concordance suivant renvoie aux sections du document de référence correspondant à la déclaration de performance extra- financière.

Modèle d'affaires	
Présentation des principaux risques	
Politiques et indicateurs clés de performance	
Changement climatique Economie circulaire	3.I
Accords collectifs conclus dans l'entreprise et à leurs impacts sur la performance économique de l'entreprise ainsi que sur les conditions de travail des salariés	3.C
Lutte contre le gaspillage alimentaire	3.I
Lutte contre les discriminations et la promotion de la diversité	3.E
Handicap	3.E
Lutte contre la précarité alimentaire	Exc.
Respect du bien-être animal et d'une alimentation responsable, équitable et durable	Exc.

**radiofrance**