



RESPONSABILITE SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE

A. Présentation du modèle d'affaires de Radio France	85
A.1 Le modèle d'Affaire Radio France	86
A.2 Les parties prenantes	87
B. Présentation des principaux risques extra-financiers.....	90
B.1 Le processus d'identification des risques.....	90
B.2 Les principaux risques extra-financiers	92
C. La mise en œuvre des politiques en lien avec les risques majeurs	95
C.1 Climat social / Dialogue social	95
C.2 Santé au travail.....	97
C.3 Maîtrise des effectifs	98
C.4 Gestion des compétences.....	99
C.5 Diversité / Egalité de traitement	102
C.6 Sécurité / Atteinte à la sécurité des personnes et Cybersécurité	106
C.7 Diversité des publics et nouveaux usages.....	109
C.8 Conformité éthique et exemplarité.....	110
C.9 Environnement	112
Annexes.	114

A.1 Le mode de gouvernance de la politique de RSE

Depuis janvier 2021, une mission de coordination de la politique de RSE de Radio France a été confiée au Secrétariat Général qui assure également la production de la déclaration de performance extra-financière.

Cette mission de coordination a pour objectifs de :

- ✓ travailler en étroite collaboration avec l'ensemble des parties prenantes de l'entreprise pour coordonner ses engagements responsables
- ✓ garantir la cohérence des différentes actions avec l'ensemble des parties prenantes et s'assurer que celles-ci sont en ligne avec les valeurs de l'entreprise et de sa mission de service public
- ✓ participer à l'animation de la mise en œuvre du plan d'action et de son suivi.

Un mode de gouvernance de la politique de RSE a été mis en place au cours du 1^{er} trimestre 2021, il se compose de :

- ✓ Un comité des directeurs RSE
 - composé de 14 directeurs membres du comité exécutif et du comité de direction,
dont la mission est de fixer les grandes orientations stratégiques en matière de RSE et d'incarner, tant vis-à-vis de l'interne que de l'externe, notre engagement.
- ✓ Un comité des référents RSE
 - Composé de 14 représentants des différentes directions dont les activités principales portent sur les enjeux sociaux – sociétaux et environnementaux de Radio France.
dont les missions principales sont de :
 - proposer toute nouvelle action permettant de renforcer l'engagement de Radio France
 - incarner les actions de RSE, être les porte-paroles de la politique RSE auprès des différentes directions et de l'ensemble des salariés de Radio France.

Le comité des directeurs s'appuie sur les travaux et propositions d'action faites par le comité des référents.

Est également prévue, une information régulière des instances représentatives du personnel (CSE-C et comité RSE paritaire).

Une démarche de structuration de la politique de RSE de Radio France a été lancée au cours du 4^{eme} trimestre 2021 permettant de clarifier la stratégie de RSE de Radio France et le plan d'action associé.

A.2 La raison d'être de Radio France

Lancée en mars 2021, la « Raison d'être » de Radio France est le fruit d'une démarche participative avec ses collaborateurs. Le projet, piloté par un comité des référents composé de membres du comité de direction de Radio France, a réuni environ 150 salariés volontaires et les représentants du personnel dans le cadre d'ateliers dédiés à la démarche. La médiatrice de Radio France a également été impliquée dans le projet afin de tenir compte des retours de nos auditeurs. Enfin, les membres du conseil d'administration et les présidents des commissions des affaires culturelles de l'Assemblée Nationale et du Sénat ont également été consultés.

Elle reflète ce qu'est Radio France aujourd'hui et ce qu'elle souhaite être demain au service des Français. Elle est inscrite dans les statuts de l'entreprise depuis le 25 juin 2021.

"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."

A.3 Le modèle d'Affaires de Radio France

Le modèle d'affaires de Radio France est fortement impacté par l'objet social de l'entreprise et par sa mission de service public.^{1&2}

D'une part la société nationale de programmes Radio France est constituée sous forme de société anonyme avec un actionnaire unique, l'Etat, et d'autre part ses statuts sont approuvés par décret, de même que le cahier des missions et des charges, qui trace le cadre d'exercice de ses missions.

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. Le contrat d'objectifs et de moyens 2020-2022 se présente sous une forme nouvelle, avec un volet commun aux sociétés de l'audiovisuel public et un volet propre à Radio France.

Ce dernier fixe à l'entreprise des objectifs spécifiques : proposer une offre audio de service public à la pointe des nouveaux usages de la radio et de l'audio ; informer et faire vivre le débat public en proximité avec les Français ; faire rayonner la culture auprès du plus large public ; être un pilier de la musique ; accompagner une nouvelle génération d'auditeurs en offrant aux jeunes des

¹ La présentation des chaînes et formations musicales de Radio France est faite dans la présentation de l'entreprise située au début du présent rapport intégré (voir page).

² La présentation du détail du chiffre d'affaires pour l'année 2021 est située dans la présentation d'entreprise du rapport intégré (voir page).

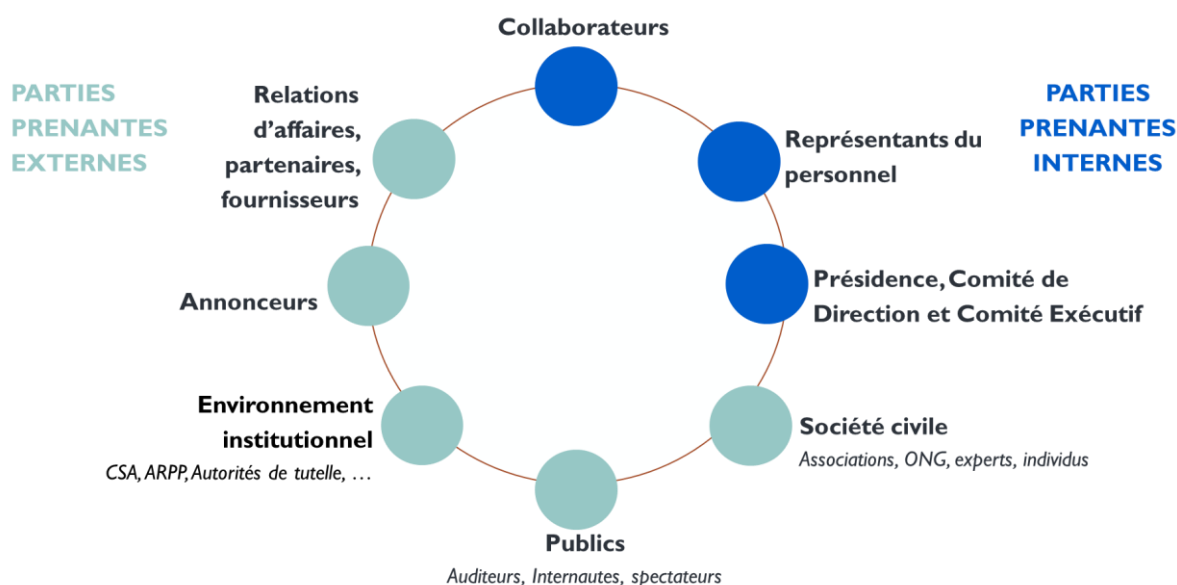
contenus de service public ; construire une entreprise modernisée qui sera le pôle d'excellence du son de demain.

En outre, Radio France s'est résolument engagée dans la lutte contre les préjugés, les pratiques discriminatoires, et dans le même temps, la promotion de la diversité et de la cohésion sociale, qui sont la première de ses missions des médias publics.

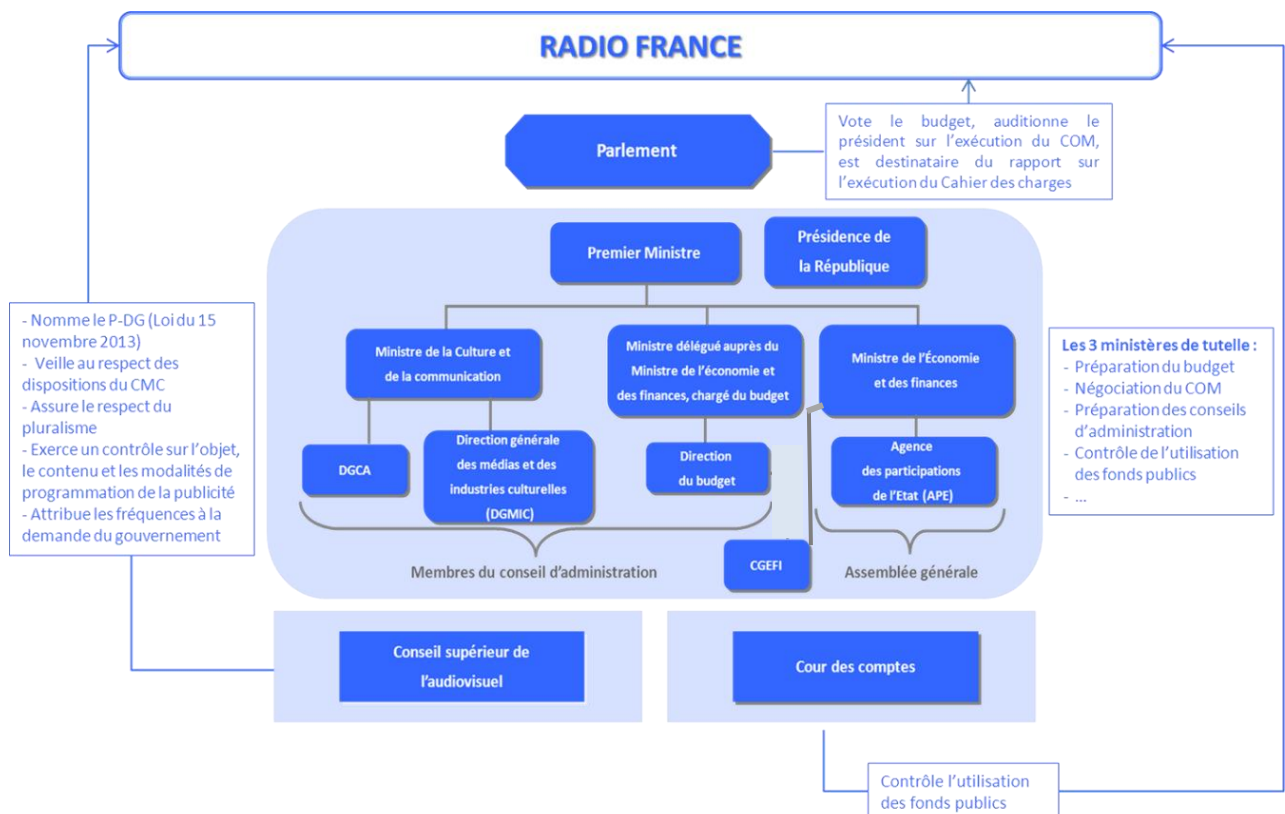
Mobilisée depuis plusieurs années, Radio France a renforcé son action tant par son offre radiophonique que par sa politique de ressources humaines autour de **cinq thèmes prioritaires** basés sur les vingt-quatre motifs de discrimination déterminés par la loi : **l'égalité professionnelle entre les hommes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

A.4 Les parties prenantes

Les grandes catégories de parties prenantes de Radio France sont précisées dans le schéma ci-dessous, les interactions avec chacune d'entre elles sont détaillées dans les sous-parties de ce paragraphe.



A.4.a Un écosystème de service public



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 devant le CSA, contrôle de la Cour des Comptes, etc...).

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 issues des commissions 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).

Enfin, le contrôleur général économique et financier auprès de la société siège au sein du conseil d'administration et dispose d'une voix consultative, 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).

A.4.b Les auditeurs, les internautes et les spectateurs

Le modèle d'affaires de Radio France ne conduit pas l'entreprise à considérer ses auditeurs, ses spectateurs, et plus largement les publics qu'elle touche et qu'elle se doit de toucher, comme des clients. 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 l'univers de la musique à tous les types de publics ou bien encore les nombreuses actions pédagogiques, organisées à destination des jeunes, des scolaires et des publics du champ social.

A.4.c Les relations d'affaires, les partenaires et les fournisseurs

Pour la réalisation de son plan d'affaires, Radio France s'appuie 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 le spectre de ses 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 partenariats avec la sphère culturelle, éducative ou sportive. On citera à titre d'exemple des partenariats avec de grands festivals culturels (Festival d'Avignon, Festival de Cannes, Chorégies d'Orange, Rencontres photographiques d'Arles, ...) ou d'importantes manifestations sportives (Tour de France, Transat Jacques VABRE, Solitaire du Figaro...), dans le cadre d'une couverture éditoriale de ces 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 robustes de sélection de ses fournisseurs et y intègre, outre les exigences de conformité, des préoccupations en matière de lutte contre le dérèglement climatique et de droit humain.

A.4.d Les collaborateurs de Radio France

Le modèle d'affaires de Radio France conduit l'entreprise à « **fabriquer tout ce qu'elle diffuse** » **en interne**. Pour cette raison, la masse salariale constitue une part prépondérante des charges de l'entreprise (57% en 2021). En 2021, l'effectif de Radio France (CDD et CDI) s'établit à 4 745 salariés.

Au cœur de la création de richesse, les collaborateurs de l'entreprise constituent donc une part fondamentale de son modèle d'affaires. La création de valeur à Radio France est matérialisée par l'importante diversité de ses activités, avec la collaboration en son sein de nombreux corps de métiers : journalistes, production de programmes (techniciens, réalisateurs, producteurs, auteurs, comédiens, musiciens, etc.), métiers de la technologie, accueil du public et relations auditeurs, communication et marketing, gestion d'entreprise et métiers liés à l'immobilier et aux moyens généraux.

Conformément aux exigences de la Déclaration de Performance Extra-Financière aux termes des articles L225-102-1 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 minimiser leurs survenances et/ou leurs impacts.

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

B.1 Le processus d'identification des risques

Radio France a défini au début de l'année 2021 un univers des risques associés aux enjeux de RSE de Radio France.

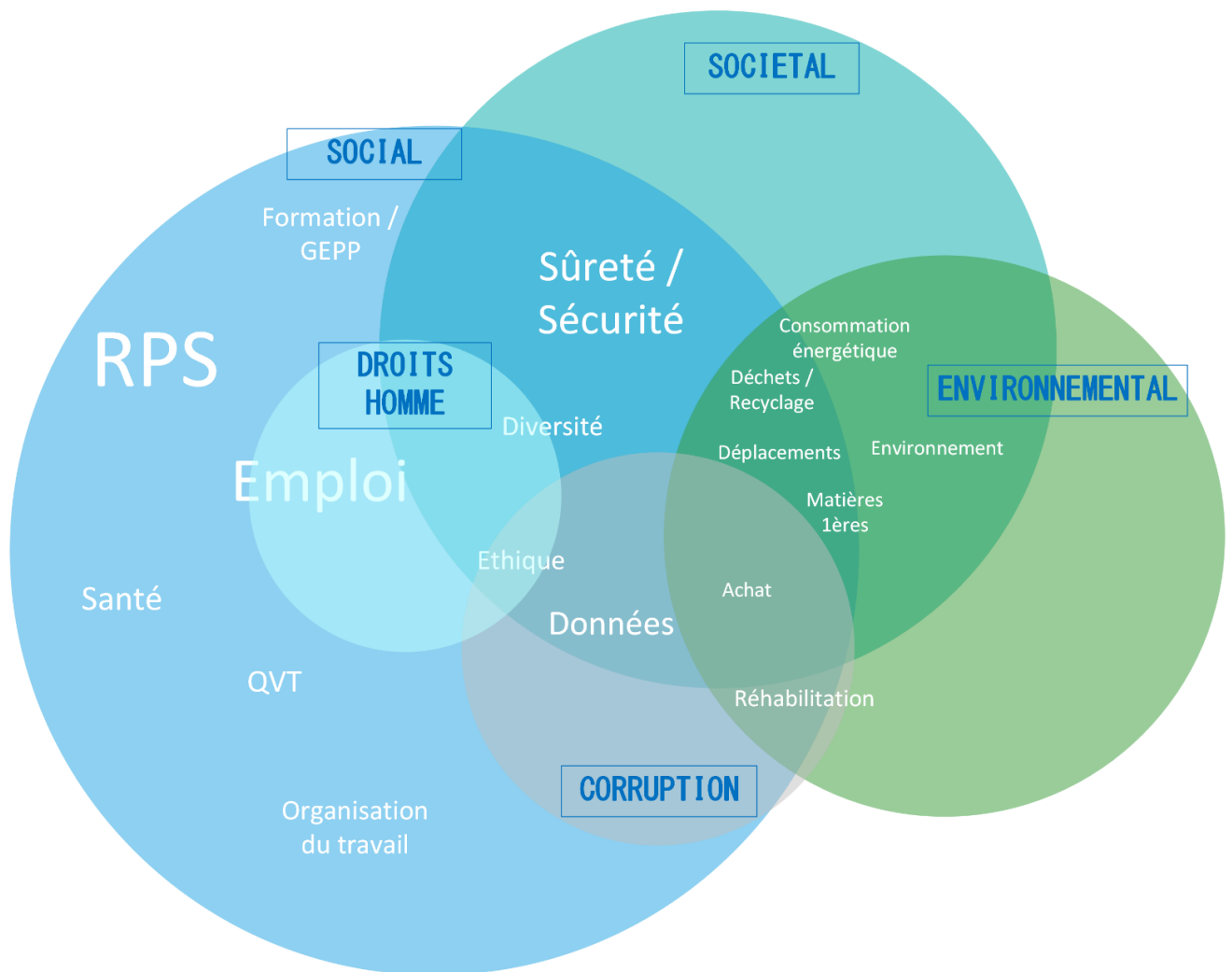
Elle s'est appuyée sur une définition constante du risque, soit :

« Un risque RSE est la possibilité que se produise, du fait de l'activité de l'entreprise, un événement qui ait une incidence sociale, sociétale ou environnementale négative. »

Le périmètre défini pour cet exercice a volontairement écarté ce qui relève de la mission de Radio France sur le plan sociétal pour s'intéresser exclusivement aux risques liés à son activité en tant qu'entreprise.

L'univers des risques a été construit sur la base d'une série d'entretiens conduits par la direction de l'audit, du contrôle interne et de l'éthique, qui ont permis d'identifier 90 risques répartis dans 17 familles, les 11 premières ont été retenues comme principaux risques extra-financiers détaillés dans les parties suivantes de ce rapport.

Univers des risques RSE



Légende

RPS = Risques psychosociaux

QVT = Qualité de vie au travail

= **champs de la DPEF**

B.2 Les principaux risques extra-financiers

RESSOURCES HUMAINES	Climat social / Dialogue social <i>Dans un contexte de transformation des métiers, de modernisation rapide des processus et systèmes d'information et de réduction des effectifs, il est indispensable de maintenir un dialogue social soutenu et d'accompagner le changement.</i>	Risques psychosociaux Qualité de vie au travail	C.1
	Santé au travail <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>	Santé	C.2
	Maîtrise des effectifs <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.</i>	Emploi	C.3
	Gestion des compétences <i>La stratégie de transition vers le global de Radio France afin d'adapter son offre à la révolution des usages et la modernisation de ses procédés de production et de gestion, doit s'accompagner d'une évolution</i>	Formation / Gestion des emplois et des parcours professionnels	C.4

	<i>des compétences des collaborateurs. Dans la continuité de l'Accord Transition Multimédia, le plan stratégique « Radio France 2022 » place la gestion des compétences des collaborateurs au centre de la transformation de Radio France.</i>		
	Diversité / Égalité de traitement <i>Premier média de service public labellisé Diversité, Radio France a pour ambition de mener une politique volontariste de lutte contre toutes les discriminations et de promotion d'une diversité respectueuse des différences. Cette politique concerne en premier lieu les ressources humaines de la société et Radio France s'est à ce titre engagée pour une meilleure représentation du handicap dans ses effectifs, ainsi qu'un équilibre entre les hommes et les femmes aux postes d'encadrement.</i>	Diversité/égalité /Handicap	C.5
SURETE / SECURITE	Sécurité / Atteinte à la sécurité des personnes et cyber-sécurité <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>	Sûreté / Sécurité	C.6
	Diversité des publics et nouveaux usages		

STRATEGIQUE	<i>Alors que le média radio perd chaque année des auditeurs, Radio France fait face au risque de perdre son leadership à l'ère du numérique. Radio France est confrontée à un enjeu de renouvellement de ses offres et se doit d'attirer un public de plus en plus nombreux sur les nouveaux supports numériques.</i> <i>En outre, la vocation de média de service de Radio France passe par sa capacité à refléter au niveau éditorial la réalité de la société française. Pour cette raison, Radio France s'est engagée à atteindre la parité entre les hommes et les femmes sur ses antennes d'ici 2022.</i>	Diversité	C.7
	Conformité éthique et exemplarité <i>Dans le cadre du respect de ses obligations de conformité mais également dans un souci d'exemplarité renforcée, Radio France a mis en œuvre des plans d'actions volontaristes afin de répondre aux enjeux de la protection des données personnelles et de la prévention de la lutte contre la corruption.</i>	Ethique	C.8
ENVIRONNEMENT	<i>Si la cartographie des risques de Radio France ne fait pas apparaître de risques majeurs de nature environnementale, le positionnement de l'entreprise en termes d'exemplarité et de modernisation la conduit à mettre en œuvre une politique de lutte contre le changement climatique.</i>	Consommation énergétique	C.9

	<i>La mobilité, les consommations d'énergie ainsi que la gestion des déchets font partie des thématiques particulièrement suivies par Radio France.</i>		
--	---	--	--

C.

La mise en œuvre des politiques en lien avec les risques majeurs

C.1 Climat Social / Dialogue Social

L'année 2021 a été marquée par un contexte de transformation de l'entreprise d'une part, et par la poursuite de la crise sanitaire nécessitant la mise en place d'une logistique particulière au sein de l'entreprise afin de permettre l'organisation de réunions de négociation respectant les jauges sanitaires d'autre part.

L'entreprise a dû s'adapter pour préserver la qualité du dialogue social en organisant des réunions de négociation se déroulant à la fois en présentiel et à la fois en distanciel via les outils collaboratifs comme "teams" pour permettre la participation de tous les représentants syndicaux aux réunions.

Pour rappel, l'« Accord Emploi Radio France 2022 » mettant en place une rupture conventionnelle collective a été signé le 2 octobre 2020. Cette rupture conventionnelle collective est toujours en cours de mise en œuvre et doit prendre fin le 31 décembre 2022.

C'est dans ce contexte de transformation de l'entreprise qu'ont été négociés plusieurs accords :

- Tout d'abord, l'avenant de révision à l'accord RTT du 22 juin 2021 qui modifie le régime du temps de travail de plusieurs emplois afin de les rendre plus en adéquation avec l'évolution des organisations.
- Ensuite, l'avenant portant révision de l'accord collectif pour les personnels techniques et administratifs, les salariés en CDDU et les musicien-nés des formations permanentes de Radio France signé le 22 juin 2021 a créé 3 nouveaux emplois dans l'entreprise (régisseur de production, responsable plateau-machinerie, technicien plateau-machiniste).
- Un accord sur la réforme des CSC-CPS (commissions paritaires permettant de discuter des mesures salariales individuelles attribuées aux salariés avec les organisations syndicales représentatives) a également été signé le 25 octobre 2021. Cet accord a vocation à modifier la périodicité des CSC-CPS pour les années à venir en les positionnant au début de l'année civile et non plus à la fin de l'année civile ce qui permet une application plus efficiente des mesures salariales prises au cours de ces commissions paritaires.

- Enfin, un accord sur les contrats de travail à durée déterminée d'usage (CDDU) a été signé le 19 novembre 2021. Cet accord a vocation à donner plus de droits aux salariés en contrat à durée déterminée d'usage (CDDU) considérés comme une population précaire et notamment un encadrement plus resserré du recours aux CDDU dans l'entreprise, un calcul de l'ancienneté plus favorable, la prise en compte des heures de nuit et des jours fériés et des congés supplémentaires,

Par ailleurs, dans un contexte qui relève plus naturellement de l'activité normale de l'entreprise, plusieurs autres accords ont été conclus :

- Dans la continuité de l'accord triennal d'entreprise relatif à l'insertion professionnelle et à l'emploi des personnes en situation de handicap signé le 23 décembre 2020, et dans un souci d'obtenir l'agrément de la direction, nous avons signé deux avenants de révision afin de préciser certaines dispositions marginales :
 - o Le premier avenant signé en date du 18 janvier 2021 précise l'annexe 1 de l'accord relative au budget d'une simple phrase de rappel légal.
 - o Le second avenant signé en date du 1er mars 2021 ajoute une annexe 6 à l'accord relative aux indicateurs de suivi des engagements de l'accord triennal du 23 décembre 2020.
- Un accord sur la subvention de fonctionnement des comités sociaux et économiques d'établissement et sur la prise en charge de moyens de fonctionnement du comité social et économique central a été signé le 7 mai 2021. Il définit les modalités de versement de la subvention de fonctionnement et les moyens des institutions représentatives du personnel.
- Un avenant de révision de l'accord relatif aux enseignants de la maîtrise à Radio France a été signé le 19 octobre 2021. Cet accord a vocation à permettre d'ouvrir les négociations en 2022 afin de réviser de manière profonde un accord devenu obsolète et datant du 21 décembre 2000.
- Un accord d'intéressement 2022-2024 a été signé le 17 décembre 2021. Cet accord destiné à prendre en compte le succès des audiences des antennes de Radio France, le travail et l'investissement des salariés met en place une enveloppe d'intéressement basée sur le résultat d'exploitation de Radio France selon des modalités et des critères définis.

▪ **Accords signés**

En 2021, 9 accords ont été signés.

En plus de ces accords collectifs d'entreprise, un procès-verbal de désaccord NAO 2021 a été porté à la signature des organisations syndicales en date du 19 octobre 2021 que seule l'UNSA a signé.

Enfin, un relevé de décision a été signé :

- **Relevé de décision portant sur le préavis de grève illimité de la CGT concernant les techniciens de la DPA affectés à France Bleu à Paris** du 27 juin 2021.

▪ Réunions de négociations

En 2021 se sont tenues au total 50 réunions de négociation en comptabilisant les réunions CESA.

En complément de ces réunions de négociations, 43 réunions de commissions conventionnelles ont été organisées.

C.2 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.

L'année 2021 a été marquée par la prolongation de la crise sanitaire liée à la pandémie de Covid19, qui a fortement impacté les activités et les salariés de l'entreprise. A chaque phase et selon les règles sanitaires mises en œuvre pour protéger les salariés, l'entreprise s'est organisée, sous la coordination du secrétariat général et de la cellule de crise, afin de s'adapter au mieux à ce contexte et de permettre la poursuite des activités de l'entreprise.

En parallèle, un dialogue social renforcé a été mis en place avec les salariés et leurs représentants élus, afin de partager les informations sur l'évolution de la situation sanitaire générale et dans l'entreprise, de travailler collectivement à la définition des mesures de prévention à mettre en œuvre et de permettre la prise en charge des situations d'alerte individuelles et/ou collectives.

Un ensemble de dispositifs de soutien et d'accompagnement ont par ailleurs été mis en place par la direction des ressources humaines, afin d'accompagner au mieux les encadrants et leurs équipes tout au long de l'année.

Au-delà de ce contexte, l'entreprise a poursuivi en 2021 un certain nombre de chantiers prioritaires déjà engagés, à savoir notamment :

- La poursuite de la démarche paritaire d'évaluation des risques psychosociaux au sein de l'entreprise ;
- Le développement du dispositif de traitement des alertes portant sur des situations de souffrance et/ou de violence au travail (57 alertes traitées).
- L'engagement d'un marché d'accompagnement des situations à risques (actions portant sur la dimension collective et sur la dimension individuelle) avec poursuite de la ligne d'écoute accessible 24h/24 et 7 jrs/7.
- La poursuite de l'accompagnement des directions sur les questions de QVT / RPS.
- La poursuite du plan d'actions visant à renforcer la libération de la parole sur le harcèlement sexuel, les agissements sexistes et les discriminations.
- La poursuite de parcours de formations à destination des encadrants portant sur les repères managériaux, ainsi que la prévention des RPS et le développement de la Qualité de vie au travail
- La refonte des parties Conditions de Travail et QVT des entretiens annuels, ainsi que des guides associés.
- La mise en place de la prévention primaire dans le projet Télétravail.

Le taux d'absentéisme correspond au nombre de jours d'absence, pour les salariés en CDI, sur l'année 2021 par rapport au nombre de jours de travail théorique pour la même année. Il recouvre les absences pour cause de maladie, d'accident de travail ou de trajet, de maladie professionnelle, de congés exceptionnels prévus dans les accords et d'absence sans solde de moins de 6 mois.

En 2021, **ce taux s'est élevé à 5,1 %.**

	2018	2019	2020	2021
Taux d'absentéisme	4,2%	5,2%	5,7%	5,1%

C.3 Maîtrise des effectifs

La masse salariale de Radio France représente 57 % 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 actuellement en cours notamment s'agissant de sa maîtrise.

L'entreprise s'est attachée à mettre en œuvre un pilotage rigoureux de l'évolution de ses effectifs et de ses dépenses de personnel. La mise en œuvre de l'accord Emploi 2022 conclu en octobre 2020, qui conduit à la mise en place d'une rupture conventionnelle collective, et le déploiement des projets de réorganisation de certaines directions et chaînes de l'entreprise permettent de réduire les effectifs CDI et les charges de personnel associées.

Au 31/12/2021, Radio France enregistre une baisse de 19 CDI par rapport au 31/12/2020. Le nombre de CDD a quant à lui augmenté de 56.

En 2021, **le taux de CDI dans l'effectif total de Radio France était de 88%.**

	2018	2019	2020	2021
Effectif total au 31/12	4 780	4 633	4 708	4 745
dont CDI	4 253	4 217	4 208	4 189
<i>dont CDI (%)</i>	<i>88,97%</i>	<i>91,02%</i>	<i>89,38%</i>	<i>88,28%</i>
dont CDD	527	416	500	556
<i>dont CDD (%)</i>	<i>11,03%</i>	<i>8,98%</i>	<i>10,62%</i>	<i>11,71%</i>

Données 2019 corrigées

Entre 2020 et 2021, l'effectif de Radio France est passé de 4708 à 4745, soit un **taux de variation de l'effectif de +0,8%.**

C.4 Gestions des compétences

La stratégie de transition vers le media global de Radio France en vue d'adapter son offre à la révolution des usages s'appuie sur une évolution soutenue des compétences des collaborateurs.

Dans la continuité de l'Accord Transition Multimédia de 2018, le **plan stratégique Radio France 2022**, présenté en juin 2019, place le développement des compétences des collaborateurs au centre de la transformation de Radio France.

L'accord « Emplois Radio France 2022 » prévoit en outre que « les acteurs RH s'attachent à co-construire avec les salariés demandeurs des parcours individualisés en fonction des aspirations de chacun et des besoins de Radio France notamment sur les métiers émergents ou en tension... et que pendant la durée du plan, Radio France dédie une enveloppe annuelle de 300 000 € à la formation professionnelle pour favoriser l'évolution (et le transfert) des compétences, les parcours professionnels et l'accession aux métiers émergents. Les salariés concernés par le plan d'adaptation des organisations, demandeurs d'une évolution professionnelle, bénéficient d'un accompagnement individualisé. (...) »

C.4.a CAMPUS Radio France

La délégation à la formation de la Direction des Ressources Humaines de Radio France, au sein du département chargé des politiques emplois, compétences et formation, élabore les **orientations de la formation professionnelle** et le **plan de développement des compétences adossé aux orientations stratégiques de l'entreprise**, en tenant compte des besoins transverses, des spécificités des métiers et de l'évolution requises des compétences au regard de celle des pratiques professionnelles.

Le budget dédié finance également les besoins en formation recensés et validés auprès des collaborateurs via leurs managers ou dans le cas de projet de parcours professionnel/reconversion en lien **avec l'accord « Emplois Radio France 2022 »**.

Elle met à disposition des salariés un espace de formation, d'intégration, de diffusion de la culture d'entreprise au service de **l'accompagnement des évolutions professionnelles de tous les salariés, Campus Radio France**.

Elle réunit les **moyens humains et techniques déployés par Radio France au service du développement des compétences**.

Elle met en action une offre en adéquation avec les priorités de Radio France, en s'appuyant notamment sur les compétences d'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 la conduite du changement.

En complément, **un portail d'apprentissage en ligne (E-Campus)** met à disposition de plus de 5 000 apprenants (CDI, CDD et intermittents) de nombreux modules et parcours e-learning en asynchrones, au service de 4 grands enjeux : accompagner la transformation numérique, renforcer les pratiques managériales, améliorer la pratique des métiers, développer les compétences de savoir-être.

Fin 2021, plus de 2 700 apprenants s'étaient connectés au portail et parmi eux plus de 87% des managers d'équipe, attirés notamment par des parcours prescrits sur les risques psychosociaux et la qualité de vie au travail, la lutte contre le sexisme, le management à distance et l'ensemble des compétences managériales.

Ainsi, Radio France s'engage, en s'appuyant sur des moyens dédiés, 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, ...

C.4.b Actions de formation en 2021

En 2021, **6 827 stagiaires** ont bénéficié d'actions de formations, pour un total de **63 007 heures**.

Depuis 2020, Radio France a transformé une partie de son offre de formation présentielle en **classes virtuelles** lorsque cela est pertinent (28% des heures de formation en 2021).

En parallèle d'un dispositif d'accompagnement managérial ayant pour objet de les aider à jouer pleinement leur rôle (prestation déployée direction par direction sur 2021-2023), Radio France a **prescrit une formation spécifique aux managers en poste concernés par des transformations importantes pour qu'ils renforcent leurs compétences managériales et incarnent les repères managériaux de Radio France** dans leurs comportements observables, pour guider et soutenir les équipes (32 stagiaires – 448 heures).

Une **offre de formation managériale** thématique leur permet de développer des axes managériaux clés : **fondamentaux du management** (105 stagiaires – 1 208 heures), leadership et efficacité (106 stagiaires – 1403 heures), gestion de projets (20 stagiaires – 280 heures).

Des programmes de formations de développement des talents et d'accès aux fonctions managériales sont accessibles sur désignation (**Leadership au féminin** (18 stagiaires – 504 heures), programme « **Masterclass cycle long management** » (14 stagiaires – 1 299 heures) dédié à des cadres experts/managers récemment nommés, identifiés comme des potentiels, **Devenir responsable des programmes, Devenir rédacteur en chef ...**).

Dans le domaine de la **prévention de tous les risques**, les équipes techniques et les journalistes des **chaines et rédactions transverses** ont bénéficié de modules dédiés à leur **sécurité en reportage** (12 stagiaires – 140 heures) et à la **protection de leurs données numériques** (28 stagiaires – 105 heures).

Et pour **lutter contre toutes les formes de violences au travail**, des **conférences théâtralisées « Agir face à des situations à risques : humour limite, sexisme et harcèlement sexuel »** se sont poursuivies en 2021 (671 stagiaires) malgré les contraintes sanitaires.

L'accent a également été mis sur la **montée en compétences de la filière RH** (155 stagiaires – 1 397 heures).

Radio France investit 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, et outils de gestion**.

En 2021, 1 166 stagiaires (5 971 heures de formation) ont bénéficié d'une formation au **nouvel outil de gestion administrative et paye SIRHIUS** ; 651 stagiaires (1 953 heures) pour l'accompagnement au déploiement du nouvel **outil de réservations des voyages Cytric** des gestionnaires et des voyageurs ; 197 stagiaires (394 heures) formés aux évolutions du **processus d'approvisionnement**.

Les actions de formation se sont poursuivies en 2021 autour des deux grands projets de transformation des infrastructures et outils de production amorcés en 2020 : **IP MEDIA (ORANGE-BCE), nouvelle infrastructure de diffusion média** (48 stagiaires – 543 heures) et **SEQUOIA (MAGIX et formateurs internes), nouvelle solution de production** de Radio France, qui vient équiper les cellules universelles de production (techniciens et réalisateurs) (64 stagiaires – 1 757 heures)

Des actions de développement des compétences 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...) (206 stagiaires – 3 682 heures).

120 stagiaires ont bénéficié de **formations éditoriales thématiques** (Data journalisme, Fact Checking, Perfectionner son écriture, Traiter l'urgence écologique, Interview en radio, ...) (2 135 heures).

Le réseau France Bleu a été accompagné avec des formations et des coachings (255 stagiaires – 2 096 heures) lors du déploiement des **matinales filmées multi-diffusées** tant pour les personnels d'antenne (animateurs et journalistes) que pour les techniciens (sensibilisation à l'environnement caméra).

Afin que ses salariés puissent être acteurs des nombreuses évolutions attendues, Radio France s'est attachée en 2021 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 (73 stagiaires -766 heures).

Enfin, grâce à sa politique de développement des compétences mise en action dans ses dispositifs d'accompagnement RH (entretiens professionnels, entretiens de carrière, ...), Radio France accompagne les salariés dans leurs projets de mobilité professionnelle interne, pour qu'ils acquièrent les compétences requises.

Formation	2019	2020	2021
Nombre de stagiaires	5 337	3 947	6 827
Heures de formation	59 927	42 225	63 007
Moyenne d'heures de formation par stagiaire (KPI)	11,2 h	10,7 h	9,2 h
Nombre de salariés formés	2 620	2 058	2 690
Moyenne d'heures de formation par employé formé (KPI)	22,9 h	20,5 h	23,4 h
Part des trois principaux axes :	91%	94%	98%
- L'accompagnement de la modernisation de Radio France	30%	31%	40%
- L'adaptation et le perfectionnement des métiers	52%	59%	43%
- La santé et la sécurité au travail	9%	4%	14%

C.5 Diversité / Egalité de traitement

L'année 2021 a été marquée par la mise en œuvre de l'ambition programme Egalité 360° lancé par Radio France pour donner une nouvelle impulsion à sa stratégie pour la diversité. Ce programme qui concrétise l'engagement de l'entreprise en faveur de l'inclusion, de la solidarité et de la parité a été élaboré dans le cadre d'une démarche participative impliquant plus d'une centaine de salariés. Il identifie 15 leviers prioritaires et une soixantaine d'actions permettant de traiter toutes les facettes de la diversité, de promouvoir l'égalité pour tous, partout et en tout temps, en impliquant toutes les entités de Radio France à Paris et en région.

Egalité 360 traduit le volontarisme de Radio France dans toutes ses activités, de la politique éditoriale des antennes aux initiatives des formations musicales. Il irrigue l'ensemble des activités de l'entreprise et se place au cœur des enjeux de ses politiques ressources humaines. En tant qu'entreprise, média et institution musicale, Radio France doit en effet relever un triple défi : faire de l'égalité et de l'inclusion une réalité quotidienne pour ses salariés dans l'exercice de leurs métiers, pour les auditeurs à l'écoute quotidienne de ses 7 antennes, et pour les publics de ses concerts et activités artistiques. Parler à la société dans toute sa diversité, tel est le sens de ce projet collectif d'entreprise auquel chaque salarié est invité à participer.

Sous l'impulsion de la direction des Ressources humaines et du Comité Egalité 360°, cette ambition s'est traduite en 2021 par des réalisations concrètes en interne, avec des progrès mesurables dans les actions menées par l'entreprise pour favoriser le maintien dans l'emploi et l'augmentation de la part des personnes en situation de handicap dans les effectifs. Elles ont également permis de progresser dans l'objectif d'atteindre la parité femmes / hommes particulièrement dans les postes d'encadrement et sur nos antennes, et de repenser nos politiques de recrutement pour être encore plus attentifs à inclure tous les salariés, notamment ceux les plus éloignés de nos métiers et/ou les jeunes sans réseau.

Parallèlement Radio France s'est engagée à représenter la société **dans son contenu éditorial**, en poursuivant son objectif d'égalité femmes / hommes d'ici 2023 pour les voix d'antennes régulières comme occasionnelles, en développant avec les équipes éditoriales des outils innovants et adaptés aux nouvelles pratiques d'écoute des auditeurs., notamment les jeunes générations. Afin d'accompagner ses antennes, l'entreprise a repensé son organisation avec la nomination de référents diversité dans les Codir de ses antennes et d'un délégué éditorial en charge de la diversité et de l'égalité des chances.

Sur le plan **du dialogue social**, les engagements de Radio France ont trouvé leur concrétisation dans la signature à l'unanimité des organisations sociales représentatives et le début de mise en œuvre de l'accord triennal en faveur de l'insertion professionnelle et du maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap. 2021 a également vu le lancement des négociations du nouvel accord en faveur de l'égalité professionnelle. Ces étapes clés du dialogue social ont confirmé que l'égalité des chances est un enjeu de cohésion au sein de l'entreprise, et reflète la détermination de Radio France d'amplifier ses actions et de les partager à tous les niveaux.

Conformément à l'article L.1142-9 du Code du travail sur les mesures prise pour « l'Index de l'égalité salariale Femmes-Hommes », Radio France met en œuvre des mesures pour réduire les écarts de rémunérations entre les femmes et les hommes dans l'entreprise et viser ainsi l'équité dans les politiques de rémunération femmes / hommes. En 2021, l'entreprise a obtenu une note de 98/100, +5 points par rapport à 2020 (pour rappel note obtenue en 2020 93/100).

En 2021, le pourcentage de femmes dans l'effectif total était de 43,6 % dont 39,1 % d'entre elles parmi les cadres de directions, contre 43 % en 2020 dont 40,2% d'entre elles parmi les cadres de directions.

▪ **Egalité de traitement**

Radio France a poursuivi en 2021 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 premiers engagements pris par Radio France en 2004 lorsqu'elle signe la Charte de la diversité, rappelés au 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 par l'entreprise ont porté sur **cinq thèmes prioritaires** basés sur les 25 motifs de discrimination déterminés par la loi : **l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, le handicap, la diversité des origines, l'équilibre intergénérationnel, l'orientation sexuelle et l'identité de genre.**

Radio France est impliquée dans une politique volontariste appliquée au quotidien en faveur de l'égalité, de la diversité et de l'inclusion en soutenant les collaborateurs et collaboratrices victimes de discrimination, en partageant les bonnes pratiques pour leur assurer un cadre de travail propice à leur développement professionnel et favorisant la qualité de vie au travail.

Le plan "Libérons la parole" lancé en juillet 2019 par Sibyle Veil, Présidente directrice générale de Radio France pour lutter contre le harcèlement sexuel, les agissements sexistes et les discriminations au sein de l'entreprise a été poursuivi en 2020 et amplifié en 2021 à partir des enseignements de l'enquête anonyme « libérons la parole » (été 2020) et des groupes de travail qui se sont réunis à l'automne 2020:

- Déploiement d'un ambitieux programme de formations obligatoires en e-learning à l'attention de l'ensemble des salariés « agir face à des situations à risque : humour limite, sexisme et harcèlement sexuel », accompagnées d'un module spécifique pour les managers.
- Déploiement des conférences théâtralisées contre le harcèlement sexuel, les agissements sexistes et les discriminations à Paris et en région sur tout le territoire (22 sessions). Ces formations obligatoires sont destinées à lutter durablement contre les ambiances de travail sexistes et discriminatoires.

Enfin, nous avons poursuivi notre action notamment avec le : renforcement du processus de traitement des alertes, les accompagnements collectifs et individuels, la médiation et ligne d'écoute dans le cadre notamment du dispositif de prévention des risques liés aux situations de violence au travail, harcèlement moral, harcèlement sexuel, agissement sexistes et discriminations pouvant survenir au sein de l'entreprise, travail de sensibilisation des managers et de l'ensemble des salariés

▪ **Signature d'un nouvel accord handicap triennal dans le cadre de la loi sur la liberté de choisir son avenir professionnel**

Le nouvel accord triennal 2021-2023 en faveur de l'insertion professionnelle et de l'emploi des personnes en situation de handicap a été conclu à la fin de l'année 2020 avec les 6 organisations syndicales représentatives de Radio France qui l'ont signé à l'unanimité. Il a été négocié dans le cadre de la loi pour la liberté de choisir son avenir professionnel du 5 septembre 2018 qui a modifié l'obligation d'emploi des travailleurs handicapés avec pour objectif en particulier de privilégier l'emploi direct des personnes en situation de handicap. La DIRECCTE a émis un avis favorable à la demande d'agrément lors de la commission qui s'est tenue le 16 février 2021. Ce 5ème accord handicap signé dans un objectif d'égalité de traitement et d'équité entre les salariés a fait l'objet d'une communication auprès de l'ensemble des salariés de Radio France et a été présenté dans le cadre des CSE (central et territoriaux) aux mois de janvier et février 2021.

Sa mise en œuvre et le suivi de ses engagements sont pilotés par la Mission handicap au sein de la Délégation à l'égalité des chances, qui s'appuie sur le réseau des DRHG et correspondants diversité et handicap répartis sur tout le territoire.

Elle s'est notamment traduite par les actions suivantes :

- Information de l'ensemble des personnels, à travers notamment la diffusion de plus de 6000 salariés du guide : « Handicap et maintien dans l'emploi » distribué à leur domicile au cours de l'été 2021.
- Actions de recrutement et de maintien dans l'emploi avec l'aide du réseau interne des DRHG, service social et médecin du travail et des acteurs externes (Cap emploi et leurs partenaires, Agefiph, ergonomes ...)
- Aménagements de postes sur la base des préconisations de la médecine du travail, à Paris et en région, avec l'aide des équipes de l'établissement et de la direction technique et de prestataires externes
- Aides financières et organisationnelles, y compris dans la période exceptionnelle liée au contexte sanitaire dû au Covid qui a accru l'attention portée par l'entreprise en lien avec la médecine du travail, à Paris et en Région, aux situations des personnes en situation de handicap.
- Renforcement des partenariats avec les acteurs de l'inclusion de personnes en situation de handicap (association Act Pro JARIS, association Osons l'égalité, Diversidays), participation au forum de l'inclusion économique en novembre 2021.

- Participation de Radio France à différentes actions de sensibilisation de ses personnels à toute forme de handicap, particulièrement aux handicaps invisibles : Journée Nationale de l'Audition, Duoday à l'occasion de la Semaine Européenne pour l'Emploi des personnes en situation de Handicap, journée des troubles DYS, semaines d'informations sur la santé mentale.

L'ensemble de ces actions, malgré le contexte sanitaire peu propice aux animations en présentiel, ont été organisées par la Mission handicap pour changer le regard sur le handicap. En 2021, de nombreux salariés ont participé à des actions de sensibilisation réalisées à distance dont des temps d'échange autour de situations de handicap, informations régulières sur l'intranet, information sur le premier outil gratuit en ligne dédié à la recherche pour l'emploi, de stage ou d'alternance pour les personnes les publics éloignés de l'emploi et en situation de handicap (« diversifiezvosTalents.com »).

Une exposition sur le handicap invisible a été organisée dans les locaux de la Maison de la Radio et de la Musique, au cours de la SEEPH en novembre 2021.

Par ailleurs, des cours d'initiation en Langue des Signes Française ont été de nouveau proposés.

Radio France s'est associée à l'édition 2021 du DuoDay qui s'est déroulée au mois de novembre pendant la SEEPH : 23 personnes en situation de handicap ont été accueillies, dans le cadre d'une journée de stage, grâce à des duos constitués avec des salariés volontaires, à Paris et en Région.

Conformément à la loi sur la liberté de choisir son avenir professionnel, depuis 2020, le taux d'emploi concernant les personnes en situation de handicap employées par Radio France correspond au taux d'emploi direct et n'inclut plus le recours à la sous-traitance auprès du secteur protégé et adapté. Depuis janvier 2020, la déclaration des bénéficiaires de l'obligation d'emploi des personnes en situation de handicap est réalisée au travers des DSN mensuelles. La déclaration relative à l'OETH est annuelle et sera effectuée à partir de 2022 sur la DSN du mois d'avril, exigible les 5 ou 16 mai 2022 à partir d'une part, des données communiquées par les organismes sociaux, d'autre part, des éléments renseignés par l'employeur. Ce report a été annoncé par l'Urssaf dans une information publiée le 26 janvier 2022.

	2017	2018	2019	2020 **	2021**
Taux d'emploi des personnes en situation de handicap à Radio France*	4,02 %	5,82 %	5.61 % dont 3,98 % taux emploi direct	3,97 %	En cours

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

** La loi sur la liberté de choisir son avenir professionnel modifie les modalités de la DOETH = déclarations mensuelles du statut des BOETH en DSN tout au long de l'année 2021 et une déclaration annuelle de la DOETH 2021 en avril 2022. Le taux d'emploi 2021 des personnes en situation de handicap employées par Radio France correspondra au taux d'emploi direct comme en 2020.

Renouvellement de la politique de recrutement et lancement de la première académie d'été des antennes de Radio France

L'académie des antennes de Radio France s'inscrit dans le programme Egalité 360°. L'objectif : donner leur chance à des femmes et des hommes passionnés par les métiers de la radio en proposant leur candidature pour mettre en pratique, au cours d'une première expérience, leurs talents d'animateur, de chroniqueur, ou apprendre le métier d'attaché de production lors de stages d'été sur les 7 antennes de Radio France.

Radio France s'est appuyée sur le réseau associatif des acteurs de l'inclusion pour faire rayonner l'appel à candidatures auprès des publics les plus éloignés de ses métiers. Pour la première année, plus de 300 candidatures ont été adressées et 30 recrutements de stagiaires effectués, dont certains ont été recrutés en CDD à l'automne. Forte de cette première expérimentation, Radio France a décidé de relancer le dispositif pour l'hiver 2021 et de l'élargir, pour l'été 2022 à d'autres métiers.

En parallèle, Radio France a confirmé son objectif d'attirer et d'intégrer tous les talents, en amplifiant les partenariats avec les structures de l'emploi spécialisées dans l'inclusion : Mozaïk RH, pour sa campagne d'alternance annuelle hors filière journaliste (20 alternants recrutés en 2021), la Chance Média, pour l'accompagnement des alternants (15 alternants recrutés pour 2 ans chaque année dont 12 sur critères sociaux) dans le cadre de la mise en œuvre de la convention signée en 2020 par Radio France avec 8 écoles. Radio France a aussi intensifié ses partenariats avec l'ensemble des acteurs du monde associatif impliqués dans l'accompagnement et le soutien des jeunes moins privilégiés (Diversidays, l'Ascenseur, Article 1, Act Pro Jaris, l'Union nationale des missions locales ...).

Radio France a également soutenu la mise en place de la classe expérimentale de l'Ina dédiée à l'apprentissage des métiers de l'audiovisuel pour les jeunes sans diplôme âgés de 17 à 25 ans (« classe alpha ») en participant activement à l'accueil de stagiaires.

Lancement en novembre 2021 de la première plateforme d'engagement solidaire et citoyenne « je m'engage », au service de la société et des publics les plus éloignés.

Cette plateforme vise à soutenir les démarches d'engagement individuelles des salariés en donnant un coup de pouce à leur action ou en donnant les moyens à celles et ceux qui en avaient envie de passer à l'action. Concrètement, ce dispositif consiste à mettre à la disposition de l'ensemble des salariés volontaires, quel que soit leur statut, un catalogue de missions citoyennes, inclusives et utiles pour tous les publics. Concrètement, ce dispositif consiste à mettre à la disposition de l'ensemble des salariés volontaires, quel que soit leur statut, un catalogue de missions citoyennes, inclusives et utiles pour tous les publics. Les missions peuvent être réalisées sur le temps de travail, à hauteur de 8 heures par an. Ces heures peuvent être également utilisées de manière fractionnable, et le salarié est libre de prolonger son action sur son temps personnel.

Ce programme fait suite à la signature par Radio France du Manifeste de mécénat de compétences en janvier 2019, et s'inscrit dans la mise en œuvre du programme Egalité 360. Les programmes proposés portent sur les axes principaux de la politique de promotion de la diversité et égalité des chances de Radio France.

C.6 Sécurité /Atteinte à la sécurité des personnes et Cybersécurité

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.

Ces risques font l'objet d'une évaluation régulière dans le cadre des activités de l'Audit interne. En complément, afin d'en limiter les impacts, si le risque venait à se réaliser, selon les années et le contexte, ils font l'objet de mise en situation sous forme d'exercice de crise.

Le maintien en condition opérationnelle du dispositif de gestion de crise reste la priorité.

▪ **2021 : une année sous le sceau de la poursuite de la pandémie de la Covid 19 :**

Le Secrétaire Général de Radio France, désigné comme pilote de crise depuis mars 2020 et référent Covid, a conduit les différentes réunions de cellule de crise, au rythme des vagues successives (3ème, 4ème et début 5ème fin décembre 2021),

Afin d'anticiper les impacts négatifs de celles-ci, le Plan de Continuité d'activité a été constamment maintenu, tout en adaptant les mesures de préventions et d'accompagnement à l'intensité et la sévérité des différentes vagues. Les mesures socles applicables se fondaient sur le respect et la déclinaison des mesures obligatoires, ou préconisées, des différentes versions du Protocole National pour la santé et la sécurité des salariés en Entreprise publiées par le ministère du Travail et complétées de mesures spécifiques au secteur culturel (spectacles vivants), édictées par le ministère de la Culture.

Ces mesures ont fait l'objet d'une communication interne par voie de bulletins « Texto » du N°36 au N°54.

Parmi celles-ci, on peut citer, le respect constant des gestes barrières, avec pour les antennes le port du masque obligatoire en studio et régie, selon l'intensité de la vague épidémique, et pour les fonctions adaptables, des jours de travail à distance.

Par ailleurs Radio France, au bénéfice de ses personnels, à Paris ou en région, que ce soit en lien avec le groupe de prévention Audiens, ou la Médecine au Travail en région, a facilité les opérations de dépistage par tests antigéniques, ou de vaccination.

Dans le droit fil de l'année 2020, le dialogue social autour de cette thématique s'est poursuivi avec **les instances représentatives du personnel.**

▪ **Exercices de sécurité réalisés en 2021**

Le contexte de crise sanitaire a continué de pénaliser l'organisation des exercices en situation réelles, néanmoins des exercices se sont tenus.

- **La délégation prévention et sécurité incendie** de la direction de l'établissement articule son action autour de deux démarches. La première consiste à aller à la rencontre des salariés présents sur site afin de leur faire des présentations des process d'évacuation. La seconde consiste à organiser des exercices d'entraînement afin de familiariser les personnels aux modalités d'évacuation et de rassemblement en cas de sinistre.
- En 2021, les rencontres avec les personnels sur site ont été limitées, toutefois des exercices d'évacuation ainsi que des manœuvres avec la BPSP ont pu être organisés.

Exercices d'évacuation du personnel réalisés en 2021 :

A Paris : 3 exercices dans différents secteurs de la Maison de la Radio et de la Musique, les 22 juillet, 11 et 21 octobre

- **En région**, les exercices ont été relancés uniquement au cours du dernier trimestre de l'année, 33 exercices d'évacuation en cas d'incendie ont été réalisés dans des stations locales.

Exercices avec intervention et déplacements d'engins réalisés en 2021 :

Ces exercices visent à tester la coordination entre les services de Radio Franc et la BSPP .

- Une manœuvre avec la 6^{ème} Compagnie le 15 mai (scenario feu dans un local transformateur électrique)
- Une manœuvre commandement BSPP a pu être organisée le 29 novembre sur un scenario de feu en IGH.

En matière de prévention de risques naturels (simulation de crue majeure de la Seine), l'exercice annuel de montage de la barrière anti-crue a été réalisé à deux reprises : les 11 août et 14 décembre 2021.

Enfin en matière de prévention du risque terrorisme, un exercice s'est tenu le 28 juin 2021, à Tours avec le concours du GIGN avec pour scénario une intrusion violente.

Exercices	Paris 2021	Région 2021
Incendie	5	33
Crue	2	
Terrorisme		1
Total	41	

▪ Prévention du risque cyber

Depuis 2019, un indicateur clé de performance sur la prévention des risques cyber à Radio France a été élaboré afin de qualifier l'action. Il 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.

Au 31 décembre 2021, le taux de machines maintenues sur le nombre de machine total s'est établi à 96,2 %.

Indicateur global des machines maintenues	Décembre 2019	Mars 2021	31 décembre 2021
Nombre de machines	8 139	10140	9 750
Nombre de machines maintenues	7 278	7422	9 381
Taux de machines maintenues	89,42%	73,2%	96,2%

Pour rappel, cet indicateur indique les machines soumises à un allotissement de maintenance sur notre parc.

La maintenance intègre les mises à jour des drivers, logiciels, frameworks, applications, etc. ainsi que les mises à jour de sécurité des systèmes d'exploitation des machines

C.7 Diversité des publics et nouveaux usages

De par sa nature et son financement à près de 90% par des ressources publiques, Radio France place ses publics au cœur de toutes ses actions, au regard du triptyque : informer, éduquer, divertir. Radio France s'est engagée à faire entendre la diversité de la société, en atteignant la parité de genre à l'antenne en 2022, ainsi qu'à accélérer encore son adaptation aux nouvelles technologies.

▪ L'adaptation des offres aux nouveaux usages

Chaque jour, 15,5 millions d'auditeurs écoutent au moins une station de Radio France, faisant de Radio France le premier groupe radiophonique de France.

Toutes les antennes du groupe connaissent des succès numériques, qui valident non seulement sa stratégie mais démontrent aussi la force de ses contenus. 3,4 millions d'auditeurs écoutent en moyenne chaque jour Radio France sur les supports numériques en progression de 70% en 4 ans.

Cette tendance démontre l'adhésion des publics à la stratégie numérique de Radio France qui se place dans une démarche continue d'observation et d'intégration des nouveaux usages. Avec 246,7 millions de visites sur ses sites et applications en moyenne par mois, Radio France se place comme un acteur de référence de l'audio en ligne.

L'application Radio France a été au centre de cette stratégie de renforcement numérique et fait le pont entre les écoutes à l'antenne et en ligne. Créée en 2018, l'application Radio France s'adapte chaque année pour offrir à ses auditeurs une expérience de service public optimisée.

Elle s'est notamment dotée en 2021 d'une verticale musique pour accéder en un même endroit à la richesse de l'offre musicale des antennes de Radio France. En outre, l'application propose depuis 2020 des playlists et des sélections de programmes par thème ou en fonction du temps d'écoute disponible et des listes de lecteur de podcasts. Par ailleurs, l'application Radio France propose depuis fin 2020 une porte d'entrée unique à toute l'offre de programmes audios des médias de service public, en intégrant les podcasts de France Télévisions, RFI, ARTE et de l'Institut National de l'Audiovisuel qui viennent s'ajouter aux 1,5 millions de podcasts des antennes de France Inter, France Info, France Bleu, France Culture, France Musique, Fip et de Mouv'.

Par ailleurs, Radio France a accéléré sa stratégie de distribution sur les plateformes tierces afin de permettre à un public plus large d'avoir accès à ses contenus tout en conservant le contrôle de la distribution de son offre. Radio France a ainsi signé de nouveaux accords de distribution avec Deezer, Spotify, Sybel ou encore la plateforme spécialisée Podcast Addict, qui consacrent la mise en place d'une chronologie des podcasts distribués sur les agrégateurs. Radio France a continué à développer son offre en ligne en proposant de nouveaux podcasts natifs sur ses différentes applications et sites internet, comme le nouveau podcast d'information quotidien « Le Quart d'heure », le podcast sur les élections américaines « Washington d'Ici », le podcast de découverte scientifique destiné aux enfants « Olma », encore le nouveau podcast musical de France Bleu « Get Back : le son des Beatles ».

Enfin, les travaux menés autour des assistants vocaux, des enceintes connectées et intelligentes permettent à Radio France d'investir de nouveaux champs de l'innovation numérique. L'entreprise a poursuivi le développement de formats pour les assistants vocaux comme « Salut l'info » dans le fil de news « France Info » sur Alex, ou l'ajout du podcast d'information le « Quart d'Heure » dans les news streams France Info, France Inter et Radio France.

▪ **Parité Femmes/Hommes à l'antenne**

En tant qu'entreprise de service public qui touche chaque jour près de 16 millions de Français, Radio France est particulièrement attentive au respect de l'égalité entre les femmes et les hommes. Cette égalité se manifeste notamment à l'antenne, en termes de parité d'hommes et de femmes dans les programmes de la société.

En mars 2019, à l'occasion du Comité ministériel égalité du ministère de la Culture, Sibyle Veil, Présidente-directrice générale de Radio France a affirmé l'engagement de Radio France en faveur de la représentation des femmes sur ses antennes en fixant un objectif de parité d'ici à 2022.

Cet engagement est encouragé par le CSA qui demande depuis 2015 aux chaînes de télévision et de radio de lui fournir des indicateurs quantitatifs et qualitatifs sur la représentation des femmes et des hommes dans leurs programmes. Parmi ces indicateurs figure la présence des femmes par rapport aux hommes par tranche et par horaire sur toutes les chaînes de Radio France, à l'exception de France Bleu.

En 2021, **le taux moyen de femmes à l'antenne sur Radio France s'est ainsi élevé à 44 %** contre 42,5% en 2020.

C.8 Conformité, éthique et exemplarité

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

○ **La protection des données personnelles**

Radio France s'est engagée, dans le cadre de ses activités et conformément à la réglementation applicable en France et en Europe, et notamment au Règlement Européen sur la Protection des Données à caractère personnel, à assurer la protection, la confidentialité et la sécurité des données à caractère personnel qu'elle collecte et traite.

Dans la continuité des travaux entrepris depuis 2016, **Radio France a poursuivi en 2021 sa démarche de mise en conformité au Règlement Général sur la Protection des Données.**

Les travaux menés ont, notamment, concerné :

- La poursuite du recensement, l'analyse et la sécurisation des traitements identifiés contenant des données personnelles ;
- L'accompagnement des directions au quotidien sur leurs nouveaux traitements ;
- La poursuite de la mise en place et la réactualisation de méthodes, processus et référentiels ;
- La poursuite de la sécurisation juridique et des systèmes d'information ;
- La mise en conformité des sites et applis par le déploiement d'une plateforme de gestion des consentements ;
- La gestion des demandes d'exercice de droits ;

- Le déploiement d'actions d'information et de sensibilisation des collaborateurs venant après l'animation en 2020 de sessions de sensibilisation à l'université de formation de Radio France.
- Animation de comités de pilotage données personnelles et de comités avec le réseau des correspondants données personnelles et participation aux groupes de travail des DPO du GESTE, de l'Audiovisuel Public et de l'UER.
- Initiation de 3 analyses d'impact sur la vie privée (AIVP).

○ La prévention de la corruption

Depuis 2017, Radio France met en œuvre le dispositif inscrit dans 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 un premier temps, une analyse de risque a conduit à élaborer un « Code de conduite relatif à la probité dans les relations d'affaires » qui a été annexé au règlement intérieur et à déployer parallèlement, un programme de formation conséquent auprès des collaborateurs relevant des fonctions les plus exposées au risque de corruption. De plus, des vidéos de ces formations ont été mises en ligne sur l'intranet de l'université d'entreprise de Radio France (CAMPUS) et à disposition de chaque collaborateur. Une importante action de sensibilisation de l'ensemble du personnel a été ensuite menée à travers la diffusion d'un flyer « Attentif face à la corruption ».

Depuis le 28 mars 2019, une plateforme d'alerte destinée 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 a été ouverte. Elle traite, dans la plus stricte confidentialité, les signalements recueillis.

En 2020, Radio France a poursuivi le déploiement de son dispositif de prévention de la corruption.

La démarche d'évaluation des tiers au regard du risque de corruption a été lancée avec les directions qui sont en relation avec les fournisseurs, les clients et dans le cadre des partenariats d'antenne.

Par ailleurs, de nouvelles sessions de formation ont été organisées avec pour objectif, d'une part, de pérenniser la démarche qualitative initiée en 2018 en formant les nouveaux arrivants dans les fonctions sensibles au regard de la cartographie des risques de corruption et en impliquant plus largement les acteurs opérationnels des activités les plus risquées.

En 2021, Radio France a renforcé le cadre éthique de ses activités en établissant une politique cadeaux (10 mai 2021) en lien avec le Code de conduite relatif à la probité dans les relations d'affaires.

La politique cadeaux 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 définit 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 interprétés 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.

En 2021, compte tenu des départs de collaborateurs formés à la prévention de la corruption au cours des années précédentes, **le taux de couverture de la population cible est de 89 %**.

Des évolutions réglementaires étant attendues, Radio France a suspendu ses sessions de formations à compter de mars 2021 pour s'engager dans la conception d'un module anti-corruption pour la plateforme de l'université d'entreprise e-campus. Didactique, interactif, ce module répondra aux standards préconisés par l'Agence Française Anticorruption. Il sera mis en ligne, accessible à l'ensemble des salariés et intégré au parcours de formation des collaborateurs en charge des activités les plus risquées.

C.9 Environnement

Si l'activité de Radio France n'implique pas de risques environnementaux majeurs, l'entreprise est néanmoins fortement engagée sur cette question.

L'année 2021 a de nouveau été marquée par la crise sanitaire, ce qui a pu retarder certaines actions envisagées. Toutefois, plusieurs actions importantes pour Radio France ont pu être lancées, dont le déploiement d'un plan d'action en faveur de la mobilité douce, les travaux liés à l'établissement du premier bilan carbone complet (scopes 1,2 et 3) qui devrait être livré au cours du premier semestre 2022 et la finalisation de l'audit énergétique lancé en 2020.

La mise en place du décret tertiaire est une action sur le long terme. En 2021 la direction de l'établissement de Radio France s'est équipée d'une plateforme de centralisation des données énergétiques afin de répondre aux obligations de déclaration des consommations énergétiques. Une campagne d'audit sur les sites concernés a également commencé.

C.9.a La consommation énergétique

Radio France porte une attention toute particulière à la maîtrise de ses consommations d'énergie et d'eau, néanmoins les travaux lourds de réhabilitation en cours au sein de la Maison de la Radio entraînent des difficultés au niveau de la gestion énergétique. Il est difficile de faire des prédictions dans cette situation transitoire mais celle-ci n'empêche pas la réalisation d'actions destinées à maîtriser les consommations énergétiques.

Les actions d'économies d'énergie sur le bâtiment de la Maison de la Radio et de la Musique se sont poursuivies en 2021, notamment sur l'amélioration de l'éclairage avec trois chantiers qui ont permis de réduire, sur les espaces concernés, les consommations de 50% à 60%.

L'audit énergétique réglementaire a été finalisé en 2021 et des plans d'actions sont à l'étude. De nouveaux audits sont prévus afin de répondre au Décret Tertiaire et à notre obligation de baisser nos consommations énergétiques.

Dans le cadre de son appel d'offres sur la mise en place d'une plateforme de suivi des consommations énergétiques et de réalisation d'audits permettant l'optimisation des consommations, Radio France a fait le choix d'intégrer l'ensemble de ces stations en plus des sites de la Maison de la Radio et de la Musique, Mangin, Tripode et Linois, qu'elles soient soumises ou non au Décret Tertiaire, ceci dans le but de faire évoluer l'ensemble des stations vers une meilleure performance énergétique.

Quelques chiffres :

En MWH	2018	2019	2020	2021	ECARTS
CONSUMMATION D'ELECTRICITE					
Maison de la Radio*	19 711	18717	16068	15 999	-0,4%
Immeuble Mangin	1 780	1828	1546	1 583	2,4%
Site de Campus	78	65	56	55	-1,8%
Tripode			249	241	-3,2%
France Bleu**	5 437	5011	5427	5 617	3,5%
CONSUMMATION DE CHAUFFAGE URBAIN					
Maison de la Radio	4	6	8	1	-87,5%
Immeuble Mangin	619	540	525	686	30,7%

*Hors Base Vie Chantier

** Données sur 39 stations en 2020 et 2021 (37 stations en 2019) Décembre 2020 à Novembre 2021

La crise sanitaire a maintenu son effet en 2021, avec une partie des collaborateurs en télétravail, cela se traduit par une reprise limitée de nos consommations.

C.9.b La mobilité - La gestion des déchets – L'économie circulaire

La crise sanitaire a modifié les usages de nos collaborateurs en matière de déplacements, notamment des déplacements entre le domicile et le lieu de travail. Afin de répondre aux attentes des salariés, Radio France a poursuivi ses efforts d'accompagnement des collaborateurs en augmentant les zones de stationnement vélos sécurisées de la Maison de la Radio et de la Musique. Deux abris de 20 places et un abri de 98 places sont désormais mis à disposition des collaborateurs, des supports extérieurs sont également accessibles.

Une flotte de vélo à assistance électrique a également été déployée à Paris et dans nos emprises régionales afin de permettre aux collaborateurs d'effectuer certains déplacements professionnels à vélo.

Pour la première année, une prime mobilité douce de 120 €/an a été proposée et versée aux salariés ayant recours à un mode de transport durable.

Enfin, des actions de sensibilisation à la mobilité douce sous forme d'ateliers ou de formations ont été proposées aux collaborateurs tout au long de l'année 2021. Une opération en lien avec l'opérateur Véligo a également été proposée au sein de la Maison de la Radio et de la Musique en mai 2021 (Ma semaine à Véligo).

La gestion des déchets reste un axe fort de la démarche de Radio France. Dans ce contexte et dans un souci d'amélioration continue, un nouveau marché de collecte des déchets a été signé en fin d'année 2021. Un audit a été lancé qui permettra de définir un plan d'action dont la mise en œuvre débutera en 2022.

Exercice 2021

Radio France Déclaration de performance extra-financière (DPEF)

--

Éléments méthodologiques

Contexte et objectifs

Objectif : Remontée des principales informations et actions mises en œuvre en matière de 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 et 2018. Depuis cette date, la déclaration de performance extra-financière 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 la déclaration est établie.

Au-delà d'une simple déclaration, 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, ses antennes et ses stations locales.

Les données collectées correspondent à la période du 1er janvier 2021 au 31 décembre 2021.

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

Méthodologie et calendrier

La responsable de la coordination de la RSE, en charge de la rédaction de la Déclaration de Performance Extra-Financière, a travaillé dès janvier 2022 avec les directions contributrices afin d'arrêter la forme de la DPEF 2021 qui sera incluse au sein d'un rapport intégré comprenant le rapport financier et le rapport de gestion de Radio France pour l'exercice 2021.

Le 29 novembre 2021, une réunion en visioconférence avec la responsable de la vérification du cabinet d'audit Mazars s'est tenue pour définir le calendrier et le périmètre de l'audit. A partir de ce programme de travail, les directions ont été sensibilisées aux différents indicateurs réclamés. Enfin le Rapport a été soumis aux auditeurs de Mazars chargés d'en vérifier la véracité, par examen des procédures de recueil des données et des sources utilisées par les différents contributeurs. Cet examen a eu lieu au cours des deux premières semaines de mars 2022.

Rôles et responsabilités

Sous l'autorité du Secrétaire général, la coordination de la rédaction du Rapport est confiée à la responsable de la coordination de la RSE.

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, la promotion de la pratique d'activités physiques et sportives ne sont pas pertinentes au regard du fonctionnement interne de Radio France. Toutefois, ces sujets peuvent être adressés au sein des programmes.

Soc. : Dialogue social

Indicateur 1.1 : Nombre d'accords collectifs en vigueur signés lors de l'année de référence

- Nombre d'accords collectifs d'entreprise ou d'établissement signés entre les représentants des salariés et les représentants de l'employeur.

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

Indicateur 1.2 : Nombre de réunions de négociations

- Nombre de réunions de négociations, y compris les réunions CESA. Sont exclues les réunions liées aux comités de pilotage et les comités de suivi de réunions de négociation

Indicateur 2 : Taux d'absentéisme *

- Le taux d'absentéisme correspond au nombre de jours d'absence sur l'année 2021 par rapport au nombre de jours de travail théorique pour la même année. A noter que seuls les CDI ont été pris en compte pour calculer ce taux.

Définition de l'absentéisme : Absence non programmée ou non rémunérée 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
- Absences sans soldes
- Absences non justifiées

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

Nombre de jours travail théorique : Cet indicateur correspond au nombre de jours calendaires réels pour chaque mois de l'année.

**La méthodologie de calcul du taux d'absentéisme a évolué en 2021. Les absences sont dorénavant comptabilisées en jours calendaires et non en jours ouvrés.*

Indicateur 3.1 : Pourcentage de l'effectif en CDI

- Pourcentage d'effectifs en CDI (personnes physiques) par rapport à l'effectif total (CDD et CDI), à l'exclusion des piges, des CDDU, des contrats de stage et d'alternance.

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

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. Contrats de type particulier
 - Contrats d'apprentissage, contrats en alternance, conventions de stage, piges et CDDU
- b. Congés sans solde d'une durée continue supérieure à un mois (contrat suspendu)
 - Congé parental
 - Formation individuelle
 - Convenance personnelle
 - Fonction élective
 - Personnel en formation (+ 500 heures)
- c. Longue maladie sans indemnisation
- d. Service national (avec rupture du contrat de travail) ou V.I.E
- e. Stagiaires étudiants avec conventions d'école
- f. Personnel indemnisé postérieurement à l'expiration du contrat de travail (au titre des années précédentes) - Exemple : indemnisation pour clause de non-concurrence
- g. Personnel ayant adhéré au C.A.T.S (pré retraite dont le contrat n'est pas rompu mais simplement suspendu)
- h. Intérimaires (Contrat de travail établi par la société d'intérim) et autres contrats passés avec des sociétés extérieurs (ex. sous-traitants)

Indicateur 3.2 : Variation de l'effectif

- Taux de variation de l'effectif (personnes physiques - CDI et CDD) entre l'année d'exercice 2021 et l'année 2020.

Soc. : Formation

Objectif : Cette partie a pour objectif de suivre l'effort de formation à destination des salariés du Groupe.

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.
- **Formations à distance :** Les salariés suivent une formation en e-learning ou avec un formateur à distance, didacticiel.

Indicateur 4.1 : nombre moyen d'heures de formation par stagiaire

- 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 :

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

Indicateur 4.2 : nombre moyen d'heures de formation par salarié formé

- 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 :

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

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 5 : Part des femmes dans l'effectif

- Nombre de femmes dans l'effectif divisé par l'effectif total salarié.

Méthode de calcul :

$$Part\ des\ femmes\ dans\ l'effectif = \frac{Effectif\ Femme}{Effectif\ total}$$

Indicateur 6.1 : Gestion de crise

- Nombre d'exercices de gestion de crise réalisés dans l'année couvrant au moins un des 5 risques majeurs, sur les sites de Radio France à Paris et dans les stations locales du réseau France Bleu.

Indicateur 6.2 : Taux de machines maintenues

- Ratio du nombre de machines maintenues à jour de leurs patchs de protection sur le total de machines du parc informatique utilisé par les collaborateurs de Radio France.

Soc. : Diversité des publics et nouveaux usages

Indicateur 7 : Part des femmes à l'antenne

- Part de femmes, à la fois salariées de Radio France (journaliste, présentatrice, etc.) et extérieures (intervenante, invitée, invitée politique), sur le nombre total de personnes (internes et externes) étant intervenues sur les antennes de Radio France lors des mois de septembre et octobre 2021 (mois représentatifs d'une activité normale des antennes).

Ethique : Prévention de la corruption

Indicateur 8 : Prévention de la corruption

- **Taux de salariés des fonctions les plus exposées formés à la prévention de la corruption**
Les fonctions les plus exposées prises en compte dans le calcul de l'indicateur et constituant une cible de 220 collaborateurs sont les suivantes :

COSTRAT / Dirigeants	22
Personnels et activités exposées	
prescripteurs (directeurs,...)	70
achat, vente, communication et partenariats	71
DRHG / encadrement RH et gestion	23
Fonctions support (contrôle interne et finances)	34
	220

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 et relatives à l'année de référence.

Indicateur 9 : Consommations d'énergie

Unité : MWh

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

Table de concordance

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

Partie	N°	Indicateur clé de performance
Organisation de la RSE et modèle d'affaires	A.1	<i>Non applicable</i>
Présentation des principaux risques RSE	B.2	<i>Non applicable</i>
Politiques et indicateurs clés de performance		<i>Non applicable</i>
Climat social /Dialogue social <i>Données fournies par la direction des ressources humaines</i>	C.1	Nombre d'accords collectifs signés
		Nombre de réunions de négociations
Santé au travail <i>Données fournies par la direction des ressources humaines</i>	C.2	Taux d'absentéisme
Maîtrise des effectifs <i>Données fournies par la direction des ressources humaines</i>	C.3	Taux de CDI dans l'effectif
		Taux de variation de l'effectif CDI/CDD
Gestion des compétences <i>Données fournies par la direction des ressources humaines</i>	C.4	Nombre d'heures de formation par stagiaire
		Nombre d'heures de formation par salarié formé
Diversité de l'effectif / égalité des chances <i>Données fournies par la direction des ressources humaines</i>	C.5	Pourcentage de femmes dans l'effectif
Sécurité/Atteinte à la sécurité des personnes et cyber-sécurité <i>Données fournies par la délégation à la continuité d'activité</i>	C.6	Nombre d'exercices réalisés sur un des 5 risques majeurs de Radio France
		Taux de machines maintenues
Diversité des publics et nouveaux usages <i>Données fournies par la direction des antennes et de la stratégie éditoriale</i>	C.7	Part de femmes à l'antenne
Conformité éthique et exemplarité <i>Données fournies par la direction de l'audit, du contrôle interne et de l'éthique</i>	C.8	Taux de salariés des fonctions les plus exposées formés à la prévention de la corruption